臺灣菸酒股份有限公司112年度營業決算評估報告目錄

頁次

一、自製菸酒產品銷售收入呈現下降趨勢，市占率亦逐年降低，允宜妥為研謀因應 ----------1

二、部分自製酒類允宜研謀加強去化，俾減少存貨及損失 ----------3

三、固定資產擴充改良計畫112年度執行率僅8成餘，且保留數逾2億元，允宜落實進度控管，俾達成計畫目標----------5

臺灣菸酒股份有限公司112年度營業決算評估報告

臺灣菸酒股份有限公司（以下簡稱臺灣菸酒公司）主要任務係產銷各類菸酒，提供優良產品，滿足消費者需求，並追求卓越發展及善盡社會責任。該公司112年度決算營業收入549億6,440萬元，扣除營業成本439億9,519萬9千元及營業費用50億6,932萬5千元，營業利益為58億9,987萬6千元，加計營業外收入13億7,202萬3千元、扣除營業外費用1億8,959萬2千元及所得稅費用12億7,099萬9千元後，本期淨利為58億1,130萬8千元，較111年度淨利減少8,072萬4千元。謹就臺灣菸酒公司112年度營業決算評估如下：

一、自製菸酒產品銷售收入呈現下降趨勢，市占率亦逐年降低，允宜妥為研謀因應

臺灣菸酒公司主要係製造並銷售菸類及酒類產品，112年度決算自製商品銷售收入計468億5,574萬2千元，其中自製菸類238億2,571萬元、啤酒類165億2,477萬8千元及酒類65億525萬4千元。經查：

(一)110至112年度自製菸酒產品銷售收入持續下降，且多未達預算目標

該公司112年度決算自製產品銷售收入為468億5,574萬2千元，收入達成率為84.97%，且較111年度483億395萬2千元減少14億4,821萬元(減幅2.99%)。復查該公司近3年度(110至112年度)自製產品銷售收入，除菸類產品112年度為238億2,571萬元，達成預算目標(237億9,400萬元)外，其餘自製酒類產品銷售收入持續下降，均未達預算目標(詳表1)；其中，啤酒類與酒類產品112年度決算收入達成率各為72.82%、75.16%，均未達八成，且啤酒類112年度決算收入165億2,477萬8千元，較111年度176億4,581萬5千元之減幅為6.35%，

而酒類112年度決算收入65億525萬4千元，較111年度69億3,994萬4千元之減幅亦為6.26%。以上，自製菸酒產品銷售收入概呈下降趨勢，允宜檢討並妥善規劃因應。

表1 臺灣菸酒公司110至112年度自製菸酒產品銷售收入預、決算統計表

單位：新臺幣千元；%

自製產品品項	110年度			111年度			112年度		
	預算數	決算數	達成率	預算數	決算數	達成率	預算數	決算數	達成率
菸類	26,525,500	24,197,084	91.22	24,450,500	23,718,193	97.00	23,794,000	23,825,710	100.13
啤酒類	23,120,000	17,856,906	77.24	22,350,000	17,645,815	78.95	22,693,630	16,524,778	72.82
酒類	8,902,000	7,301,102	82.02	8,390,700	6,939,944	82.71	8,655,000	6,505,254	75.16
合計	58,547,500	49,355,092	84.30	55,191,200	48,303,952	87.52	55,142,630	46,855,742	84.97

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)近年度臺灣菸酒公司自製之台灣啤酒及菸品市占率逐年流失，允宜妥為研謀因應

108至112年度臺灣菸酒公司自製之台灣啤酒及菸品市占率逐年流失，以自有品牌台灣啤酒為例，其市占率逐年下降，由108年度之57.9%，逐年降低至112年度之45.7%，且已連續2年低於5成(詳表2)；主要係其市場逐年為外國競爭品牌取代所致。另在菸品方面，該公司之自製菸品市占率亦由108年度之22.11%，逐年下降至112年度之18.31%(詳表3)，且連續3年低於2成；據該公司表示係消費者單一品牌忠誠度降低、健康意識抬頭及國內外菸品市場競爭嚴峻等因素所致。鑑於台灣啤酒市占率已連續2年低於5成，菸品市占率亦連續3年低於2成，顯示該公司恐面臨嚴峻之市場競爭、消費轉型與生產效率等問題，允宜妥為研謀因應。

表 2 108 至 112 年度國內主要啤酒品牌市場占有率一覽表　單位：%

品牌	108 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度
台灣啤酒	57.9	54.8	51.4	48.8	45.7
海尼根	13.9	14.6	14.3	13.7	13.2
台灣麒麟	11.6	13.3	16.4	18.3	19.2
青島	2.5	2.0	1.4	0.7	0.0
其他	14.0	15.3	16.5	18.5	21.9

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

表 3 108 至 112 年度國內主要香菸品牌市場占有率一覽表　單位：%

品牌	108 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度
傑太日菸	44.92	47.32	47.73	48.37	49.79
臺灣菸酒	22.11	20.67	19.89	19.47	18.31
帝國菸草	9.76	9.18	9.18	9.16	8.86
英美菸草	9.47	10.35	10.90	11.03	11.10
菲利浦莫里斯	8.08	7.45	7.56	7.37	6.96

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，臺灣菸酒公司近 3 年度自製菸酒產品銷售收入多未達預算目標，且銷售額持續下滑，而台灣啤酒市占率已低於 5 成，菸品亦低於 2 成，允宜衡酌公司營運策略，妥善規劃因應。

二、部分自製酒類允宜研謀加強去化，俾減少存貨及損失

臺灣菸酒公司 112 年度資產負債表中「存貨-備抵存貨跌價損失」科目期末餘額為 19 億 6,178 萬 4 千元，占本期淨利(58.1 億元)之 33.77%，亦較 111 年度之 19 億 950 萬 9 千元增加 5,227 萬 5 千元。查該公司因長期產銷失衡滯銷之部分酒品，致備抵存貨跌價損失金額可觀，該等滯銷酒品主要為白蘭地、紹興酒及花雕酒等酒類產品，分述如下：

(一)白蘭地、紹興酒及花雕酒等酒品發生存貨跌價損失狀況明顯

該公司白蘭地及花雕酒自 108 年度迄今發生存貨跌價損失之比率幾皆為 100%(詳附表 1)，至紹興酒則由 108 年度之 67%，逐年增至 111 年度之 97%，112 年度則略降至 78%。上述酒類產

品多項減損比率長期維持 100%，顯示存在滯銷風險，鑒於該等存貨已無帳面價值，亦衍生相關倉儲成本，允宜改進並妥慎研擬生產及銷售策略。

表 1 臺灣菸酒公司 108 至 112 年度部分酒品半製品存貨量值及備抵存貨跌價損失表

單位:新臺幣千元；公石；%

名稱	年度	數量(公石)	存貨金額	備抵存貨跌價損失	備抵存貨跌價損失占存貨金額比率
白蘭地	108	48,617	1,845,441	1,845,441	100
	109	48,128	1,826,841	1,826,841	100
	110	35,914	1,361,364	1,361,364	100
	111	35,276	1,337,047	1,321,518	98.84
	112	34,361	1,302,172	1,302,172	100
紹興酒	108	98,072	296,606	199,625	67.30
	109	82,600	241,620	228,502	94.57
	110	76,062	225,181	214,553	95.28
	111	65,229	194,584	188,871	97.06
	112	54,937	159,186	123,723	77.72
花雕酒	108	49,973	177,692	177,692	100
	109	45,675	162,407	162,407	100
	110	41,614	147,969	147,969	100
	111	38,561	137,114	137,114	100
	112	35,586	126,535	126,535	100

資料來源，臺灣菸酒公司提供。

(二)滯銷酒品半製品存貨允宜加強去化

1. 白蘭地：112 年度存貨數量及金額為 3.4 萬公石及 13.02 億元；據該公司表示鑒於全球白蘭地市場下滑，為提升產品特色，除已有之台灣凍頂白蘭地外，持續積極開發深具臺灣特色之水果白蘭地(如玉山 CRAFTSMAN 荔枝白蘭地)，強調臺灣風土意象，以提升品牌價值，另辦理品評推廣活動，藉由品飲專家之講解，提升消費者對該公司白蘭地之品牌印象。
2. 紹興酒:112 年度存貨數量及金額為 5.5 萬公石及 1.59 億元;

據該公司表示現有庫存量經辦理分級及去化管理，已予減量，除積極推廣狀元紅、女兒紅產品之喜宴異業結盟及內、外銷市場外，亦推廣餐飲通路及客製化酒品，同時開發紹興酒香食品，加速去化庫存；另考量高年份紹興酒半製品需求，辦理量產試作，整體規劃重新投產事宜。

3. 花雕酒：112 年度存貨數量及金額為 3.6 萬公石及 1.27 億元；據該公司稱，執行原酒分級管理，挑選優質甕酒，開發高年份禮盒產品，一般原酒則調和至暢銷產品，或供酒香料理使用，結合各地方節慶活動，辦理花雕酒料理推廣，以加速去化庫存；另考量花雕酒半製品需求，辦理重新投產事宜。

綜上，上述白蘭地、紹興酒及花雕酒等酒品 112 年度存貨備抵跌價損失金額龐大，且多項備抵存貨跌價損失占存貨金額比率長期維持 100%，顯示存在滯銷風險，允宜積極研謀改善對策並妥慎研擬生產及銷售策略，以有效減少存貨及損失。

三、固定資產擴充改良計畫 112 年度執行率僅 8 成餘，且保留數逾 2 億元，允宜落實進度控管，俾達成計畫目標

臺灣菸酒公司 112 年度固定資產建設改良擴充計畫可用預算數 13 億 1,710 萬 1 千元，決算數 10 億 7,200 萬 4 千元，執行率 81.39%，保留數 2 億 1,037 萬 6 千元，轉入 113 年度繼續執行。經查：

(一)112 年度固定資產建設改良擴充之一般計畫，部分工程執行進度落後

臺灣菸酒公司 112 年度固定資產建設改良擴充之一般建築及設備計畫中「房屋及建築」、「機械及設備」之執行率各為 82.11%、79.41%(詳表 1)。而轉入 113 年度執行之保留數為 1

億6,093萬5千元，主要包含3項計畫(詳表2)，其中「臺北菸廠多元捲菸機組」，主要係菸害防制法修正通過後，加熱菸成為合法菸品，該公司為掌握加熱菸商機，即進行相關設備採購，惟因國外設備交貨期需時約1年，致112年度編列之預算全數未執行，需待設備交貨後始能進行驗收付款；另「南投酒廠威士忌生產設備」因「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」土建案之生產工廠施工進度延後，致影響設備進場組裝期程；至「南投酒廠卸麥芽倉、儲倉及輸送設備」案則因申辦建照送審等相關作業延誤，及配合風華再現土建案之地下管溝及自辦工程之管架等施作，執行進度亦未達預期目標。

表1 臺灣菸酒公司112年度一般建築及設備計畫執行情形表

單位：新臺幣千元；%

項目名稱	可用預算數 A	決算數 B	執行率 C=B/A*100	保留數
合計	986,833	791,277	80.18	160,935
土地改良物	3,547	3,547	100.00	0
房屋及建築	34,196	28,079	82.11	3,647
機械及設備	910,121	722,700	79.41	156,786
交通及運輸設備	16,033	15,199	94.80	502
什項設備	22,936	21,752	94.84	0

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

表2 臺灣菸酒公司112年度一般建築及設備之主要保留項目執行情形表

單位：新臺幣千元；%

主要保留項目	可用預算數 A	決算數 B	執行率 C=B/A*100	保留數
臺北菸廠多元捲菸機組1套	36,345	0	0	36,345
南投酒廠威士忌生產設備	122,451	32,512	26.55	89,939
南投酒廠卸麥牙倉、儲倉及輸送設備	31,543	26,811	85.00	4,732

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)固定資產建設改良擴充專案計畫之執行延宕多年，允宜落實進度控管

臺灣菸酒公司 112 年度固定資產擴充改良計畫辦理 2 項專案計畫，惟部分專案計畫執行進度落後(詳表 3)，保留數則為 4,944 萬 1 千元，概述如下:

1.「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」112 年度執行率 85.03%，該計畫自 108 年度推動以來，因工程多次流標、COVID-19 疫情及營建成本上漲等因素，致 2 度修正計畫將期程延至 114 年度，計畫經費亦增加逾 3 億元，為避免工程再出現進度落後狀況，允宜加強進度控管。

2.「台北啤酒工場土地開發暨興建企業總部投資計畫」執行期程原為 108 至 113 年度，惟因涉及都市計畫變更，經與臺北市政府溝通仍無法簽訂協議，嗣該公司依行政院 112 年 6 月 21 日會議指示撤回都市計畫變更案，財政部並於 112 年 10 月 17 日函復同意停辦本案專案計畫，爰本案將不再推動。

表 3　臺灣菸酒公司 112 年度固定資產建設改良擴充專案計畫執行情形表

單位：新臺幣千元；%

計畫項目	可用預算數 A	決算數 B	執行率 C=B/A*100	保留數
南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫	330,268	280,727	85.00	49,441
台北啤酒工場土地開發暨興建企業總部投資計畫	100	0	0.00	0

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，臺灣菸酒公司固定資產擴充改良計畫 112 年度執行率僅 8 成，且保留數達 2 億餘元，允宜針對執行落後案件積極研議改善措施，並加強進度控管，以達計畫目標。

（分機：1913 許福添）