

109 年度中央政府嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別  
預算第 2 次追加預算書面報告

# 振興三倍券執行成效評估 書面報告

經濟部

中華民國 110 年 7 月

## 目 錄

壹、案由.....	2
貳、振興三倍券之規劃 .....	3
一、緣起.....	3
二、規劃.....	3
參、執行成效與各部會振興措施 .....	6
一、領取資格、方式及流程 .....	6
二、領取及兌付情形 .....	8
三、帶動各界加碼情形 .....	10
四、各部會振興相關措施 .....	12
五、政策效益 .....	12
伍、結語.....	14

## 壹、案由

依據大院109年10月23日第10屆第2會期第4次會議通過「中央政府嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別預算第2次追加預算案(109年1月15日至110年6月30日)審查報告(修正本)」決議:「經濟部辦理振興三倍券所需總經費510億5,100萬元，包含補助民眾所需經費487億9,500萬元(一般民眾451億6,500萬元及中低收入弱勢族群36億3,000萬元)、行政成本及廣宣經費共22億5,600萬元；本次所編預算扣除原編列辦理刺激國內民眾消費措施經費，辦理振興三倍券總經費占第2次追加預算案，經濟部主管總預算即高達25%。政府振興三倍券立意良善，希望能夠鼓勵民眾消費之外，亦能同時協助各行各業，度過因疫情造成營收銳減之經濟景氣衰退的現況。但振興三倍券的實際效果是否有如行政部門的當初設想，實際帶動消費，促進國家整體經濟成長，恐尚待後續觀察及驗證。爰要求國家發展委員會及經濟部就發放振興三倍券後，全國經濟成長率比較表及發放前評估與發放後總體效果評估，於預算執行完成後1個月向立法院財政、經濟委員會提出書面報告」，謹遵照大院決議，提出「振興三倍券執行成效評估」書面報告。

## 貳、振興三倍券之規劃

### 一、緣起

去（109）年初受COVID-19疫情影響，為降低感染風險，國人減少外出與避免室內集會活動，降低外出消費，加上各國採取邊境管制措施與提高出國旅遊警示，致出入境人次大幅減少；消費者信心同步下滑，國內消費備受衝擊。

蔡總統於去年3月9日指出，整體的紓困方案有短期的、也有比較中長期的紓困計畫，希望在整個疫情期間，受到衝擊最嚴重的產業，可以得到政府即時性協助，讓他們的事業或企業的經營不會中斷。

此外，蘇院長於行政院第3691次院會指示，應讓受影響產業及民眾受到政府妥適照顧，並化危機為轉機，帶動產業升級，並達「雨露均霑、立竿見影」效果。

在臺灣疫情趨穩下，以「邊境風險嚴管、國內鬆綁」為原則，去年6月2日政府宣布推出刺激消費、振興經濟的「振興三倍券」，讓「壹仟變參仟」秉持好領、好用、好刺激，同時最溫暖之精神協助企業走出疫情，加速經濟復甦。

### 二、規劃

#### （一）「振興三倍券」設計思維

##### 1. 政府與民眾共同創造更大消費效果

振興三倍券設計以1,000元換取面額3,000元券的方

式，可刺激民眾從口袋中額外掏錢消費，且因已付出1,000元的費用，持有民眾必然設法將具有使用期限的三倍券花掉，進而達到刺激消費的效果。若採直接發放現金，則民眾很可能直接將現金轉為儲蓄，限縮政府支出的效果。

## 2. 納入多元工具，方便民眾領取

科技的突飛猛進，各種電子支付工具不斷推陳出新，電子支付工具早已成為現代商業活動中不可或缺的重要環節，為年輕世代熟悉慣用的工具，透過數位化工具，可快速刺激內需誘發消費，並協助店家數位轉型，擴大店家導入數位支付；而紙本券可補足數位方式無法使用之場域，並擴大消費者及偏鄉店家參與。考量不同消費族群的使用習慣及店家需求，爰以發行實體券（紙本）與數位工具併行模式，透過多元領取方式，使全民皆可受益。

## 3. 搭配政府各部會振興措施加碼

為使振興三倍券有效刺激消費，搭配其他措施，鼓勵民眾新增額外消費，而非用以替代日常支出。因此，除了將振興三倍券使用範圍排除保單、儲值、菸品、電商外，各部會也相繼推出促銷措施，如藝Fun券、動滋券、農遊券、客庄旅遊券等，更能鼓勵民眾外出觀光旅遊，有效降低替代消費。

#### 4. 企業及地方政府紛紛加碼，擴大消費乘數效果

要產生好的經濟效果，必須鼓勵更多單位投入加碼，才能發揮乘數效果。自宣布發放振興三倍券以來，金融機構、連鎖企業、店家、地方政府等端出各種加碼優惠，使民眾認為使用三倍券具有物超所值之效果，踴躍運用振興三倍券，進而刺激額外的消費。

#### 5. 照顧弱勢民眾，振興最溫暖

為了讓弱勢民眾也可領取振興三倍券，符合弱勢資格者，政府將直接匯入1,000元到帳戶供其領取振興三倍券，這樣的方式也考量弱勢民眾的心情，在領取三倍券時，不必揭示其身分，更能讓民眾感受政府的溫暖。

#### (二) 「振興三倍券」使用範疇

疫情造成民眾不出門消費，使得實體店家營運受創，為鼓勵民眾至實體店家消費，振興三倍券強調「走出去消費」，以提振實體店家之營收並穩定其就業機會，故排除電商平台之使用。

此外，為確保振興三倍券達到刺激消費效果，在使用項目上亦有所限制，例如不能用在股票投資、水電費、罰金罰鍰、健保費、稅捐、行政規費、儲值交易等，惟考量協助具有公益性弱勢團體，可購買公益彩券。

## 參、執行成效與各部會振興措施

振興三倍券為全國性政策，採「3+1」方式，包含行動支付、電子票證、信用卡及紙本，由民眾擇一使用，不得重複領取。執行情形及效益說明如下：

### 一、領取資格、方式及流程

振興三倍券領取資格及領取方式以照顧民眾及方便領取為原則，新住民亦可領取，且領取方式結合政府與民間力量，提供多元便利，並具創新性的領取方式。

#### (一) 領取資格

除國人可領振興三倍券外，由於新住民亦為臺灣社會重要的一份子，國人的外籍、陸籍及港澳配偶，凡在台持有有效居留證者，均可領取振興三倍券<sup>1</sup>。

為讓長期居住臺灣的外國人亦可感受到臺灣的溫暖，於去年11月16日，新增持我國永久居留證及外交官員證人士為發放對象，讓外籍人士享有領取三倍

---

<sup>1</sup> 可領取對象包括以下十大類：

1. 於國內現有戶籍之國民。
2. 各級政府機關因公派駐國外於國內現無戶籍之人員及其具有我國國籍之眷屬。
3. 取得臺灣地區居留許可之無戶籍國民。
4. 取得臺灣地區依親居留、長期居留許可之大陸地區人民。
5. 外國人為國內現有戶籍國民之配偶，取得居留許可者。
6. 香港或澳門居民為臺灣地區人民之配偶，取得居留許可者。
7. 前二款外國人、香港或澳門居民離婚或配偶死亡，其居留許可未廢止者。
8. 第三款至第七款之人取得定居許可，尚未設戶籍者。
9. 取得我國永久居留許可之外國人。
10. 依入出國及移民法第二十七條第一項第一款及第二款規定，得在我國居留之外國人，且已依駐臺外交機構人員及其眷屬身分證明發給要點規定，領有有效身分證明者。

券，參與振興經濟的機會，也增加整體發券的乘數效果。

## (二) 領取方式

配合電子支付發展，且便利民眾可就近領取，振興三倍券提供多元領取方式，民眾可依消費習慣選擇紙本券或數位券。紙本券發放方式包括超商預訂領取、郵局領取；數位券則為綁定信用卡、電子票證、電子支付。

## (三) 領取流程說明

### 1. 紙本三倍券領取流程

#### (1) 領取管道：

紙本三倍券提供多元管道供民眾領取，包括統一超商、全家便利商店、萊爾富超商、OK 超商、全聯福利中心、美廉社、屈臣氏及康是美藥妝店等 1.5 萬家店均可領取，且領取時間十分彈性。

#### (2) 預訂領取梯次：

參考口罩的領取作業方式，推行紙本三倍券領券作業，初始規劃兩梯次預訂及領取時間，但由於民眾領取踴躍，故於去年 7 月 6 日發布「振興三倍券增加一梯次預訂」，共分三梯次，預訂期間：第一梯次 7 月 1 日至 7 月 7 日、第二梯次 7 月 8 日至 7 月 12 日、第三梯次 8 月 1 日至 8 月 7 日，領券期間：第一梯次 7 月 15 日至 7 月 31 日、第二梯次 7



月 22 日至 7 月 31 日、第三梯次 8 月 15 日至 8 月 31 日。

(3) 郵局直接領取：

除了預訂領取三梯次的領券外，民眾也可攜帶 1,000 元現金及健保卡(永居證)至各地郵局領取紙本三倍券。

2. 數位三倍券領用流程

除紙本三倍券外，民眾也可選擇快速便利的數位三倍券（包含信用卡、電子票證及行動支付），至三倍券官網或數位工具即能輕鬆完成綁定，並可立即消費，最晚須於去年12月31日當日消費累積滿3,000元可享2,000元回饋。在使用期限內，民眾若想了解更多三倍券資訊和各家業者推出的優惠消息，可至三倍券官網（<https://3000.gov.tw/>）查詢或撥打「1988紓困振興專線」。滿額回饋及各家業者推出的優惠，使得整體領券量不僅在短期內快速提升，亦使民眾消費在短期內增加，達到此次振興三倍券短期內刺激經濟動能之目的。

## 二、領取及兌付情形

振興三倍券自去年7月15日起實施，共有紙本、行動支付、電子票證或信用卡4種方式，截至去年12月31日，已逾2,332萬人領取，占符合領取資格民眾為98.35%，約占可領取人數比重九成八，截至今(110)年3月31日紙本兌領金額約642.89億元，占已領取金額比率

99.6%。由於振興三倍券領取便利、使用簡單，民眾領用十分踴躍，有效帶動民間消費，刺激經濟成長。

### (一) 領取情形

結合電子支付、電子票證、信用卡、郵局及便利超商等多元管道發放振興三倍券，有效降低透過單一管道發放之作業壓力。截至去年12月31日，紙本及數位綁定領取人數已達23,328,776人，占可領取人數98.35%。

表1 振興三倍券人數統計表

	領取/綁定人數
總計	23,327,976
紙本領取	21,516,039
數位綁定	1,811,937

### (二) 兌付情形

振興三倍券去年7月23日起開始受理店家兌領，全國60家金融機構約6,221個分行皆可受理店家辦理三倍券兌領作業。

截至今年3月31日紙本兌領金額約642.89億元，數位支付已滿額消費累計達102.08億元(見表2)，滿額消費回饋人數約達176.4萬人，平均每人消費金額為5,785元。

表2 振興三倍券兌付金額統計表

	累計兌付金額(億元)
合計	744.97
紙本(至110/3/31)	642.89
數位(至110/3/31)	102.08*

\*註：指數位支付消費滿額具兌付資格之金額。

資料來源：財政部、經濟部。

為讓收到振興三倍券店家能快速領到現金，有統一編號之營業人持三倍券可直接到金融機構填寫兌領單即可辦理兌領作業。沒有統編的店家也可兌領，例如，無統編的運將、民宿、攤商、農漁民、自營業者，可透過公會、工會、協會、自治團體及農漁會信用部等代為兌領。如無法透過相關組織兌領，只要已於職業工會投保，亦可持身分證明文件並提供存(匯)入帳號至八家公營行庫所屬的1,339家分行兌領三倍券。

### 三、帶動各界加碼情形

三倍券帶動行動支付業者、電子票證業者及金融機構、民間業者、地方政府紛紛跟進加碼，且地方政府亦同時舉辦各類促進消費活動，在國內疫情控制良好之環境下，給予民眾「走出去消費」之信心，有效帶動國內消費熱潮。

#### (一) 行動支付業者、電子票證業者、金融機構

國內各信用卡發卡機構搭配振興三倍券，提供優惠回饋方案，並推出各項加碼活動，如現金回饋或紅

利積點加倍等加碼優惠；行動支付業者亦搭配振興三倍券，推出現金回饋或折價券等加碼優惠；電子票證業者亦搭配振興三倍券，提供加碼回饋或會員點數等加碼優惠，對於刺激消費及振興經濟提升具有加乘作用。

## （二）民間業者

民間各行業皆積極響應，推出各種加碼措施，吸引民眾持振興三倍券前往消費，例如：傳統市場消費可抽市集抵用券、百貨公司推出消費滿額贈購物金、超級市場及連鎖賣場推出消費滿額加倍贈送會員點數，飯店、餐廳及零售店家分別推出各種優惠折扣，有助於激發民眾擴大消費，創造更大的經濟效益。

## （三）地方政府

1. 台北市：悠遊卡（敬老卡、愛心卡）加碼1,000元。  
悠遊卡（高中職學生）加碼500元，使用悠遊付再加碼500元，最高1,000元。
2. 新北市：500元振興三倍券可換購800元購物券（限額5萬名），等同加碼300元。
3. 桃園市：200元振興三倍券可換購400元桃園夜市券（限額5萬名），等同加碼200元。
4. 澎湖縣：縣政府額外加發現金500元；馬公市再加碼發放300元敬老禮券；湖西、白沙、西嶼、望安與七美再加碼現金500元。整體最高加碼1,000元。
5. 金門縣：金門縣政府針對金門縣民及有居留證之外

籍配偶推出以2,000元換取4,000元的「1+1振興券」，等同加碼2,000元。

#### 四、各部會振興相關措施

為振興國內經濟，各部會亦相繼推出振興消費措施，如安心旅遊、農遊券、藝FUN券、動滋券、客庄旅遊券等，鼓勵民眾外出觀光旅遊，有效降低替代消費。

	交通部 安心旅遊	農委會 農遊券	文化部 藝FUN券	體育署 動滋券	客委會 浪漫客庄旅遊券
使用期間	7/1~10/31	7/15~9/17	7/22~12/31 紙本自9/9至110/2/28	8/8~110/1/31	8/1~12/31
金額	每團3-7萬 每房1,000元	每人250元	每人600元	每人500元	每人800元
數量 (份/人)	預估1,725萬	500萬	260萬 (數位200萬、紙本60萬)	400萬	28萬
領券 人數	非採領券制	500萬人	數位約205萬人 紙本約62萬人	約347萬人	28萬人
已消費 人數	超過1,500萬人次	約441萬人 (使用率88%)	約166萬人 (使用率63%)	248萬人 (使用率71%)	約14萬人 (使用率83%) <sup>註</sup>
年底 促銷	10/31截止辦理	農產、旅展促銷滿額加贈農遊券 (使用至12/25)	結合藝博會、書展等 藝文活動共同宣傳	結合體育活動 賽事整合宣傳	11月客家小炒 全國競賽聯合促銷

註：已消費人數13.74萬\*800元/預算可支應1.32億元\*100%

圖1 各部會振興優惠措施方案

#### 五、政策效益

COVID-19疫情造成全球確診人數仍不斷攀升，但臺灣疫情仍屬穩定，多數人都能保持正常生活，國內實體經濟活動與金融體系亦正常運作，惟內需產業因疫情而受較大衝擊，透過振興三倍券的發放，已發揮點火效應，帶動消費提升與國內經濟回溫。

##### (一) 誘發國人消費意願，帶動額外消費擴增

振興三倍券發放時點正逢暑假，國人因疫情無法

出國，紛紛選擇於國內消費旅遊，且政府亦推出安心國旅補助等多項措施，並結合地方政府、民間業者、金融機構、行動支付業者、電子票證業者攜手推出各類促進消費之活動，以及各飯店、民宿、旅遊業者推出加碼優惠措施。

## **(二) 刺激零售業、餐飲業營業額明顯回溫**

在經濟解封後，振興三倍券促使國人出門消費意願提升，出現強勁消費動能。去年7月三倍券發放後，終止連續5個月經濟負成長，年增2.5%。而自去年8月至11月零售業營業額，更連續四個月均創下歷年同月新高。8月份營業額更創2010年3月以來最大增幅。第四季營業額為1兆600億元，年增2.4%。109年全年營業額為3兆8,616億元，創歷年新高，年增0.2%。

餐飲業方面，自去年9月至11月餐飲業營業額，連續三個月創歷年同月新高，其中10月份餐館業因中秋、國慶連假聚餐及出遊商機，加上適逢百貨公司週年慶帶來集客效應，年增6.3%。在政府振興措施、國內旅遊熱潮帶動下，營業額屢創成效。

此外，依據財政部統計營業人營業稅報繳情形，三倍券實施後，109年下半年各期(7-8月、9-10月及11-12月)之銷售額及營業稅均較前(108)年同期成長，且109年下半年逐期遞增，顯見三倍券確實促進消費動能。

## **(三) 有助於增加就業**

振興三倍券除帶動店家營收，同時也創造人力需

求提升，依據勞動部統計，減班休息(無薪假)人數從去年6月的3萬多人，至去年12月已減少為5至6千人；而去年12月的就業人數1,152萬7千人，也較去年6月份1,147萬2千人來的高，顯示三倍券使相關產業勞動市場回穩，確保勞工就業安定。

#### (四) 三倍券帶動經濟效益破千億

以數位三倍券推估，截至110年3月31日數位三倍券滿額回饋約176.4萬人，滿額累計消費達102.08億元，平均每人消費金額約5,785元(102.08億元/176.4萬人)。倘以每位民眾消費5,785元，估計至少達1,000億元以上經濟效益(5,785元x領用人數約2,332萬人，約估1,349億元)。

可見在經濟解封後，三倍券有效鼓勵國人走出戶外消費，刺激消費動能，帶動經濟效益達千億以上。

#### 伍、結語

為協助受疫情影響之內需型產業，活絡經濟、促進商業發展，政府發行振興三倍券，於內需消費受疫情影響而低迷之際，誘發國人消費意願，刺激內需消費動能，激勵國人走出戶外消費。這次政府發行振興三倍券，以「花一千元換三千元」概念，希望擴大乘數效果，刺激消費。加上，選擇在國內疫情受控、逐步鬆綁防疫管制措施的時機點，加以平台、店家及地方政府都大手筆加碼優惠，形成消費熱絡的氛圍，振興三倍券有效提振消費信心，刺激消費效果顯著。

振興三倍券發放以來，可看到國內業者均推出各類優惠

措施，對於拉抬國人消費意願及降低替代效果有顯著效益，且發放時點正逢暑假期間，因國外疫情未歇，且政府推出安心國旅補助等多項措施，有助吸引國人於國內旅遊，更進一步擴大振興三倍券點火內需之成效，帶動零售及餐飲業營業額均顯著回升。

振興三倍券同時帶來穩定勞動市場、提振國人消費意願、協助弱勢族群，以及諸多的外溢效果，在政府及民間共同攜手努力下，國內疫情趨穩，加以政府推出振興三倍券、國旅補助等振興方案，業者配合加碼優惠活動，有助刺激休閒與文化、交通、餐廳及旅館等支出。

同時，政府透過相關振興方案，可望緩和失業與減班休息人數，改善就業市場情勢，帶動民間消費成長。依據主計總處公布去年第4季經濟成長率概估值為5.09%，併計去年上半年，2020年經濟成長率3.11%，連續兩年位居亞洲四小龍第一，領先全球所有的已開發國家。主因歸於國人團結防疫，確保臺灣生產、製造、消費如常進行。

此外，加上三倍券等政府振興措施發酵，帶動振興消費穩住內需市場，增加了臺灣的經濟動能。顯見在世局變動情況下，政府能迅速找到因應之道，臺灣企業更能展現彈性、韌性與活力，這是居住在這塊土地上的我們共同的驕傲。