

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

我國民眾對三倍券政策看法之分析

學生：楊文瑄 鍾艾庭

楊逸婷 張鈺棠

鄒宜庭

指導老師：黃英哲 博士

中華民國一百一十年六月

明新科技大學

企業管理系

專題製作委員會審定書

楊文瑄 鍾艾庭

楊逸婷 張鈿棠

鄒宜庭

之畢業專題研究報告

題目：我國民眾對三倍券政策看法之分析

經本系委員會審議認為符合本系標準

指導老師：

口試委員：

中華民國一百一十年六月

授權書

茲授權明新科技大學企業管理系將本組畢業專題研究報告：

我國民眾對三倍券政策看法之分析

以電子出版品方式發行，例如將著作儲存於光碟，以光碟形式發行，或與電腦網路連結，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱讀、列印等，得不限時間與地域，為學術研究目的之利用。

立授權書人聲明並保證對上述授權之著作擁有著作權，得為此授權。唯本授權書為非專屬性之授權，立授權書人對上述授權之著作仍擁有著作權。

立授權書人：

授權人 (簽名、蓋章)	e-mail
楊文瑄	333ywx333@gmail.com
鍾艾庭	nicole88102520@gmail.com
楊逸婷	tinass501hyun@gmail.com
張鈞棠	edward250024@gmail.com
鄒宜庭	lucie1026@gmail.com

中華民國一百一十年六月

摘要

全球在 2019 年 12 月爆發出感染新冠肺炎的中國案例，於 2020 年 2 月上旬出現首例中國內地以外的死亡個案，並且在同年 2 月下旬全球的染疫人數以及死亡人數快速增長，而台灣在 2 月 4 日疫情大量擴散之前便宣布及時邊境管制政策，控管台灣入境的人口，以避免增加更多染疫人數。但是台灣卻也因為疫情而導致經濟下滑，因此政府於 2020 年 7 月 15 日實施並且發放以 1000 元換取 3000 元的振興三倍券，促進人民消費意願，並訂定 2020 年 12 月 31 日為一般民眾使用截止日期；2021 年 3 月 31 日為店家兌換截止日期。本研究透過問卷調查了解民眾對於三倍券的認知看法以及消費行為。也參考了 2009 年所發行消費券作為振興三倍券的比較。

本研究於 2021 年 3 月 9 日至 3 月 25 日進行三倍券之分析調查問卷，總共發出 358 份問卷，回收 358 份，回收率 100%。其中，結果顯示：本問卷受訪者多數居住在北部地區，女性受訪者較男性比例多，並且多為學生，尤其以 16-25 歲為居多。受訪者中大多數人皆認為三倍券能有效改善其生活，也因為三倍券的發放而使消費意願提升，在消費範圍中又以食品餐飲類為居多，其次才是居家用品類，這可能是因受訪者多為學生以及受雇者的身份，由於在發放三倍券後有大量餐廳為了響應此政策，紛紛舉辦了相關的活動以吸引更多的顧客，因此便有許多家庭、親友都相約前往餐廳用餐，順便聯絡許久不見的朋友。由上述可得，除了政府宣布政策，還需眾多的服務業配合舉行相關活動，不僅能使三倍券使用的更順利，也能使各服務業在其中獲得自身利益。

【關鍵詞】 振興三倍券、新冠肺炎、政策評價

誌 謝

首先我們要先誠摯的感謝黃英哲老師的所有教導與支持。若不是老師在最初告知我們該如何進行的方向性，我們或許還會卡在原點，無法順利前進。也謝謝老師總在我們不知所措的時候適時提點我們，以及給予了我們耐心、細心的教導，使我們能夠在其中發揮出自身最大的組織能力，並且能順利安排每一個成員該著手的事。其次是填寫問卷的每一位受訪者，若不是他們，我們無法快速收穫這麼大量的回饋。也要感謝團隊中的所有成員，在專題的研究過程中，彼此都有各自的生活要忙，也有著不同的意見，但大家還是突破了重重危機，克服了所有難題。在此次專題中，我們不只是完成了一份作業，更是達到了一種成就感，將來我們必然會對大學生活感到沒齒難忘。

目 錄

審定書	I
授權書	II
摘要	III
誌謝	VI
目錄	V
表目錄	VI
圖目錄	VII
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第二章 文獻回顧	3
第一節 三倍券的內涵與規定	3
第二節 三倍券相關文獻	7
第三節 三倍券發行效益評估	8
第三章 研究方法	13
第一節 研究架構	13
第二節 研究工具	14
第三節 資料分析方法	16
第四章 資料分析	17
第一節 研究對象與抽樣方法	17
第二節 抽樣回收情形	17
第三節 敘述統計分析	18
第四節 交叉及卡方檢定分析	42
第五章 結論與建議	56
第一節 結論	56

第二節 三倍券政策建議	58
第三節 研究限制	59
參考文獻	60

表目錄

表 2-1 三倍券政策的主要運作流程	3
表 2-2 消費券 v.s.三倍券 簡單比較	10
表 2-3 消費券與三倍券最終領取率	11
表 3-1 個人對於三倍券政策的評價調查	14
表 3-2 個人對三倍券的領取與使用情況	15
表 4-1 受訪者對於三倍券政策的評價	18
表 4-2 受訪者對三倍券的領取與使用情況	31
表 4-3 受訪者基本資料	37
表4-4 性別與若無三倍券就不會支用的項目佔持有三倍券總金額比例之交叉分析	42
表 4-5 年齡與是否同意三倍券對於改善您的生活會有幫助之交叉分析	43
表4-6 年齡與三倍券是否有使消費意願提升之交叉分析表	44
表4-7年齡與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析表	45
表 4-8 年齡與是從何管道得知三倍券之交叉分析表	46
表 4-9 年齡與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析表	47
表 4-10 年齡與如何領取或綁定三倍券之交叉分析表	48
表 4-11 職業與是否認為政府對於發放三倍券的政策有經過詳細的規劃評估之交叉分析	49
表 4-12 職業與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析	50
表 4-13 職業與三倍券被支用在哪一種項目比例最高之交叉分析表	51
表 4-14 居住地與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析	52
表4-15最近一年平均月收入與是否同意三倍券有使消費意願提升之交叉分析表	53
表4-16最近一年平均月收入與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券 之交叉分析	54

表 4-17 最近一年的平均每月收入與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析	55
--	----

圖目錄

圖 2-1 三倍券樣本	3
圖 3-1 研究架構圖	13
圖 4-1 受訪者是否同意三倍券對於改善生活會有幫助	18
圖 4-2 受訪者對於領取及使用三倍券的規定瞭解程度	18
圖 4-3 受訪者是否認為三倍券的使用期限規定是合適的	19
圖 4-4 受訪者對政府所發放三倍券的宣導是否足夠	20
圖 4-5 受訪者對政府發放三倍券的政策認同度	20
圖 4-6 受訪者是否同意三倍券有使自己的消費意願有所提升	21
圖 4-7 受訪者是否認為三倍券可以有效振興經濟	22
圖 4-8 受訪者是否認為三倍券政策有經過詳細規劃	22
圖 4-9 受訪者對於三倍券的不可找零規定為合理的	23
圖 4-10 受訪者是否認同三倍券的不可繳納規定	24
圖 4-11 受訪者是否認同三倍券不可用於股票投資	24
圖 4-12 受訪者是否認同三倍券不可用於繳交水電費	25
圖 4-13 受訪者是否認同三倍券不可用於儲值交易	26
圖 4-14 受訪者是否認同政府專屬為了弱勢者的政策	26
圖 4-15 受訪者對於數位綁定三倍券的瞭解程度如何	27
圖 4-16 受訪者是否認為數位綁定三倍券是方便的	28
圖 4-17 受訪者是否認為數位綁定三倍券是方便的	28
圖 4-18 受訪者是否希望政府未來可發放類似的消費補助券	29
圖 4-19 受訪者是否擔心三倍券會對我國財政收支有不利影響	30
圖 4-20 受訪者希望未來每次發放消費補助券金額應該多少	30

圖 4-21 受訪者是否已領取三倍券	31
圖 4-22 受訪者的三倍券有多少比例由自己支用	32
圖 4-23 受訪者的三倍券在有效期限內用完的比例有多少	33
圖 4-24 受訪者得知三倍券的管道	33
圖 4-25 受訪者三倍券所支用在何項目的比例最高	34
圖 4-26 受訪者是如何領取或綁定三倍券的	35
圖 4-27 受訪者若無三倍券就不會支用的項目金額占三倍券金額的比例有多少	36
圖 4-28 受訪者性別	37
圖 4-29 受訪者年齡	37
圖 4-30 受訪者職業	38
圖 4-31 受訪者工作所屬產業	39
圖 4-32 受訪者居住地	39
圖 4-33 受訪者居住地	40
圖 4-34 受訪者平均月收入	41

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

振興券的發放都是出自於人民用血汗換來的財富，在現今疫情稍緩的情況下，政府為了安撫民心提出：振興、刺激消費為主的政策。雖然這只是個替代性消費，而其對原來國民消費的習慣與偏好，若未能有任何新的刺激與轉變時，都只是紙上談兵。

「振興消費券」(內文簡稱:消費券)，是在 2008 年因全球金融風暴，政府為振興國內經濟而推出的政策，而消費券在 2009 年 9 月 30 日正式發放。這是台灣政府第一次使用這種政策試圖挽救國內經濟，想利用消費券來刺激民眾消費。根據主計處預估 2009 年的國內經濟成長率可以提升 0.64%，國內生產毛額 GDP(Gross Domestic Product)可達新台幣十三兆四千億元。看的出來當時政府對於推出消費券的政策非常有信心，也覺得可以挽救低迷的國內經濟。

「振興三倍券」(內文簡稱:三倍券)，是因應年全球新型冠狀病毒(COVID-19)的影響，政府於 2020 年振興國內經濟第二次推出的政策。而三倍券於 2020 年 7 月 15 日發放。主計總處公布，去年上半年台灣經濟成長率為 0.78%，預測全年經濟成長率達 2.54%。(楊舒晴，2020)

「振興經濟」，是這幾十年來上至政府下至民眾都在喊的口號。為了提升國內經濟成長，政府在非常時期推出的政策是否真的能振興國家經濟，都是民眾關注的焦點。而在 2009 年推出的消費券，政府當時舉債了 858 億元，看似很成功的政策，結果竟出乎意料的差。不只沒有像預期的經濟成長率一樣好，還因此增加了近 900 億的負債。相對的在此次政府推出的三倍券，和消費券的政策有了很大的區別，推出的時候就造成很大的話題和比較。

第二節 研究目的

因新冠肺炎疫情衝擊產業，全球經濟大受影響，台灣在疫情稍有紓緩後，為了挽救低迷的經濟情勢，各國政府積極推動各項振興經濟方案加以應對。而台灣的疫情雖然沒有像國外那麼嚴重，但也間接影響著台灣的經濟。因疫情引發的經濟衰退，也影響了民眾的生計。各國也都紛紛推出了振興政策，台灣民眾對於政府推出的政策有所期待。

政府先是公布防治及紓困振興特別條例，編列 600 億元特別預算，並盤點移緩濟急預算及基金共約 400 億元，提出第二波紓困方案，全面照顧產業、家庭與弱勢，此外，中央銀行調降政策利率及推出中小企業融通機制。(國家發展委員會，2020)

在正式發放三倍券之前，媒體、報章雜誌早已紛紛報導政府想要利用三倍券做為振興經濟的政策。而因台灣早在 2009 年發行過消費券，又因消費券發放的效果並沒有想像中的好。對於這次的三倍券，新的執政政府為了要區分消費券，光是在取名的時候就不停地改，就是希望此次的政策能夠帶給民眾不一樣的感覺。

本文將從政府制定的政策來討論。發放三倍券是振興經濟的方法之一，究竟它可以創造多少成效，以及它發放後是否有振興經濟，都是我們值得深入研究的方向。因此我們將在本論文中探討振興三倍券發放的成效與其功能，並且與 2009 年發放之振興消費券做比較，以及調查台灣民眾對於振興三倍券的使用和效果。

本研究的目的如下：

- (一) 民眾對於三倍券政策的看法如何
- (二) 數位綁定三倍券的效用
- (三) 消費券與三倍券之差異

第二章 文獻回顧

第一節 三倍券的內涵與規定

表 2-1 三倍券政策的主要運作流程

中央印製廠 (中央銀行)	內政部	經建會	財政部
印製	發放	使用	兌付
面額 500 元 4 張 200 元 5 張	統一發放： 2020/7/15，	1. 民眾用，商家肯收。 2. 2020/12/31 截止使用。	1. 已辦理營業 登記營業 人，向金融 機構兌領。 2. 2020/12/31 截止

資料來源:本研究

一、 三倍券的印製

每人 3,000 元的三倍券，分別為面額 500 元者 4 張、200 元者 5 張。

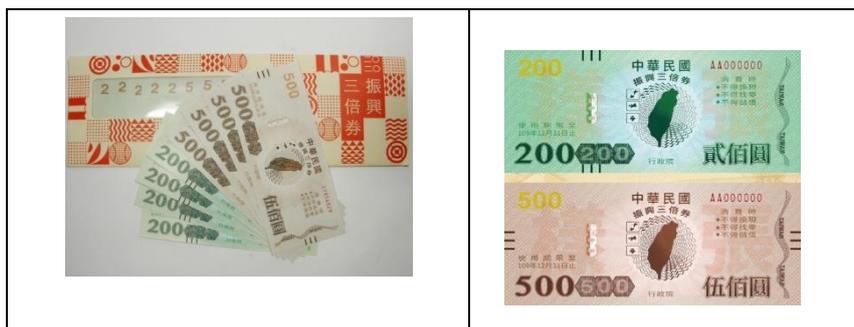


圖 2-1 三倍券樣本

圖資料來源: shutterstock、經濟部、行政院

二、 三倍券發放對象

(一)一般民眾

於中華民國 109 年 12 月 31 日以前，符合下列各款資格之一，得領取三倍券：

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，(為臺灣地區人民之配偶)。
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. 上開國人配偶因離婚或配偶死亡，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。

(二)弱勢民眾

於中華民國 109 年 6 月 1 日起至 109 年 12 月 31 日止，符合下列資格之一，無需申請，符合弱勢資格者，政府將直接匯入 1,000 元到我其帳戶供領用振興三倍券。

1. 領取身心障礙者生活補助者。
2. 領取中低收入老人生活津貼者。
3. 領取弱勢兒童及少年生活扶助者。
4. 領取弱勢家庭兒童及少年緊急生活扶助者。
5. 領取低收入戶兒童生活補助者。
6. 領取低收入戶就學生活補助者。
7. 領取特殊境遇家庭子女(含孫子女)生活津貼或子女(含孫子女)教育補助者及其申請人。
8. 低收入戶、中低收入戶未領取第一款至第七款各項補助者。同時符合前項二款以上資格者，不得重複受領補助。弱勢民眾領取認定資格，可撥打 1957 福利諮詢專線。

(三)新生兒

於中華民國 109 年 12 月 31 日前出生的，並辦妥出生登記取得身分證字號後，持健保卡或戶口名簿及 1,000 元至郵局營業時間領取即可。

三、 三倍券領取與使用規定

(一) 如何領取紙本振興三倍券？

1. 預訂及領取：可至官網或超商進行預訂：

預訂期間：第一梯 7/1~7/7，第二梯 7/8~7/12，第三梯 8/1~8/7。

領券期間：第一梯 7/15~7/31，第二梯 7/22~7/31，第三梯 8/15~8/31。

(二) 振興三倍券有哪些方式可以使用？

1. 紙本三倍券：民眾以 1,000 元領取價值 3,000 元振興三倍券，面額分別為 500 元 4 張、200 元 5 張。

2. 數位三倍券：任選行動支付、電子票證、信用卡，累積消費滿 3,000 元，可向政府領取 2,000 元。

(三) 誰可以使用振興三倍券？

於中華民國 109 年 12 月 31 日以前，符合下列各款資格之一，得領取三倍券：

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(為臺灣地區人民之配偶)。
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. 上開國人配偶因離婚或配偶死亡，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。

(四) 振興三倍券使用期限

1. 紙本三倍券：7/15 領取後即可使用，12/31 截止領取與使用。

2. 數位三倍券：7/1 開始綁定，7/15 開始消費累計，12/31 消費累計截止。

(五) 振興三倍券可以用在哪裡？有什麼使用的限制嗎？

1. 全國實體店家皆可用。

2. 不能使用範圍如下：

- (1) 繳納公用事業水費、電費。
- (2) 繳納金融機構或實際從事融資行為營業人之授信本息、費用或信用卡帳款。
- (3) 購買或投資股票、公司債、認購(售)權證、受益憑證、保單或其他金融商品。

- (4) 繳納罰金、易科罰金、罰鍰、稅捐、行政規費、汽車燃料使用費、勞保費、健保費、國民年金保險費或其他公法上金錢給付義務。
- (5) 購買菸品、商品（服務）禮券、現金禮券或儲值交易之行為。
- (6) 不得作為抵銷、扣押、供擔保或強制執行之標的。
- (7) 點數卡及儲值卡皆不可以使用振興三倍券。

(六)外籍人士是否可以領取？

- 1. 外籍勞工、看護工不符合興三倍券領取資格。
- 2. 投資移民、技術移民假如不是國人配偶就不符合振興三倍券領取資格。

(七)振興三倍券可以使用於醫院?可繳醫藥費?

可以，不論公私醫療院所(含診所掛號費、長照費用)皆可以使用振興三倍券。

(八)三倍券的兌付

- 1.有統一編號之營業人。
- 2.無統一編號之營業人，得委託有統一編號或由中央目的事業主管機關編製類統一編號之商圈組織、市場或攤販集中場（區）管理組織或受委託代表人、產業公（協）會、產業工會或職業工會兌領者。

(九)三倍券之防偽措施

每張三倍券採用鈔券規格並具有高標準防偽等級，防偽設計包括隱藏字、微小字、視障浮凸符碼、螢光纖維絲、變色流水碼、正面左上轉動變色、正反套印無接縫或扭曲等7大防偽特點，杜絕偽券之可能性。

第二節 三倍券相關文獻

一、三倍券之領用

三倍振興券的領取方式有兩種，一為紙本振興券，是讓民眾以新台幣 1,000 元領取價值 3,000 元的實體振興券，二為數位振興券，它則是可在行動支付、信用卡、電子票證中選出一種消費通道，累積消費滿新台幣 3,000 元，便可向政府領取 2,000 元的非實體振興券，由於採取記名制，民眾只能從兩種方法中擇一使用，除了政府核定需要補助的人民以外，皆需自費 1,000 或 2,000 元以領取振興券，而政府核定之具有福利身分且領有補助者則是會由政府單位自動匯入 1,000 元至帳戶，可自行選擇要使用實體紙本券或數位綁定，另外政府核定有福利身分卻無領取補助者，一樣可持健保卡於郵局櫃檯領取免付費之實體紙本券。

二、三倍券之概述

在新冠肺炎疫情爆發時期，許多國家為了要全面控制住疫情的蔓延而選擇了效仿中國的封城模式，嚴格實施居家及邊境的管制，但是卻也導致國際貿易間的大量下跌，而各國內的消費力也逐漸下滑，在消費及貿易雙雙不樂觀的情況下，許多國際機構皆預估出今年全球的經濟成長率可能將比去年減少 5%，而全球貿易額也將減少 13% 左右，因此各國政府為穩固經濟，紛紛採取各種財政補貼與貨幣寬鬆政策，不僅是美國、歐盟以及日本等國家，皆採用了這些相關方法。

民眾也曾經有過「為何不直接發放現金？」的相關疑問，而政府也給出了相關的答案，「直接發現金 2,000 元，消費效益就只有 2,000 元。」反之，若是用三倍券我們的消費效益便能有 3,000 元，並且再加上業者自行加碼的優惠產品，消費效益能夠高於 3,000 元以上，比直接發放現金還高上了許多。

政府於 2020 年 7 月 15 日開始發放振興三倍券，並且在同年的 7 月 23 日開始受理店家兌換所收之紙本振興券，結於 2021 年 3 月 31 日，統計至 2021 年 3 月 2 日已兌換總金額約 640.89 億元，佔了已領取並使用的紙本振興券金額達 99.28%，在政府規定的期限內皆可至全國 6,221 家兌付金融機構進行兌換，而有在 7、8 月至超商預付 1,000 元，但是未能領取振興三倍券者可向政府處理後續退費。

第三節 三倍券發行效益評估

台灣 2020 年台灣全年經濟成長率 3.11%，台灣經濟成長原因，主要是疫情管控得宜，加上台灣經濟命脈半導體產品的出口持續旺盛，晶片（又稱芯片）代工佔全球主導地位，間接帶動相關產業及經濟成長，不過，相關數據仍指出台灣的民間消費仍因為疫情打擊，處於負成長。

因各地疫情嚴重，中央流行疫情指揮中心宣布外籍人士禁止入境，對於我國觀光旅遊業是一大重創！因此為了振興經濟，國會通過「嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別條例」賦予主管機關得以振興經濟為由制定相關的行政規則。

綜觀因疫情受創最為嚴重的產業為觀光旅遊業，民眾不外出消費，國內消費備受衝擊，在疫情趨穩下，政府順勢推出「振興三倍券」以刺激國內消費、提振經濟。設計以 1,000 元換取面額 3,000 元的方式，刺激民眾從口袋中額外掏錢消費，進而達到刺激消費的效果。

雖然我國的疫情控制的不錯，但是在 2020 年二月以後，國人也因為擔心受到感染而不願意出門，減少消費，再加上封鎖邊境，造成二月以後的國際觀光客完全消失，最終使得國內的消費大幅下降。為了振興經濟，行政院開始計畫提出振興經濟方案，最受到矚目的就是發放三倍券，因為這是直接對全民發放。

2020 年 5 月中以來民間消費開始好轉，但振興三倍券預計 7 月 15 日上路，對部分苦撐多時的中小企業而言，恐怕還是太晚了些，政府若能想辦法克服相關行政作業問題，讓振興方案提早啟動，振興三倍券創造的經濟效益應會更佳。（鄭琪芳，2020）

淺談新冠肺炎（COVID-19）疫情對我國產業的影響：中國大陸是臺灣主要的出口市場、最大的投資地區，兩岸長期分工形成緊密的供應鏈，日韓為臺灣重要的原物料與關鍵零組件提供者，而歐美是全球最大消費市場，因此肺炎疫情的後續發展，對臺灣產業經濟有高度的影響和衝擊，發放三倍券振興國內消費來降低疫情對產業活動的衝擊。

這一次的三倍券是要人自花 1,000 去購買三倍券，號稱可以增加三倍的消費，但是因為民眾手中的現金少了 1,000 元，因此也同時會減少 1,000 元的支出，所以實際產生消費增加等於每人多出 2,000 元的效果，振興三倍券總預算為新台幣 511 億元，而各部會加碼推出藝 FUN 券、客委會浪漫客庄旅遊券、農委會農遊券和教育部動滋券等 4 類振興券，加上各行各業不斷推出三倍券加碼好康優惠，經濟部估計可創造千億商機。

上述提到的 4 類振興券，文化部以 12 億元預算推出 200 萬份藝 FUN 券，每份 600 元，估計可創造 50 億元產值；客委會投入 1.32 億發放 28 萬份浪漫客庄旅遊券，每人 800 元，估計可帶動 4.3 億產值。

另外，農委會以 12.5 億的預算發出 500 萬份農遊券，每人 250 元，可創造效益超過 50 億元；教育部編列 20 億元預算，推出 400 萬份動滋券，每人 500 元，可帶動運動商機。

文化部總計藝 FUN 券、客委會浪漫客庄旅遊券、農委會農遊券和教育部動滋券，這 4 類振興券，估計共可創造超過 104.3 億元的產值。

與 2009 年因金融海嘯發放的消費券相比

振興經濟消費券：

2008 年金融海嘯衝擊全球經濟，當時行政院建議以發放消費券的方案刺激消費，立法院通過《振興經濟消費券發放特別條例》，於 2009 年發行「振興經濟消費券」，簡稱「消費券」。

當時發放標準以人為單位，舉債約 850 億發放面額新台幣 3600 元的消費券，每人都可領取，凡是於 2009 年 3 月 31 日前出生，且具有中華民國國籍，或是領有中華民國外僑居留證之外籍配偶等，皆可領取。

領取方式則仿效投開票所方式，分為兩階段發放，民眾須持領券通知單以及身分證，到指定地點領取，領取當日可開始使用，有效期限到 2009 年 9 月 30 日。

表 2-2 消費券 v.s.三倍券 簡單比較

消費券	項目	三倍券
3600 元	每人金額	3000 元
3600 元	政府支出	2000 元
0 元	自付額	1000 元
856 億元	預算總額	460 億元
紙本	使用形式	電子票券、電子支付、 信用卡、紙本
與現金替代，除了政府支出以外，幾乎無額外消費	效益	政府支出以外，額外帶動 230 億民間消費，刺激經濟
0.28%到 0.43%	增加 GDP	中經院預測，假設替代率 70%情況下，約可增加 0.44 個百分點

資料來源：(自由財經，黃佩君)

2009 年馬政府發放的消費券，主要目的是以「紓困」為主。在金融海嘯時的經濟困境，以紓困民眾的負擔為目標，因而發放消費券。而這次 2020 年的振興券，其主要目標是「振興」，兩者背景與目標不同，理所當然就會有不同的發放邏輯。

此外，振興券除了希望振興經濟以外，同時背後隱藏著「乘數效應」的意義。乘數效應，背後的假設是「需求增加能帶動生產，繼而牽動消費，最終讓國民收入大於投入所需。」乘數效應常是政府用作增加政府開支、刺激經濟的理論依據。因此這次政府就透過，「民眾支出 1,000 元，換取振興三倍券 3,000 元」的方式，期待能夠帶來擴大乘數效果、淡化替代效果的解決方案。

表 2-3 消費券與三倍券最終領取率

年份	名稱(簡稱)	最終總領取率(%)
2009 年	消費券	99.40%
2020 年	三倍券	98.35%

資料來源:本研究

2009 年馬政府時期的消費券。第一天領取率便有 90%，第一週的領取率為 95%。三倍券，發放方式複雜，二月提議，到七月中旬才發放，有很多人上網登記，最終仍領取實體券，三倍券領取行政效率低。

三倍券發放的時間點可望引發「報復性消費」，這點正是消費券當時的背景所無法相比的。

補償性消費 Compensatory consumption：

中經院以「報復性消費」形容，報復性消費一詞是由於新冠肺炎疫情而產生的新名詞，根據 CNN Business 文章《Chinese Shoppers Are Giving Luxury Brands Some Hope》將報復性消費翻譯為 revenge spending。其實在 1988 年一位經濟學家 Gronmo 就針對此一現象提出相關研究，並將此概念稱為「compensatory consumption (補償性消費)」，指出有些消費行為是因為行為和需求之間系統性的不一致所導致。

但既然是報復性消費，就不會一直持續，是因為疫情緩和，開始慢慢解封，過去幾個月無法進行的消費現在爆發出來，全球以購買奢侈品為主，台灣則在住宿和餐飲業方面相當明顯。

消費券政策對當年度經濟成長率之貢獻約 0.28 至 0.43 個百分點，未及原先預期的提升 0.64 個百分點。以結果顯示，消費券之發放替代效果偏高，消費券未能多次流通，乘數效果有限，對經濟成長之貢獻未如預期。三倍券政策對經濟成長率之貢獻約 0.09%。

金額太少，無法造成擴張效果：當人們所得增加，在其它條件不變情形下，消費力會隨之上升；然而國內民眾所得尚未顯著增加，此時政府發放 3,000 元的三倍券，對多數民眾而言，個人所得不會因為有三倍券而大幅提高，基本上多數仍會用在「原本」就要購買的消費上，此即為一種「替代效果」，無法達到原先規劃的「擴張效果」。

一、三倍券發放時機

台灣疫情並非同國外一般，蔓延的如此迅速，但卻也影響到了國內的經濟，因人民擔心疫情感染而不願出門，以及為防止國際間病毒的流通，台灣在疫情爆發時便進行了邊境封鎖，雖可有效隔絕國際間的感染力，但是卻也因此阻絕了國際觀光客的數量，使得國內消費大幅下降。而最後政府則決定要以發放振興券方式激起台灣民眾的購買力，但是從開始研擬提出振興經濟方案到真正實施發法耗費太多時間，尤其台灣疫情最嚴重時期為三至四月，經濟也受打擊最大的時候，然而政府卻也未商協好決策方案，導致錯過了最佳發放時間，一直拖延到七月中旬才開始發放，也正是疫情控管住，人民想出門消費的時期，所以從六月底便開始出現了「報復性消費」一詞，在人們已經開始想要大量消費的時候再發放三倍券，其效果可能很有限，也就是說，七月中旬發放可能已經錯過最佳發放的時機了。(國政基金會，林祖嘉)

二、台灣民眾對三倍券之不同觀點

主要理由在於，流動性百分百的現金沒有使用期限，一旦放在口袋裡很容易被忽略掉，對比較有錢的人來說更是如此。

現金方式對當時需要振興的諸多產業來說，反而緩不濟急。振興或消費券則有限定使用期限的優點，因此短期內比較會有帶動消費的「點火」效果。

台灣的防疫全世界第一名，經濟受衝擊的程度自然相對輕微；後續的紓困振興量力而為，把錢花在刀口上，更是政府當為之事。一如當初的防疫工作邊做邊改，如今的紓困振興工作當然也有不周到，必須調整的地方，但拿著一個已被證明是錯誤的政策指鹿為馬，到處頤指氣使，其實是把國家預算丟到水裡面。

第三章 研究方法

第一節 研究架構

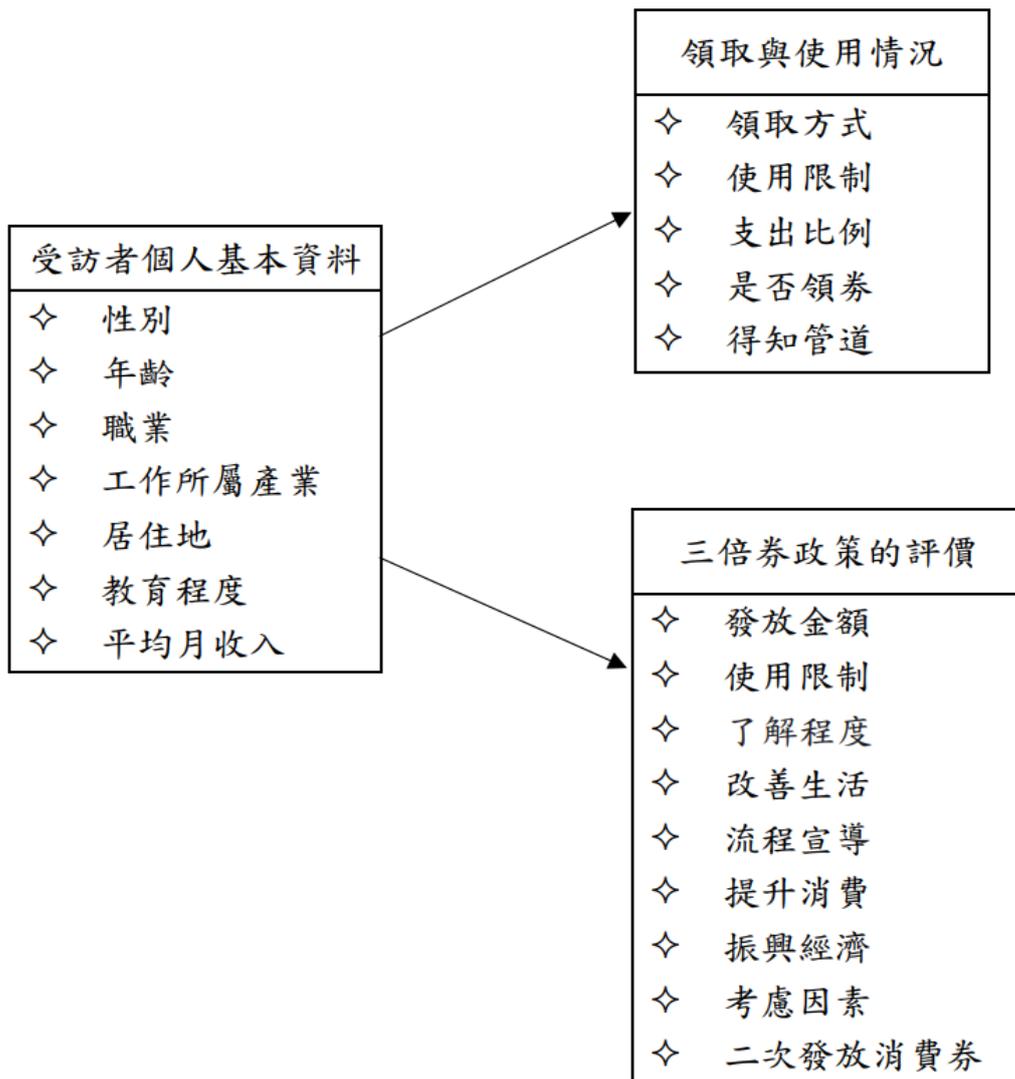


圖 3-1 研究架構圖

圖表來源:本研究

第二節 研究工具

本研究使用的是問卷調查法，藉由問卷測量下列三個部分：

一、個人對於三倍券政策的評價

表 3-1 個人對於三倍券政策的評價調查

構面	操作定義
對三倍券政策評價的調查	1. 三倍券對於改善生活的幫助
	2. 對於領取及使用三倍券之規定的了解
	3. 2020 年 12 月 31 日為三倍券使用期限之適當性
	4. 三倍券發放流程與規定的宣導之足夠性
	5. 對於政府發放三倍券政策認同度
	6. 三倍券提升自己消費意願的程度
	7. 三倍券政策對振興經濟的效果
	8. 三倍券政策之詳細規劃評估程度
	9. 三倍券規定不可找零
	10. 三倍券規定不可用於繳納稅捐、罰金罰鍰、行政規費、健保費
	11. 三倍券規定不可用於股票投資
	12. 三倍券規定不可用於繳交水電費
	13. 三倍券規定不可用於儲值交易(例如遊戲點數)
	14. 直接匯一千元到中低收入戶者的帳戶，讓他們有錢買三倍券
	15. 對於數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券之瞭解程度
	16. 數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券之使用方便性
	17. 數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券的優惠之足夠性
	18. 希望未來可發放更多類似三倍券的消費補助券
	19. 擔心三倍券將對我國財政收支有不利影響(造成財政赤字)
	20. 希望未來每次發放類似的消費券金額至少每人多少元

二、個人對三倍券的領取與使用情況

表 3-2 個人對三倍券的領取與使用情況

構面	操作定義
使用情況的調查與對三倍券領取	21.是否已經(自行或由他人代為)領取三倍券
	22.三倍券由自己來支用(而非送給他人)的比例
	23.三倍券在有效期限內已經使用(自己用或送給別人)之比例
	24.獲知三倍券訊息的管道
	25.三倍券被支用比例最高的項目
	26.領取或綁定三倍券的方式
	27.若無三倍券就不会去支用金額所佔比例

三、受訪者個人基本資料

基本資料包括性別、年齡、職業、工作所屬產業、居住地、教育程度、平均月收入等七項。

第三節 資料分析方法

一、敘述統計分析

用以敘述樣本的特性，包括消費者對三倍券政策的評價、對三倍券的領取與使用情況及受訪者的個人基本資料。

二、卡方檢定

統計分析時，通常採用列聯表(contingency table)以計次方式呈現類別尺度資料；

卡方檢定為用以處理分類並計次資料的統計方法。

通常是以觀察次數 (observed frequency, O) 及期望次數 (expected frequency, E) 的比較來進行檢定。

所有類別之 $(O - E)^2 / E$ 加總，即算得檢定用的統計量 χ^2 值。

再依自由度與顯著水平的要求對照「卡方分佈表」，以判定 χ^2 值是否落於拒絕區域。

卡方檢定的期望範圍和期望值

期望範圍。依預設，變數的每個不同值會被定義為類別。若要在指定的範圍內建立類別，請選取使用指定的範圍，並輸入下限或上限的整數值。各整數值會在所包含的範圍內建立類別，而其數值在範圍之外的觀察值則予以排除。例如，如果您指定的下限值為 1 而上限值為 4，那麼卡方檢定將只會使用介於 1 到 4 之間的整數值。

期望值。依預設，所有類別的期望值都相等。此外，類別也可以有使用者指定的期望比例。選擇數值，並為檢定變數的每個類別輸入大於 0 的值，然後按一下「新增」。每次您新增數值時，該值便會顯示在數值清單的底部。數值的順序非常重要，因為它會對應到檢定變數之類別數值的遞增順序。其中，清單中的第一個數值，會對應到檢定變數的最低組別數值，而最後一個數值，則對應至最高的數值。數值清單中的各項要素會被加總，然後各數值再除以這個總和，以算出在對應類別中的期望觀察值比例。例如，3、4、5、4 的數值清單，指定期望比例為 3/16、4/16、5/16 和 4/16。

第四章 資料分析

第一節 研究對象與抽樣方法

本研究欲了解消費者對於政府所發放的三倍券評價、政策了解程度以及消費者對三倍券的領取與使用狀況，由於三倍券是國內現有戶籍之國民皆可領取的，所以本研究將目標族群設定在多方面的調查，例如各年齡層、地區、職業為樣本。本研究透過網路問卷進行隨機發放，使用抽樣方法為簡單隨機抽樣。

第二節 樣本回收情形

本研究為了瞭解政府發放三倍券對民眾消費行為是否有影響以及使用三倍券的滿意度，選擇以各個年齡層當作研究樣本。因此本研究希望在最短的時間內蒐集到最多有效問卷，加上因為疫情的關係，我們選擇以網路的方式發放問卷。故而本研究於 2021 年 3 月 9 日至 3 月 23 日，總共發出 358 份問卷，回收 358 份，收回率 100%，其中無效問卷為 0 份，有效回收率為 100%。

第三節 敘述統計分析

第一部分：個人對於三倍券政策的評價

本研究回饋總份數 358 份中，其中 39.1%同意三倍券有改善受訪者的生活；有 52.8%的人了解領取及使用三倍券的規定；多數人認為其使用期限的規定是適當的(58.4%)；有 41.3%人認為發放流程與規定的宣導做的足夠；對於政府的發放政策有 38%人認同；其中同意三倍券有使本身消費意願提升的有 42.7%；認為三倍券政策可有效振興經濟的占多數人(38%)；其大部分人認為政府發放三倍券政策有經過詳細規劃與評估(33.5%)；有 44.4%人三倍券不可找零的規定是合理的；政府之不可用於繳交稅捐、罰金罰鍰...等規定，有 47.8%人表示認同，並且也認同不可用於股票投資(47.2%)及繳交水電費(35.5%)，也有 38.3%認同三倍券不可用於儲值交易；為了照顧弱勢者，政府直接匯入一千元給予中低收入戶者，以便購買三倍券，其中有 39.7%受訪者同意；對於三倍券數位綁定的瞭解程度有 33.5%人表示普通，而有 33%人認為數位綁定的方便性為普通，也有 40.5%人對數位綁定所提供的優惠是否足夠表示普通；多數人希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券給民眾(32.4%)；有大多受訪者擔心發放三倍券會造成我國財政收支有

不利影響(34.6%)；希望政府未來每次發放 3,001-6,000 元的人占多數(43.6%)。

表 4-1 受訪者對於三倍券政策的評價

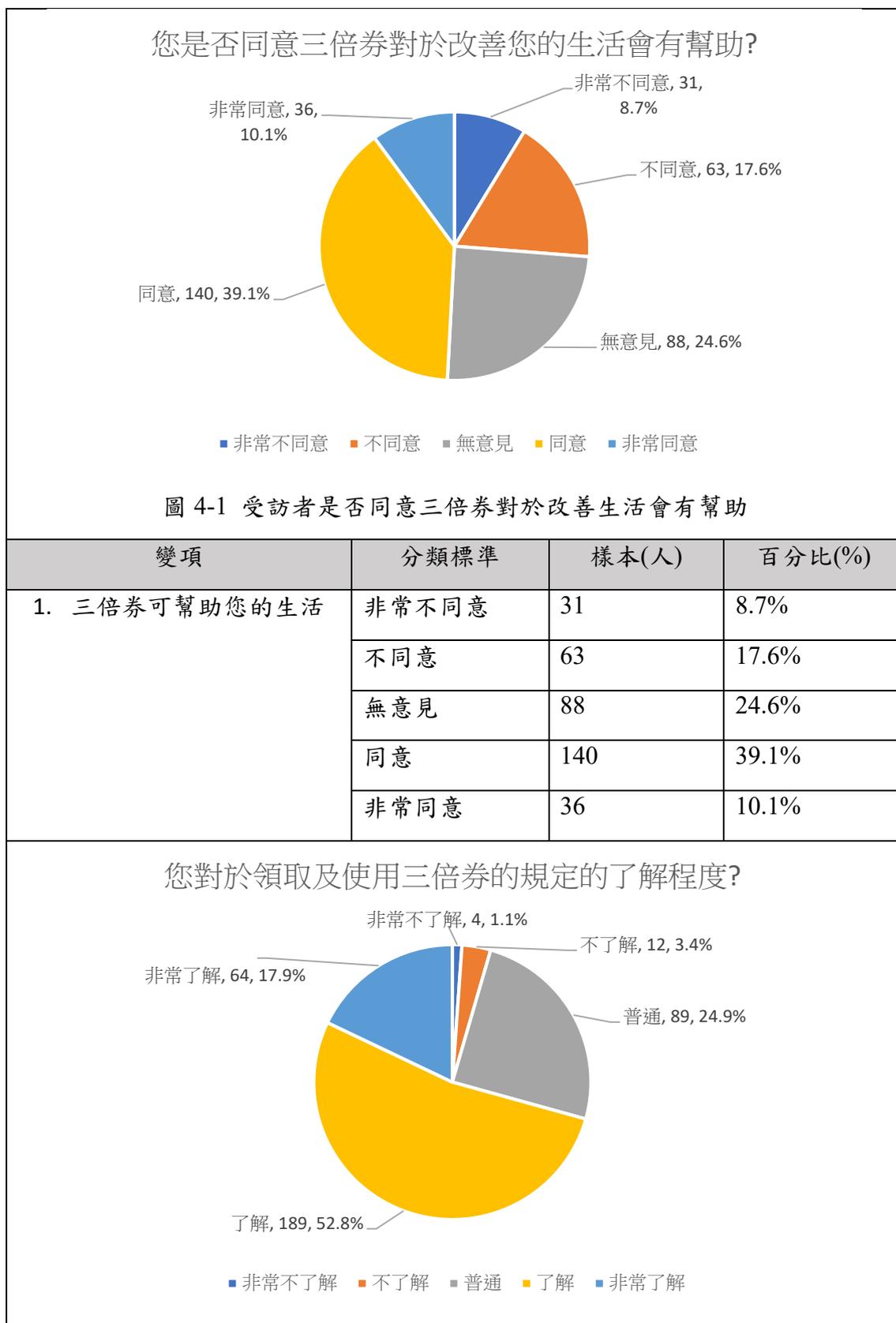


圖 4-2 受訪者對於領取及使用三倍券的規定瞭解程度

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
2.對於領取及使用三倍券的規定	非常不了解	4	1.1%
	不了解	12	3.4%
	普通	89	24.9%
	了解	189	52.8%
	非常了解	64	17.9%

您認為2020年7月15日發放的三倍券，以2020年12月31日為其使用期限的規定是否適當？

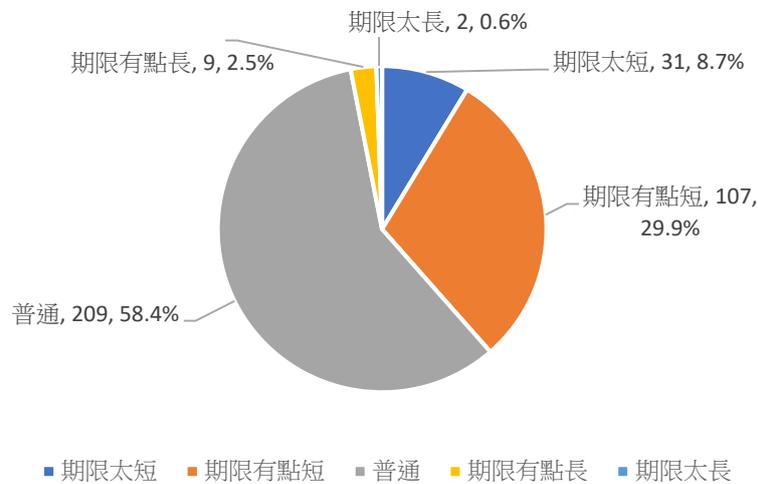
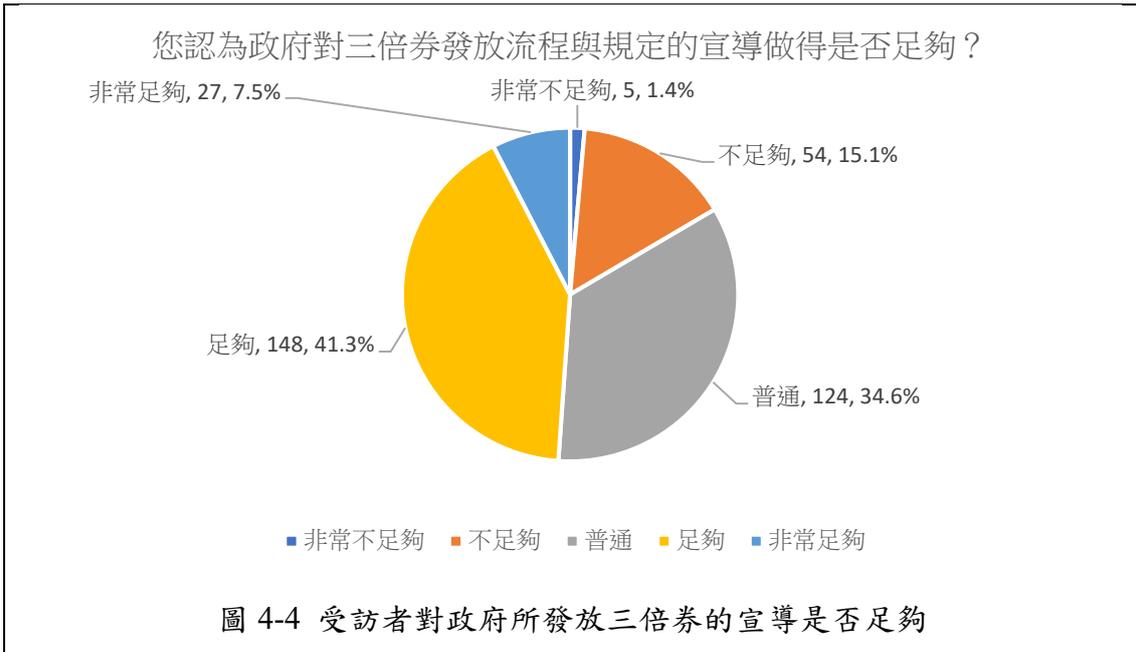
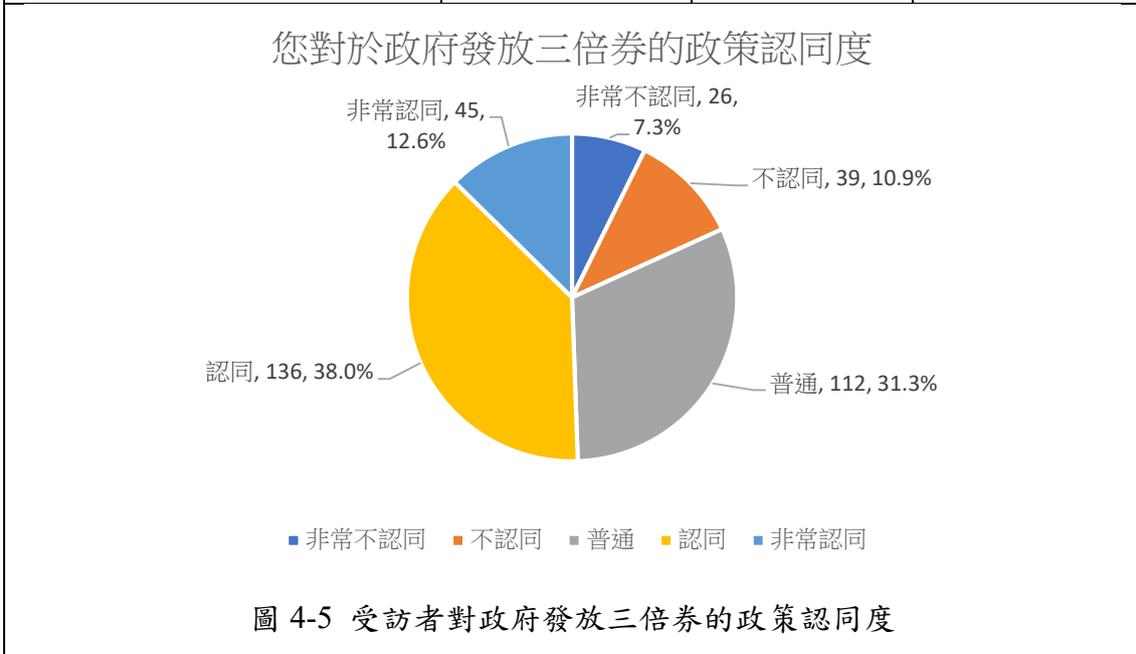


圖 4-3 受訪者是否認為三倍券的使用期限規定是合適的

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
3.認為 2020 年 7 月 15 日發放的三倍券，以 2020 年 12 月 31 日為其使用期限的規定	期限太短	31	8.7%
	期限有點短	107	29.9%
	普通	209	58.4%
	期限有點長	9	2.5%
	期限太長	2	0.6%

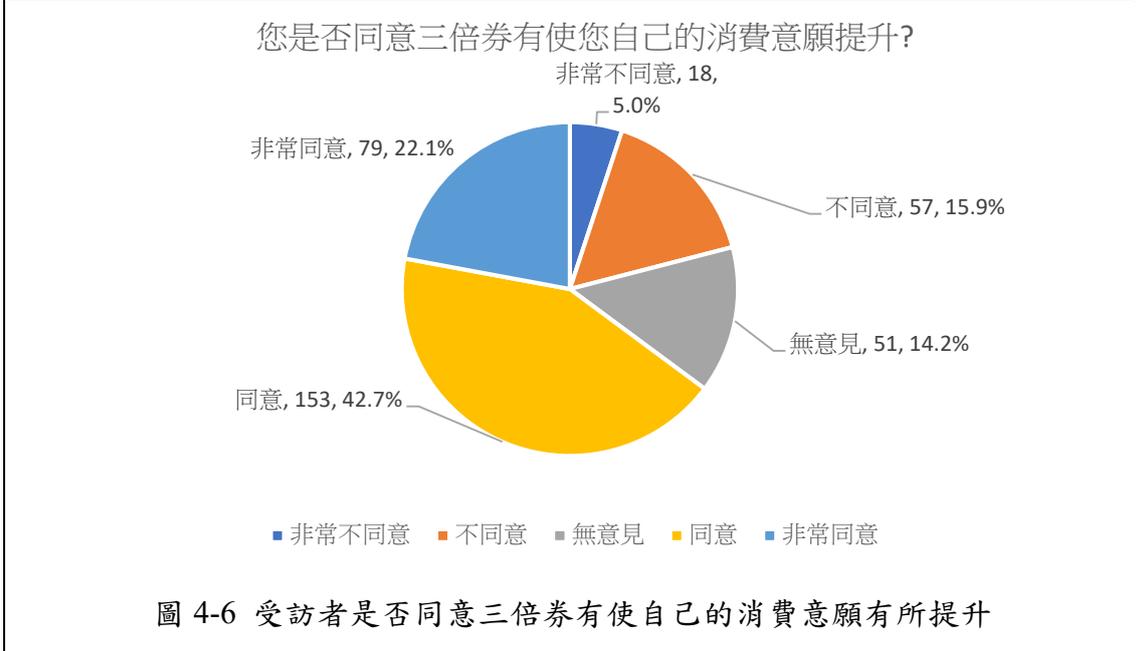


變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
4.政府對三倍券發放流程與規定的宣導	非常不足夠	5	1.4%
	不足夠	54	15.1%
	普通	124	34.6%
	足夠	148	41.3%
	非常足夠	27	7.5%



變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
	非常不認同	26	7.3%

5.對於政府發放三倍券的政 策認同度	不認同	39	10.9%
	普通	112	31.3%
	認同	136	38%
	非常認同	45	12.6%



變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
6.三倍券有使您自己的消費 意願提升	非常不同意	18	5%
	不同意	57	15.9%
	無意見	51	14.2%
	同意	153	42.7%
	非常同意	79	22.1%

您是否認為三倍券政策可以有效振興經濟?

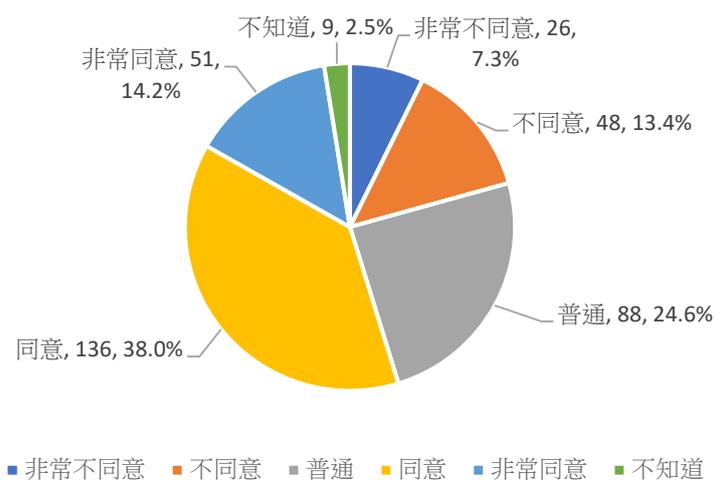


圖 4-7 受訪者是否認為三倍券可以有效振興經濟

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
7.三倍券政策可以有效振興經濟	非常不同意	26	7.3%
	不同意	48	13.4%
	普通	88	24.6%
	同意	136	38%
	非常同意	51	14.2%
	不知道	9	2.5%

您是否認為政府對於發放三倍券的政策有經過詳細的規劃評估?

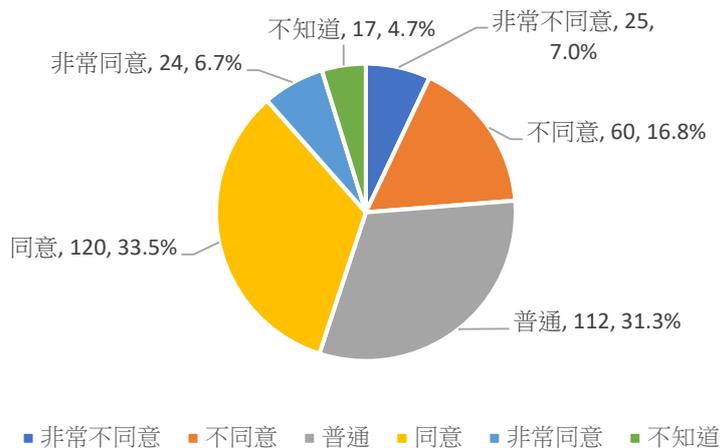


圖 4-8 受訪者是否認為三倍券政策有經過詳細規劃

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
----	------	-------	--------

8.認為政府對於發放三倍券的政策有經過詳細的規劃評估	非常不同意	25	7%
	不同意	60	16.8%
	普通	112	31.3%
	同意	120	33.5%
	非常同意	24	6.7%
	不知道	17	4.7%

您認為三倍券的不可找零的規定是否合理？

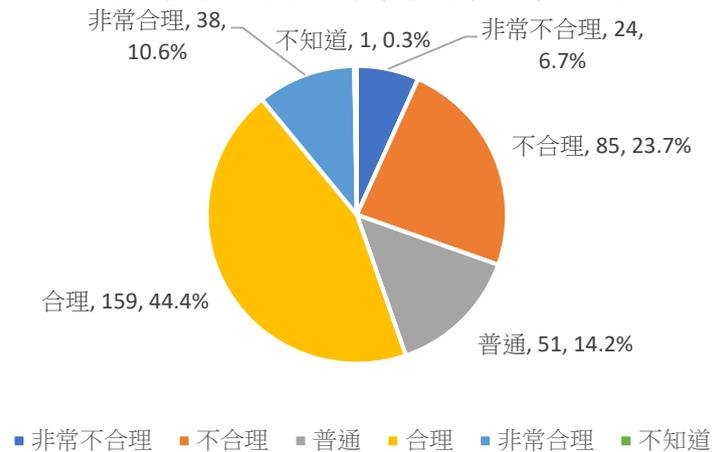


圖 4-9 受訪者對於三倍券的不可找零規定為合理的

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
9.三倍券的不可找零的規定	非常不合理	24	6.7%
	不合理	85	23.7%
	普通	51	14.2%
	合理	159	44.4%
	非常合理	38	10.6%
	不知道	1	0.3%

政府規定三倍券不可用於繳納稅捐、罰金罰鍰、行政規費、健保費等等，您是否認同？

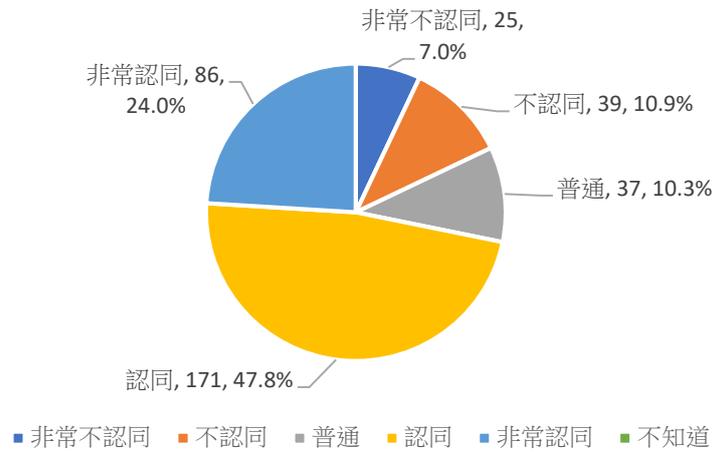


圖 4-10 受訪者是否認同三倍券的不可繳納規定

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
10. 三倍券不可用於繳納稅捐、罰金罰鍰、行政規費、健保費等等	非常不認同	25	7%
	不認同	39	10.9%
	普通	37	10.3%
	認同	171	47.8%
	非常認同	86	24%
	不知道	0	0%

政府規定三倍券不可用於股票投資，您是否認同？

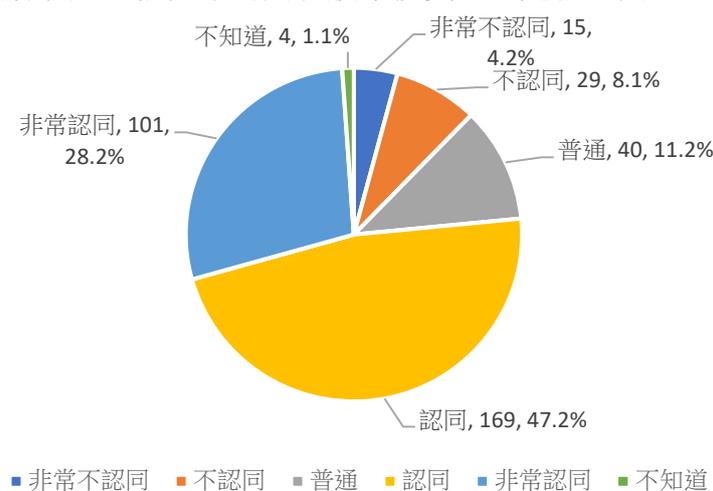


圖 4-11 受訪者是否認同三倍券不可用於股票投資

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
----	------	-------	--------

11.三倍券不可用於股票投資	非常不認同	15	4.2%
	不認同	29	8.1%
	普通	40	11.2%
	認同	169	47.2%
	非常認同	101	28.2%
	不知道	4	1.1%

政府規定三倍券不可用於繳交水電費，您是否認同？

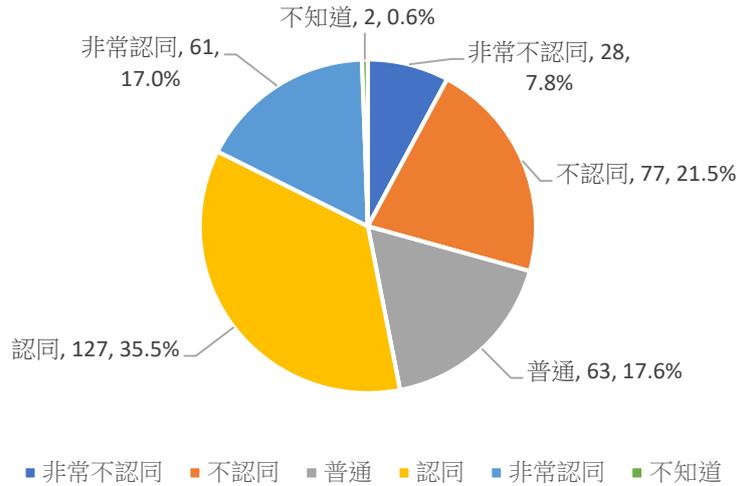


圖 4-12 受訪者是否認同三倍券不可用於繳交水電費

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
12.三倍券不可用於繳交水電費	非常不認同	28	7.8%
	不認同	77	21.5%
	普通	63	17.6%
	認同	127	35.5%
	非常認同	61	17%
	不知道	2	0.6%

政府規定三倍券不可用於儲值交易(例如遊戲點數)，您是否認同?

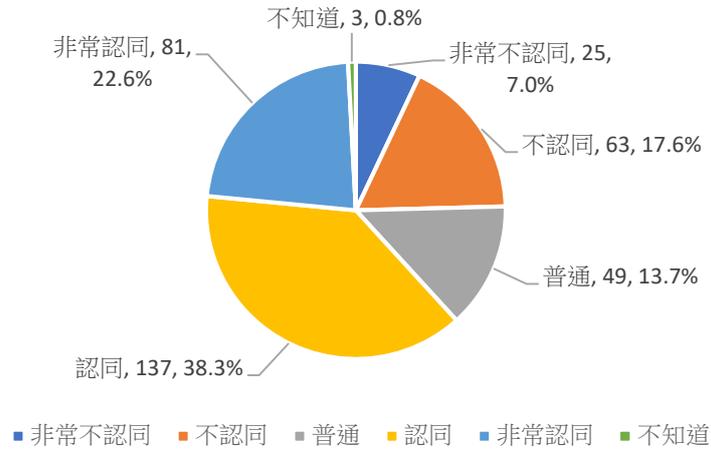


圖 4-13 受訪者是否認同三倍券不可用於儲值交易

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
13.三倍券不可用於儲值交易 (例如遊戲點數)，	非常不認同	25	7%
	不認同	63	17.6%
	普通	49	13.7%
	認同	137	38.3%
	非常認同	81	22.6%
	不知道	3	0.8%

為了照顧弱勢者，政府直接匯一千元到中低收入戶者的帳戶，讓他們有錢買三倍券，您是否認同?

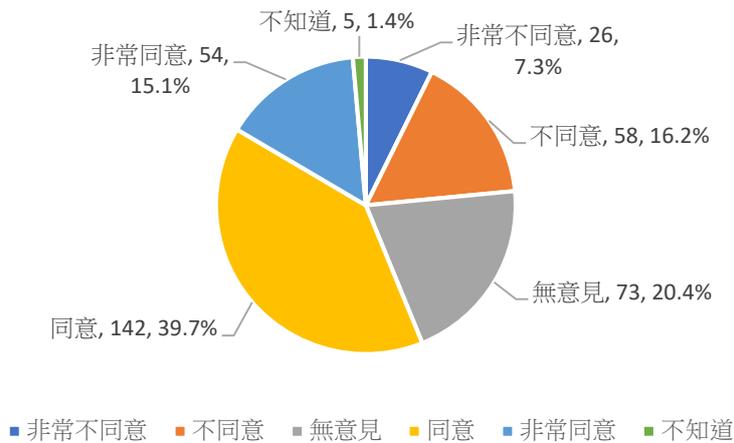


圖 4-14 受訪者是否認同政府專屬為了弱勢者的政策

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
----	------	-------	--------

14. 為了照顧弱勢者，政府直接匯一千元到中低收入戶者的帳戶，讓他們有錢買三倍券	非常不同意	26	7.3%
	不同意	58	16.2%
	無意見	73	20.4%
	同意	142	39.7%
	非常同意	54	15.1%
	不知道	5	1.4%

您對於數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券的瞭解程度如何?

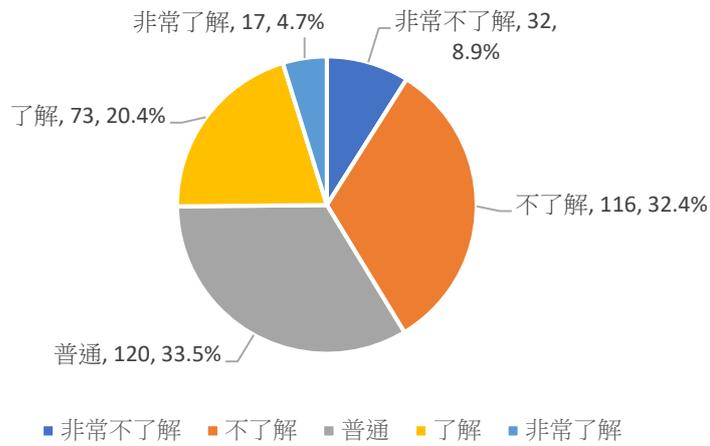


圖 4-15 受訪者對於數位綁定三倍券的瞭解程度如何

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
15.對於數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券的瞭解程度	非常不了解	32	8.9%
	不了解	116	32.4%
	普通	120	33.5%
	了解	73	20.4%
	非常了解	17	4.7%

您認為數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券是否使用方便?

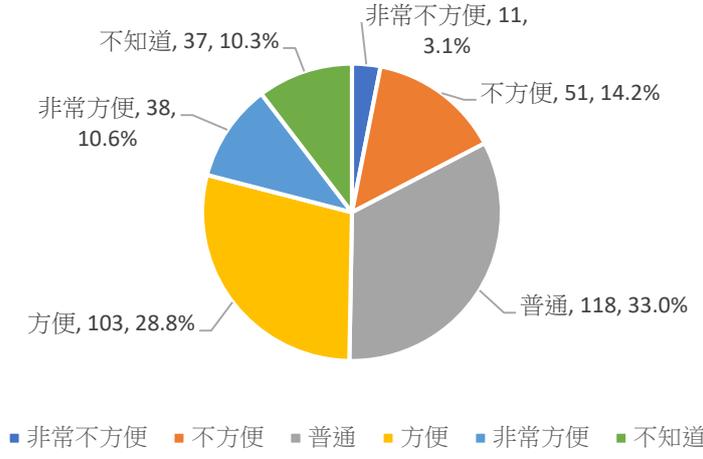


圖 4-16 受訪者是否認為數位綁定三倍券是方便的

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
16.數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券是否使用方便?	非常不方便	11	3.1%
	不方便	51	14.2%
	普通	118	33%
	方便	103	28.8%
	非常方便	38	10.6%
	不知道	37	10.3%

您認為數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券，提供的優惠是否足夠?

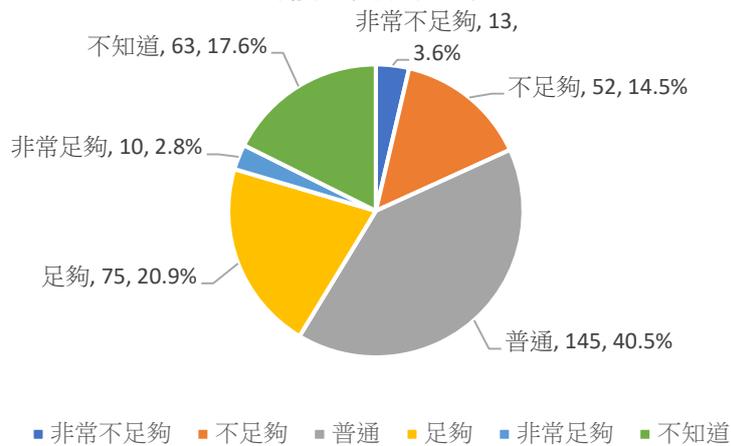


圖 4-17 受訪者是否認為數位綁定所提供的優惠為足夠的

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
----	------	-------	--------

17.數位綁定(電子票證/行動支付/信用卡)的三倍券，提供的優惠是否足夠？	非常不足夠	13	3.6%
	不足夠	52	14.5%
	普通	145	40.5%
	足夠	75	20.9%
	非常足夠	10	2.8%
	不知道	63	17.6%

您是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券給民眾？

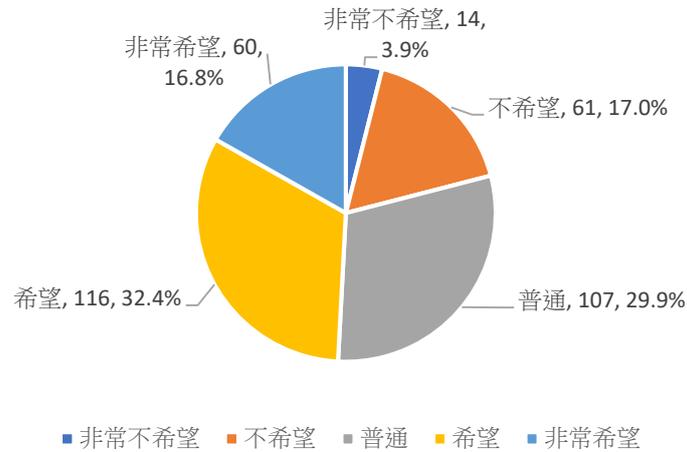


圖 4-18 受訪者是否希望政府未來可發放類似的消費補助券

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
18.希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券給民眾？	非常不希望	14	3.9%
	不希望	61	17%
	普通	107	29.9%
	希望	116	32.4%
	非常希望	60	16.8%

您是否會擔心政府發放三倍券將對我國財政收支有不利影響
(造成財政赤字)?

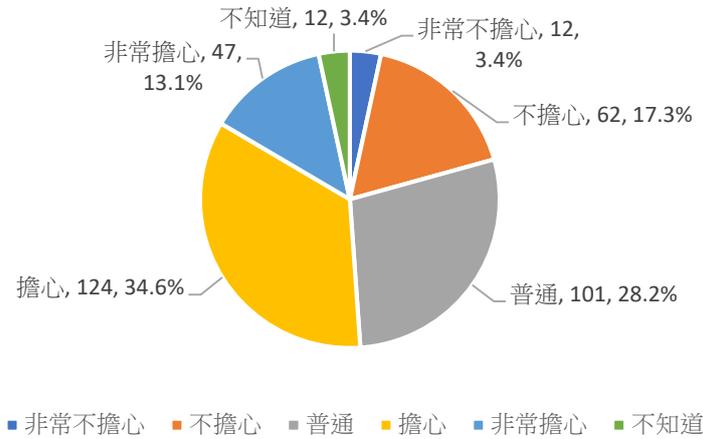


圖 4-19 受訪者是否擔心三倍券會對我國財政收支有不利影響

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
19.擔心政府發放三倍券將對我國財政收支有不利影響(造成財政赤字)?	非常不擔心	12	3.4%
	不擔心	62	17.3%
	普通	101	28.2%
	擔心	124	34.6%
	非常擔心	47	13.1%
	不知道	12	3.4%

您希望政府未來每次發放類似的消費券金額應該每人至少多少元?

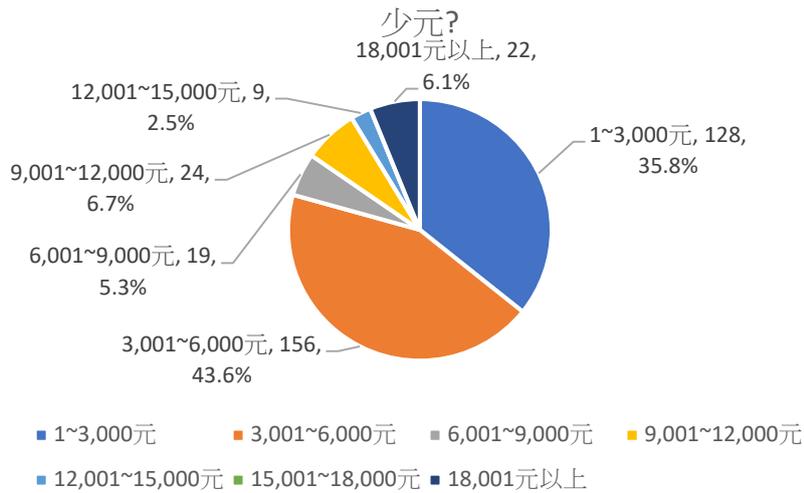


圖 4-20 受訪者希望未來每次發放消費補助券金額應該多少

變項	分類標準	樣本(人)	百分比(%)
----	------	-------	--------

20.希望政府未來每次發放類似的消費券金額每人至少多少元?	1~3,000 元	128	35.8%
	3,001~6,000 元	156	43.6%
	6,001~9,000 元	19	5.3%
	9,001~12,000 元	24	6.7%
	12,001~15,000 元	9	2.5%
	15,001~18,000 元	0	0
	18,001 元以上	22	6.1%

第二部分：個人對三倍券的領取與使用情況

問卷回饋中，有 95.5%受訪者(自行或由他人代為)已領取三倍券；多數人是為自己所使用，比例佔 100%的人有 63.6%；其中大多人有在有效期限內全部使用完畢(86.7%)；大部分人皆是以媒體報導得知三倍券的(66%)；有 30.3%人將三倍券支用於食品/餐飲的項目中；對於領取或綁定三倍券的方式中，有 57%人以自己領取紙本券為主；「若無三倍券就不会去支用的項目金額」佔受訪者持有三倍券總金額的比例大約為 0%的有 25.2%。

表 4-2 受訪者對三倍券的領取與使用情況

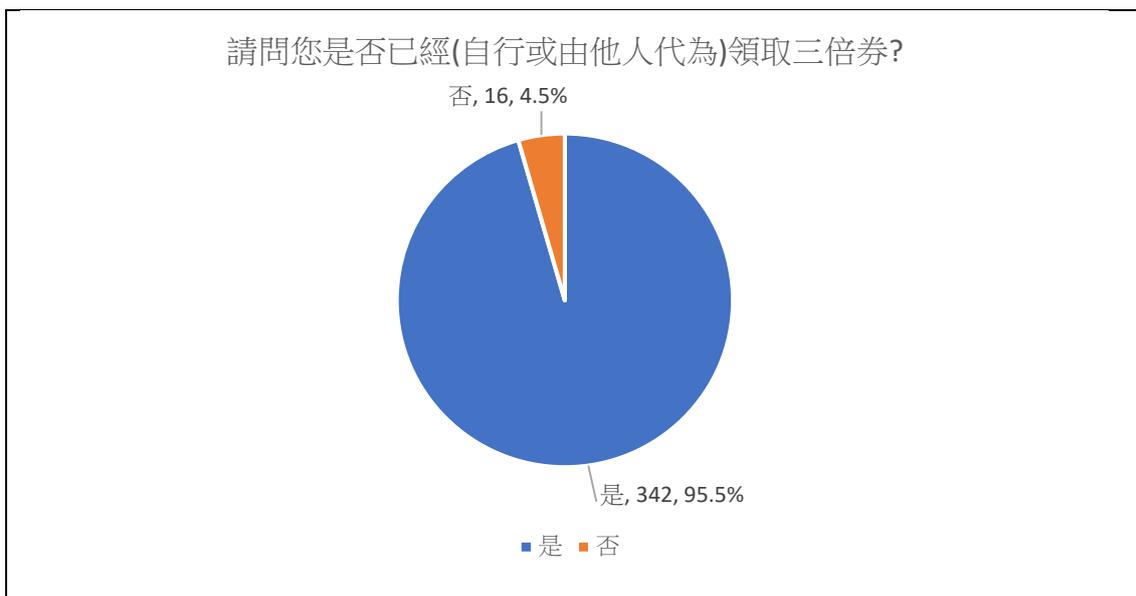


圖 4-21 受訪者是否已領取三倍券

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
21.是否已經(自行或由他人代為)領取三倍券?	是	342	95.5%
	否	16	4.5%

您的三倍券由自己來支用(而非送給他人)的比例大約是多少?

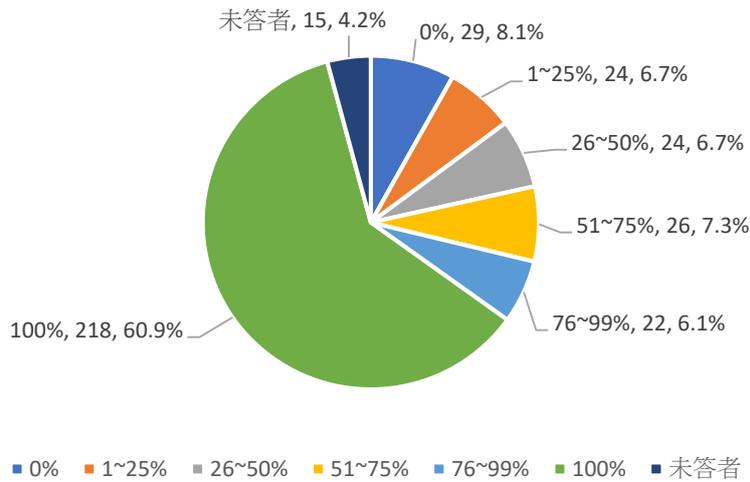


圖 4-22 受訪者的三倍券有多少比例由自己支用

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
22.三倍券由自己來支用(而非送給他人)的比例大約是多少?	0%	29	8.5%
	1~25%	24	7%
	26~50%	24	7%
	51~75%	26	7.6%
	76~99%	22	6.4%
	100%	218	63.6%
	未答者	15	4.2%
	總計	358	100%

請問您的三倍券在有效期限內已經使用(自己用或送給別人)約有多少比例?

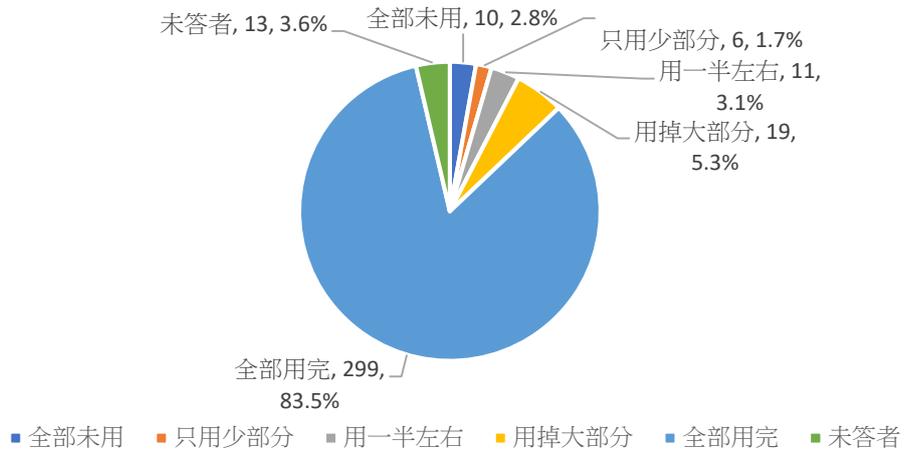


圖 4-23 受訪者的三倍券在有效期限內用完的比例有多少

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
23.三倍券在有效期限內已經使用(自己用或送給別人)約有多少比例?	全部未用	10	2.9%
	只用少部分	6	1.7%
	用一半左右	11	3.2%
	用掉大部分	19	5.5%
	全部用完	299	86.7%
	未答者	13	3.6%
	總計	358	100%

請問您是從哪個管道得知三倍券的呢?

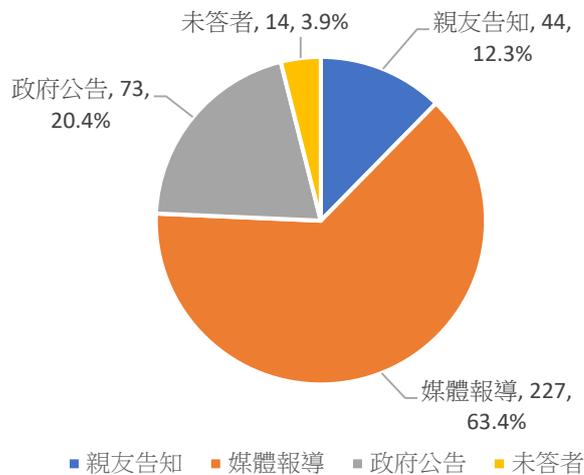


圖 4-24 受訪者得知三倍券的管道

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
24.從哪個管道得知三倍券？	親友告知	44	12.8%
	媒體報導	227	66%
	政府公告	73	21.2%
	未答者	14	3.9%
	總計	358	100%

您的三倍券被支用在哪一種項目的比例最高？

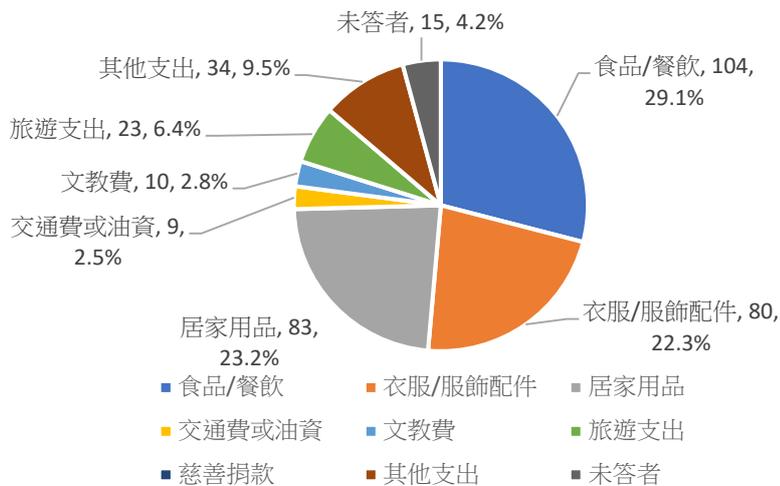


圖 4-25 受訪者三倍券所支用在何項目的比例最高

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
25.三倍券被支用在哪一種項目的比例最高？	食品/餐飲	104	30.3%
	衣服/服飾配件	80	23.3%
	居家用品	83	24.2%
	交通費或油資	9	2.6%
	文教費	10	2.9%
	旅遊支出	23	6.7%
	慈善捐款	0	0%
	其他支出	34	9.9%
	未答者	15	4.2%
	總計	358	100%

請問您如何領取或綁定三倍券?

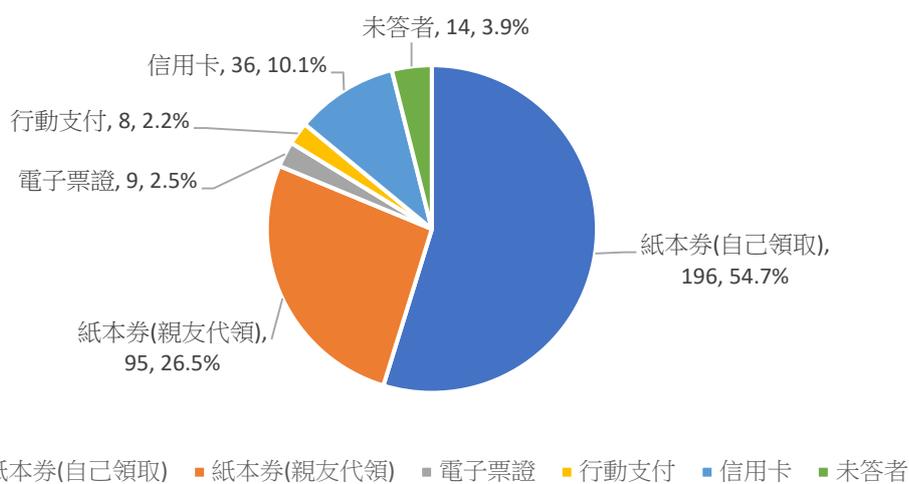


圖 4-26 受訪者是如何領取或綁定三倍券的

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
26.如何領取或綁定三倍券?	紙本券(自己領取)	196	57%
	紙本券(親友帶領)	95	27.6%
	電子票證	9	2.6%
	行動支付	8	2.3%
	信用卡	36	10.5%
	未答者	14	3.9%
	總計	358	100%

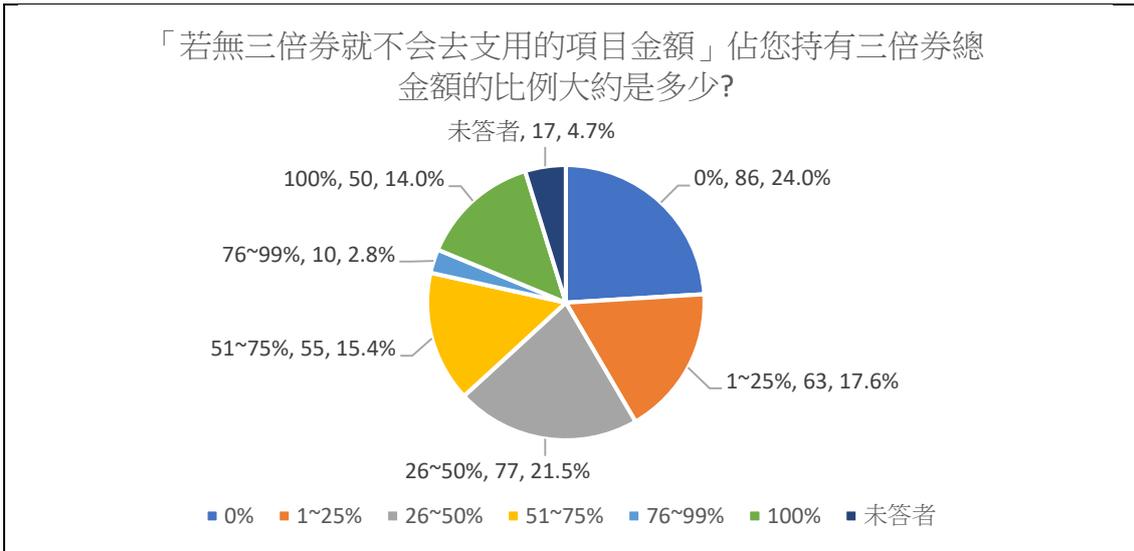


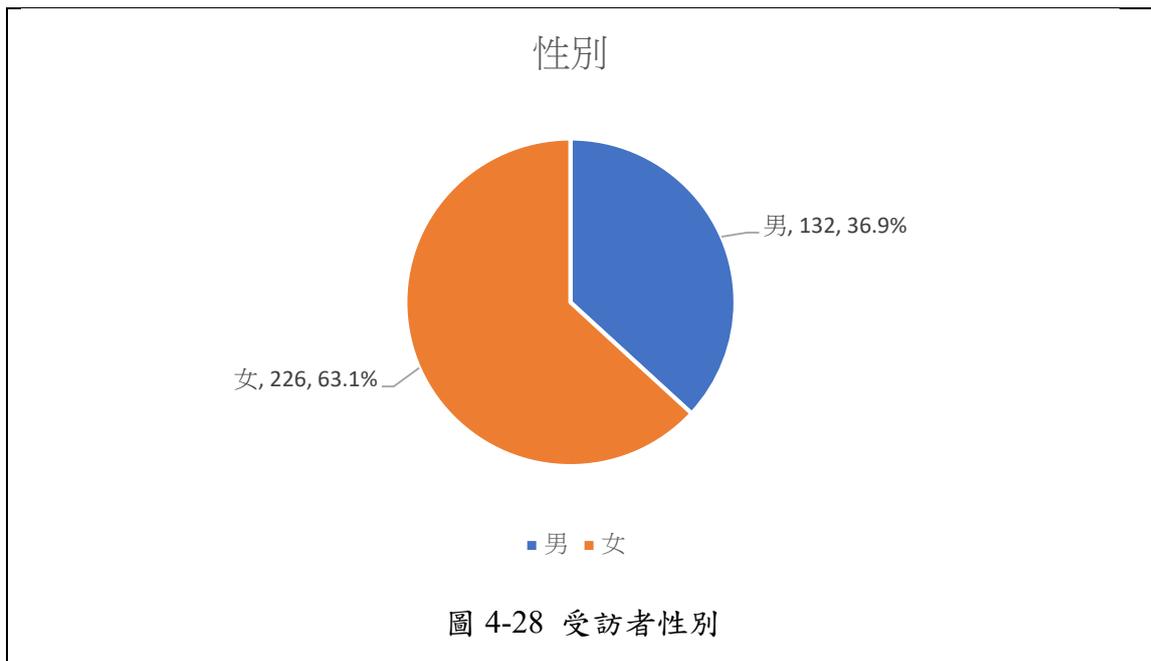
圖 4-27 受訪者若無三倍券就不會支用的項目金額占三倍券金額的比例有多少

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
27.若無三倍券就不会去支用的項目金額佔持有三倍券總金額的比例	0%	86	25.2%
	1~25%	63	18.5%
	26~50%	77	22.6%
	51~75%	55	16.1%
	76~99%	10	2.9%
	100%	50	14.7%
	未答者	17	4.7%
	總計	358	100%

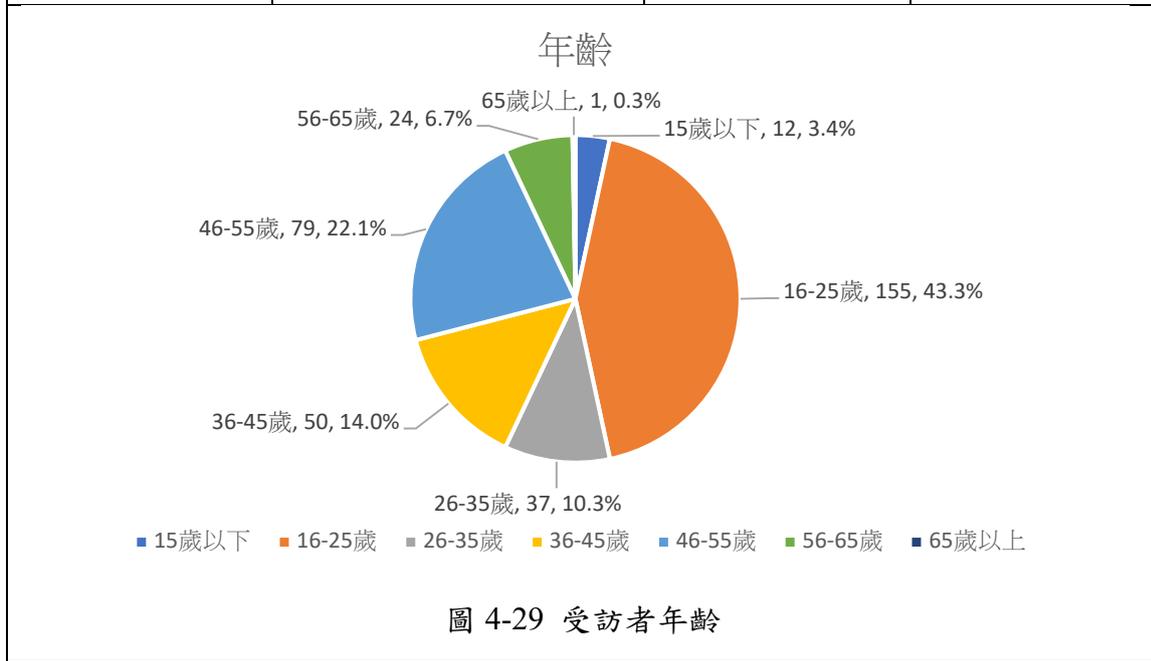
第三部分：個人的基本資料

本研究回收中，總份數為 358 份，其中性別以女性居多；年齡主要分布於十六歲至二十五歲以下之人口(63.1%)；職業為學生占多數(41.3%)；多為未就業者(30.4%)；居住地區大多位於桃竹苗地區(58.7%)；教育程度有 43.9%是大學程度；月收入平均為無收入人士(27.4%)。

表 4-3 受訪者基本資料

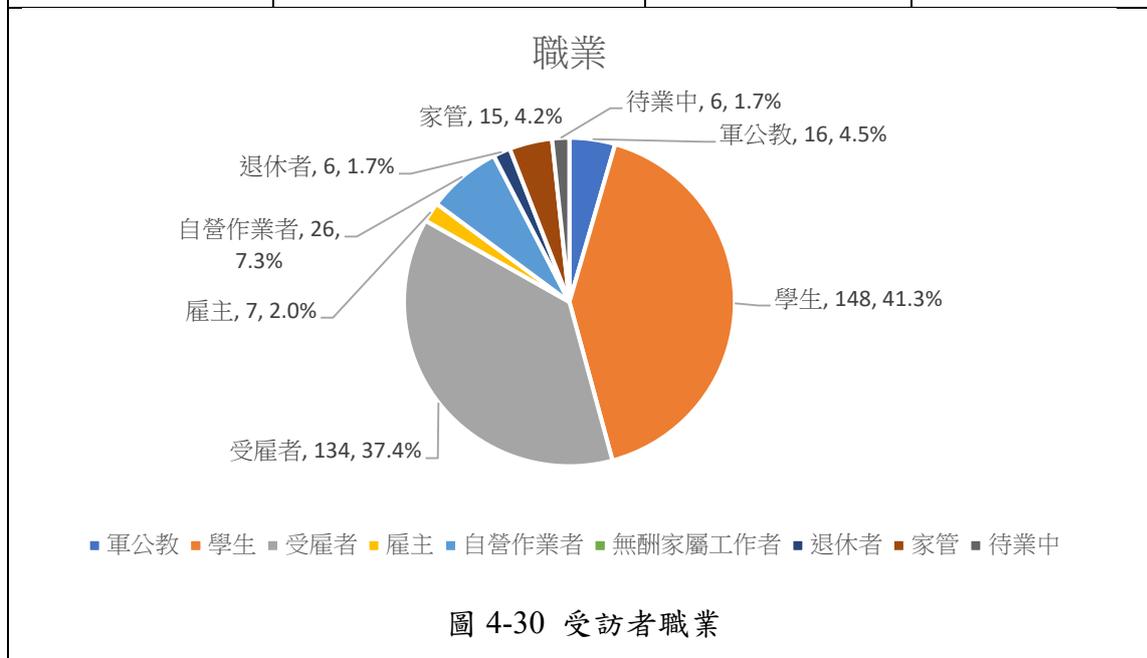


變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
28.性別	男	132	36.9%
	女	226	63.1%

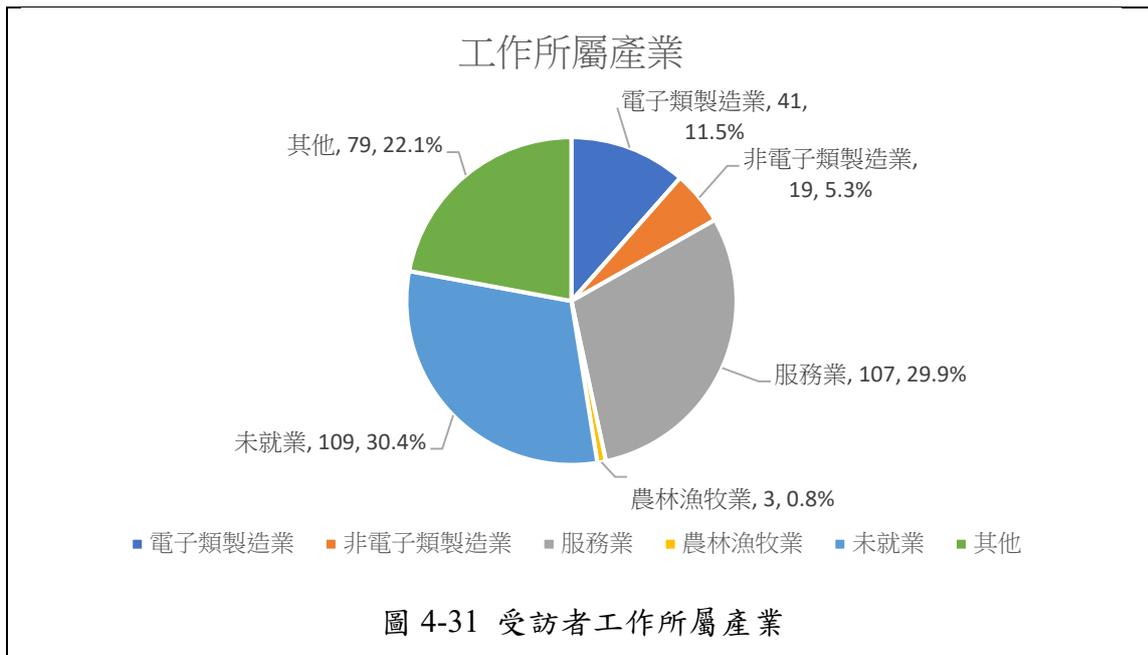


變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
29.年齡	15歲以下	12	3.4%
	16-25歲	155	43.3%
	26-35歲	37	10.3%

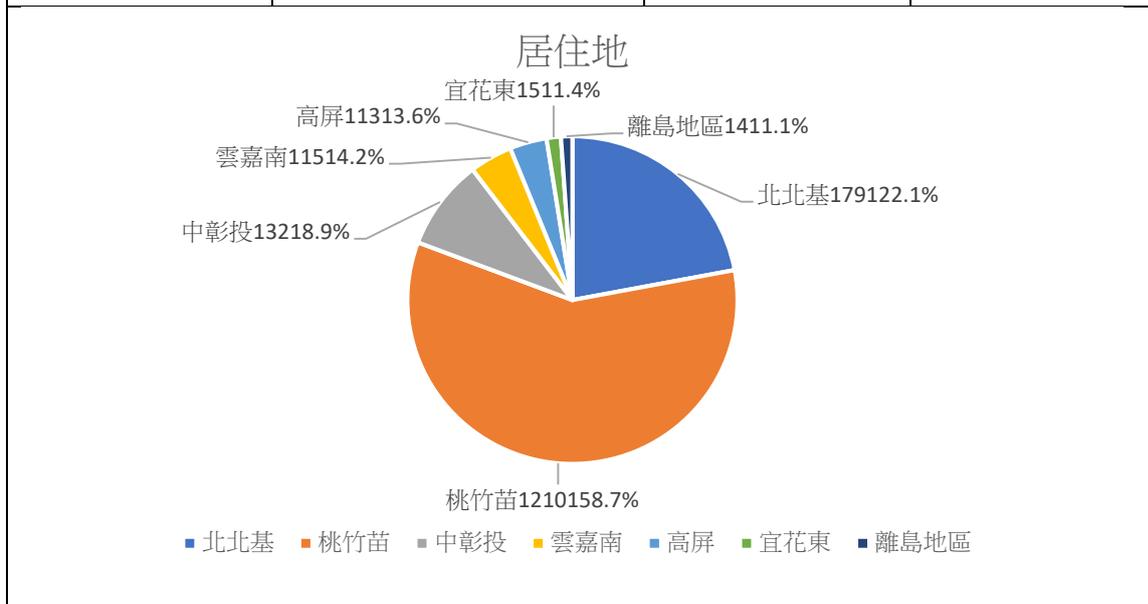
	36-45 歲	50	14.0%
	46-55 歲	79	22.1%
	56-65 歲	24	6.7%
	65 歲以上	1	0.3%



變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
30.職業	軍公教	16	4.5%
	學生	148	41.3%
	受雇者	134	37.4%
	雇主	7	2.0%
	自營作業者	26	7.3%
	無酬家屬工作者	0	0.0%
	退休者	6	1.7%
	家管	15	4.2%
	待業中	6	1.7%



變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
31.工作所屬產業	電子類製造業	41	11.5%
	非電子類製造業	19	5.3%
	服務業	107	29.9%
	農林漁牧業	3	0.8%
	未就業	109	30.4%
	其他	79	22.1%



變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
----	------	--------	--------

32.居住地	北北基	79	22.1%
	桃竹苗	210	58.7%
	中彰投	32	8.9%
	雲嘉南	15	4.2%
	高屏	13	3.6%
	宜花東	5	1.4%
	離島地區	4	1.1%

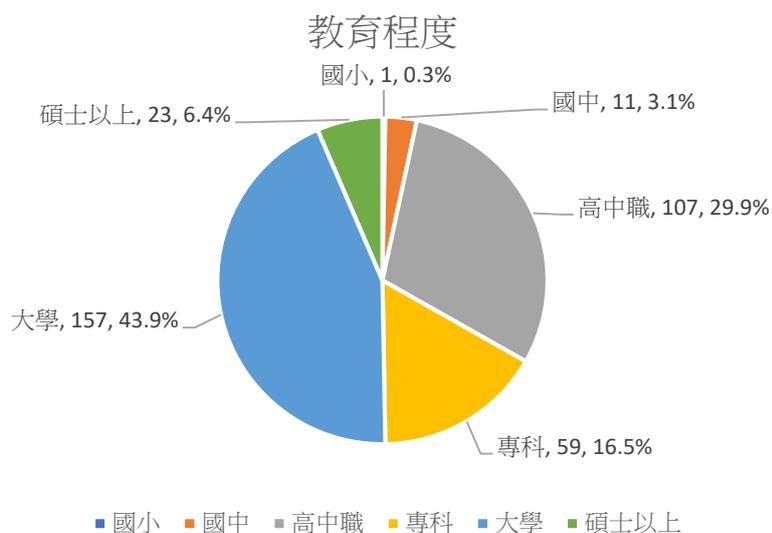


圖 4-33 受訪者教育程度

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
33.教育程度	國小	1	0.3%
	國中	11	3.1%
	高中職	107	29.9%
	專科	59	16.5%
	大學	157	43.9%
	碩士以上	23	6.4%

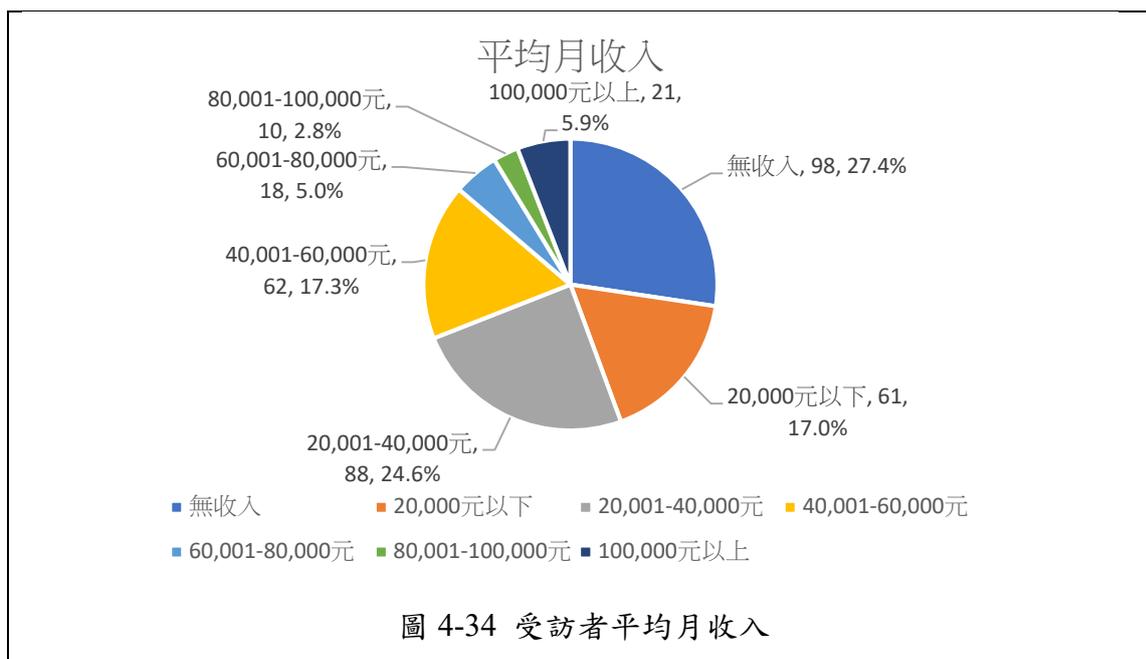


圖 4-34 受訪者平均月收入

變項	分類標準	樣本數(人)	百分比(%)
34.平均月收入	無收入	98	27.4%
	20,000 元以下	61	17.0%
	20,001-40,000 元	88	24.6%
	40,001-60,000 元	62	17.3%
	60,001-80,000 元	18	5.0%
	80,001-100,000 元	10	2.8%
	100,000 元以上	21	5.9%

第四節 交叉分析及卡方檢定分析

一、性別與其他變項之分析

(一)性別與「若無三倍券就不會去支用的項目金額」佔持有三倍券總金額的比例之交叉分析

$P=0.001<0.05$ ，因此可驗出性別與「若無三倍券就不會去支用的項目金額」佔持有三倍券總金額的比例之間關連有顯著水準。

從男性對此題的回饋中可看出，男性 0% 佔多數，可能是因男性對於物慾的需求較少，因此並不會利用三倍券在於日常消費外的額外支出。

而女性則是多介於 1-25% 之間，可能是因女性會優先使用三倍券在於一般不會購買的物品上，例如衣物類的高單價物品，剩下的再去添購所需之日常用品。

表 4-4 性別與若無三倍券就不會支用的項目佔持有三倍券總金額比例之交叉分析

	0%	1~25%	26~50%	51~75%	76~100%	總和
男	44 32.53	15 23.83	20 29.13	22 20.81	28 22.70	129 129.00
女	42 53.47	48 39.17	57 47.87	33 34.19	32 37.30	212 212.00
總和	86 86.00	63 63.00	77 77.00	55 55.00	60 60.00	341 341.00
卡方值：19.887		自由度：5			P 值：0.001	

二、年齡與其他變項之交叉分析

(一)年齡與是否同意三倍券對於改善您的生活會有幫助之交叉分析

$P=0.000 < 0.05$ ，因此可驗出年齡與三倍券有無改善生活之間有顯著水準。

從年齡來看，15-25 歲的消費者認為三倍券對於改善生活是有效的，我們可從中判斷出此年齡層大多還是學生身分，亦或是剛出社會之新鮮人，因此三倍券可讓他們購買或是享用平時不太容易取得的物品或美食，而 26-45 歲的消費者則大多已成家，或是經濟能力已較為穩定及富裕，所以對於三倍券並無太大反應，但是 46 歲以上消費者則多數認為三倍券並不會改善其生活，可能是因為此年齡層多數皆經歷過消費券發放，並且與三倍券作為比較後，認為三倍券成效並不是很好。

表 4-5 年齡與是否同意三倍券對於改善您的生活會有幫助之交叉分析

	非常不同意	不同意	無意見	同意	非常同意	總和
15~25 歲	6 14.46	15 29.39	38 41.05	84 65.31	24 16.79	167 167.00
26~45 歲	2 7.53	14 15.31	29 21.39	32 34.02	10 8.75	87 87.00
46 歲以上	23 9.01	34 18.30	21 25.56	24 40.67	2 10.46	104 104.00
總和	31 31.00	63 63.00	88 88.00	140 140.00	36 36.00	358 358.00
卡方值：77.552		自由度：8		P 值：0.000		

(二)年齡與三倍券是否有使消費意願提升之交叉分析

$P=0.000<0.05$ ，因此可驗出年齡與消費者的消費意願是否提升之間有顯著水準。

15-45 歲消費者多數同意三倍券有使自身消費意願提升，可能是因此次三倍券的發放有伴隨許多店家為吸引顧客而舉辦各式各樣的相關活動，而此年齡層大多為家庭、同學或是朋友，因此會相邀一同出門消費，然而 46 歲以上消費者可能會因有些年邁或是並沒有被吸引到的活動而選擇不出門，因此並不會因三倍券而提升自身的消費意願。

表4-6 年齡與三倍券是否有使消費意願提升之交叉分析表

	不同意	無意見	同意	非常同意	總和
15~25 歲	13 34.99	20 23.79	84 71.37	50 36.85	167 167.00
26~45 歲	17 18.23	13 12.39	35 37.18	22 19.20	87 87.00
46 歲以上	45 21.79	18 14.82	34 44.45	7 22.95	104 104.00
總和	75 75.00	51 51.00	153 153.00	79 79.00	358 358.00
卡方值：60.950		自由度：6		P 值：0.000	

註：上表不同意與非常不同意已合併。

(三)年齡與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析

$P=0.000<0.05$ ，因此可驗出年齡與是否希望政府發放更多消費補助券之間關連有顯著水準。

15-25歲消費者大多些希望政府能夠發放更多類似三倍券的消費補助券，或許是因為能使自己的消費能力提升，進而購買更多商品，而26-45歲消費者多數對此消費補助是普通或是希望的，站在可有可無之間，並不會因為消費補助券而刺激自己有更多消費，但是如果有，也可因而為家庭減少一些支出，但是46歲以上消費者大多數為不希望政府

發放更多類似的消費補助券，可能是因為已對三倍券的成效或是考慮到政府未來的經濟也許會呈現赤字而不希望發放過多類似的補助券。

表4-7 年齡與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析表

	不希望	普通	希望	非常希望	總和
15~25 歲	16 34.99	49 49.91	64 54.11	38 27.99	167 167.00
26~45 歲	15 18.23	25 26.00	32 28.19	15 14.58	87 87.00
46 歲以上	44 21.79	33 31.08	20 33.70	7 17.43	104 104.00
總和	75 75.00	107 107.00	116 116.00	60 60.00	358 358.00
卡方值：51.418		自由度：6		P 值：0.000	

註：上表已將「不希望」與「非常不希望」合併成「不希望」。

(四)年齡與是從何管道得知三倍券之交叉分析

$P=0.000 < 0.05$ ，因此可驗出年齡與從何管道得知三倍券之間有顯著水準。

雖三個年齡層皆以媒體報導佔多數，但是25歲以下消費者以親友告知來取得三倍券發放資訊也佔了多數，同齡之間的學生大多會互相討論，因此便能從中得知三倍券的相關資訊，而26歲以上則為政府公告為居多，有家庭的消費者大多會關注政府所公告的事項，以便更快速更準確的了解政府所發布的重要訊息，因此多數會去查詢政府所公告事項，而後再告知其家屬。

表4-8 年齡與是從何管道得知三倍券之交叉分析表

	親友告知	媒體報導	政府公告	總和
15~25 歲	34 20.34	92 104.92	33 33.74	159 159.00
26~45 歲	7 11.13	56 57.41	24 18.46	87 87.00
46 歲以上	3 12.53	79 64.67	16 20.80	98 98.00
總和	44 44.00	227 227.00	73 73.00	344 344.00
卡方值：25.549		自由度：4		P 值：0.000

(五)年齡與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析

$P=0.000 < 0.05$ ，因此可驗出年齡與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之間關聯有顯著水準。

在 15-25 歲消費者中，這群年齡層較注重於衣服及餐飲類的消費行為，可能是因為多數此年齡層的消費者還未成家立業，所以大多只需要考慮個人需求，26-45 歲消費者則是較注重於餐飲以及其他類的消費行為，可能是因此年齡層消費者多屬年輕家庭，較重視家庭之間的相關活動，家庭中若是已有孩子，年紀也多是落在幼童時期，因此大多以全家都能夠享受為第一優先考量，而 46 歲以上消費者則較注重在居家用品的花費，可能是因此年齡層以上的消費者家庭中的孩子年紀多已屬於青少年以上的年齡層，已有自己的消費習慣，而父母只需將三倍券花費在有關居家用品的消費行為即可。

表4-9 年齡與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析表

	食品/ 餐飲	衣服/ 服飾配件	居家用品	其他	總和
15~25 歲	45 48.21	51 37.08	22 38.48	41 35.23	159 46.4%
26~45 歲	27 26.4%	18 20.3%	23 21.1%	19 19.3%	87 25.4%
46 歲以上	32 29.4%	11 22.6%	38 23.5%	16 21.5%	97 28.3%
總和	104 30.3%	80 23.3%	83 24.2%	76 22.2%	343 100.0%
卡方值：30.488		自由度：6		P 值：0.000	

註：上表”其他”包括交通費或油資、文教費、旅遊支出、慈善捐款其他支出。

(六)年齡與如何領取或綁定三倍券之交叉分析

$P=0.000<0.05$ ，因此年齡與領取或綁定三倍券的方式之間有顯著水準。

25歲以下的消費者大多會選擇自行領取紙本券或請親友代領紙本券，此年齡層多屬學生，因此大多因為身分或年紀還無法自行申辦信用卡，所以為了簡單，大多會選擇自己領取紙本券，或是請家人幫忙領取，而26歲以上的消費者大多採用自行領取紙本券或是綁定信用卡的方式，此年齡層大多皆已有一張屬於自己的信用卡，而信用卡的綁定只需使用網路填寫資料便能輕鬆綁定三倍券，因此對於這類消費者就能夠不用出門排隊也能領取三倍券，但是由於政府在推廣數位綁定的宣導並沒有規畫得相當明確，所以導致許多最初有綁定的消費者後期紛紛改為紙本券。

表4-10 年齡與如何領取或綁定三倍券之交叉分析表

	紙本券(自己領取)	紙本券(親友代領)	數位綁定	總和
15~25 歲	75 90.59	70 43.91	10 24.03	159 46.2%
26~45 歲	63 49.57	9 24.03	31 19.88	87 87.00
46 歲以上	58 55.84	16 27.06	12 9.09	98 98.00
總和	196 196.00	95 95.00	53 53.00	344 344.00
卡方值：52.079	自由度：8		P 值：0.000	

三、職業與其他變項之交叉分析

全部職業共有9種，分別為軍公教、學生、受雇者、雇主、自營作業者、無酬家屬工作者、退休、家管、待業中，但是其中有許多職業類別人數過少，難以進行檢定，因此本研究將較少的職業類別進行合併並且分析。

(一)職業與是否認為政府對於發放三倍券的政策有經過詳細的規劃評估之交叉分析

$P=0.001<0.05$ ，因此可驗出職業與是否認為政府對於發放三倍券的政策有經過詳細的規劃評估之間有顯著水準。

學生以及軍公教職業的消費者大多數同意政府對於三倍券政策是有經過詳細規劃評估的，而在其中職業為學生占大部分，可能是因為學生對於三倍券政策的了解大多只有媒體報導的部份，而受雇者與其他職業者則較多人會利用網際網路去將三倍券與其他發行過的消費補助券作為比較，進而了解到本次三倍券的政策並沒有經過詳細的規劃評估。

表4-11 職業與是否認為政府對於發放三倍券的政策有經過詳細的規劃評估之交叉分析

	不知道	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意	總和
學生、 軍公教	12 7.79	3 11.45	19 27.49	50 51.31	67 54.97	13 10.99	164 164.00
其他	5 9.21	22 13.55	41 32.51	62 60.69	53 65.03	11 13.01	194 194.00
總和	17 17.00	25 25.00	60 60.00	112 112.00	120 120.00	24 24.00	358 358.00
卡方值：29.047		自由度：10		P 值：0.001			

註：上表「其他」包括受雇者、雇主、自營作業者、無酬家屬工作者、退休者、家管、待業中。

(二)職業與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析

$P=0.000 < 0.05$ ，因此職業與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之間有顯著水準。

在職業的分類中，多數學生及軍公教是希望政府能多發放類似的消費補助券，而在其中，學生的票數也占了大部分，而受雇者則是對於消費補助券並無太大希望，但是其他職業者反而是不希望政府發放太多類似的消費補助券，這可能是因為在其他類中，有許多人是自營作業者，他們在這次的三倍券政策中擔當的是收取的角色，但是在收取過程中卻認為成效不彰，並沒有太大實質作用。

表4-12 職業與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析

	希望	普通	不希望	非常不希望	總和
學生、軍公教	19 34.36	44 49.02	62 53.14	39 27.49	164 164.00
受雇者	32 27.86	47 39.75	39 43.09	15 22.29	133 133.00
其他	24 12.78	16 18.23	15 19.77	6 10.22	61 61.00
總和	75 75.00	107 107.00	116 116.00	60 60.00	358 358.00
卡方值：36.800		自由度：8		P 值：0.000	

註：上表「其他」包括雇主、自營作業者、無酬家屬工作者、退休者、家管、待業中。

(三)職業與三倍券被支用在哪一種項目比例最高之交叉分析

$P=0.000 < 0.05$ ，因此可驗出職業與三倍券被支用的比例之間有顯著水準。

學生及軍公教較多將三倍券花費在衣服/服飾配件方面，可能是因現在學生對於流行衣物的喜愛，像是較為大眾的品牌，例如：NIKE、adidas這類的服飾或配件要價都是上千元起跳，而且因為通常紙本三倍券都伴隨著一些優惠，可以讓學生以更便宜的價格買到他們想要的產品。

而受雇者及其他職業者則較注重在食品/餐飲或是居家用品上，可能是因為這些工作者較多已過了會追求流行的年紀，也因自己平時就有能力買到想要的產品，而不會支出更多三倍券在於流行服飾上。

表4-13 職業與三倍券被支用在哪一種項目比例最高之交叉分析表

	食品/餐飲	衣服/服飾配件	居家用品	其他	總和
學生、 軍公教	45 47.30	52 36.38	22 37.75	37 34.57	156 156.00
受雇者	39 39.11	23 30.09	37 31.22	30 28.58	129 129.00
其他	20 17.59	5 13.53	24 14.03	9 12.85	58 58.00
總和	104 104.00	80 80.00	83 83.00	76 76.00	343 343.00
卡方值：30.304		自由度：6		P 值：0.000	

註：上表「其他」包括交通費或油資、文教費、旅遊支出、慈善捐款其他支出。

四、居住地與其他變項之交叉分析

(一)居住地與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析

$P=0.003 < 0.05$ ，因此居住地與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之間有顯著水準。

從北北基對於支用項目中可看出，服飾配件與居家用品的比例佔為多數，可能是因為此地區的消費者在花費上較注重於服裝與居家用品上，也因為此地區的連鎖服飾店較多，因此他們會將三倍券用於這類的消費行為。

而桃竹苗地區則比較重視於餐飲及居家用品的支出上，可能是因這三個地區較多工程師，因此他們較注重於餐飲方面的消費行為。

最後其他地區的消費則較注重在其他類的支出上，因為這些地區的消費與薪資本身就比較低價，因此他們可能比較偏好在其他方面的支出上。

表4-14 居住地與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析

	食品/餐飲	衣服/服飾配件	居家用品	其他	總和
北北基	15 22.44	27 17.26	19 17.91	13 16.40	74 74.00
桃竹苗	74 61.85	41 47.58	49 49.36	40 45.20	204 204.00
其他	15 19.71	12 15.16	15 15.73	23 14.40	65 65.00
總和	104 104.00	80 80.00	83 83.00	76 76.00	343 343.00
卡方值：19.579		自由度：6		P 值：0.003	

註：上表「其他」包括交通費或油資、文教費、旅遊支出、慈善捐款其他支出。

五、最近一年平均月收入與其他變項之交叉分析

(一)最近一年平均月收入與是否同意三倍券有使消費意願提升之交叉分析

$P=0.001 < 0.05$ ，因此可驗出最近一年平均月均收與三倍券的消費意願提升之間有顯著水準。

無收入至 20,000 元以下之消費者大多同意三倍券有使自己的消費意願提升，而 20,001-60,000 元區間之消費者則開始有部分人不同意三倍券有使自己的消費意願提升，最後 60,001 元以上之消費者反而是不同意三倍券有使自己的消費意願提升為居多。

這可能是因為跟各消費者本身的收入有所關聯，本身月均收就已有 60,000 元以上之消費者的可能會因薪資較高而消費也比其他消費者有更多選項，因此三倍券並無法對這類人產生激勵的效果，而收入 20,000 元以下的消費者則大多沒有這麼多的消費選項，因此三倍券會對這類消費者產生激勵，吸引他們出門消費。

表4-15 最近一年平均月收入與是否同意三倍券有使消費意願提升之交叉分析表

	不同意	無意見	同意	非常同意	總和
無收入	8 20.53	10 13.96	54 41.88	26 21.63	98 98.00
20,000 元以下	8 12.78	11 8.69	26 26.07	16 13.46	61 61.00
20,001~40,000 元	21 18.44	17 12.54	31 37.61	19 19.42	88 88.00
40,001~60,000 元	18 12.99	8 8.83	27 26.50	9 13.68	62 62.00
60,001 以上	20 10.27	5 6.98	15 20.94	9 10.81	49 49.00
總和	75 75.00	51 51.00	153 153.00	79 79.00	358 358.00
卡方值：34.565		自由度：12		P 值：0.001	

註：上表已將「不同意」與「非常不同意」合併成「不同意」。

(二)最近一年平均月收入與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之交叉分析

$P=0.007<0.05$ ，因此可驗出近一年平均月收入與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券之間有顯著水準。

無收入的消費者大多是學生身分，因此若是消費補助券能夠幫助自己的收入有所增加，那必然是最好不過的，而收入是20,000元以下與20,001-40,000元的消費者也亦是如此，但是40,001-60,000元以上的消費者大部分是不希望政府發放更多相關的消費補助券，可能是因為三倍券對於此類人的激勵本身成效就不好，因此他們認為未來若是發放消費補助券也並沒有太大效用。

表4-16最近一年平均月收入與是否希望政府未來可發放更多類似三倍券的消費補助券
之交叉分析

	不希望	普通	希望	非常希望	總和
無收入	12 20.53	29 29.29	39 31.75	18 16.42	98 98.00
20,000 元以下	9 12.78	16 18.23	19 19.77	17 10.22	61 61.00
20,001~ 40,000 元	17 18.44	27 26.30	33 28.51	11 14.75	88 88.00
40,001~ 60,000 元	19 12.99	19 18.53	17 20.09	7 10.39	62 62.00
60,001 元以上	18 10.27	16 14.65	8 15.88	7 8.21	49 49.00
總和	75 75.00	107 107.00	116 116.00	60 60.00	358 358.00
卡方值：27.469		自由度：12		P 值：0.007	

註：上表「不希望」與「非常不希望」合併成「不希望」。

(三)最近一年的平均每月收入與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析

$P=0.002<0.05$ ，因此可驗出近一年平均月收入與三倍券被支用在哪一種項目的比例有顯著水準。

無收入以及 20,000 元以下收入的消費者較偏好於服飾方面的項目，可能是因有搭配三倍券政策的服飾店本身的單價就偏高，因此較能吸引這類人前往購買平時購買不到的商品。

而 20,001-40,000 元收入的消費者則較偏好餐飲上的項目，可能是因為這類人多屬一般受雇者，有了三倍券不僅能夠享用有搭配三倍券政策的美食餐廳，也可以順便品嚐平時無法吃到的美食。

然而 40,001~60,000 元收入的消費者比較偏好在其他類的消費項目，而在這其中也包含了較多的旅遊支出，此類人可能會選擇使用三倍券出門進行一場小旅遊。

反倒 60,001 以上收入的消費者較偏好在家用品的消費項目上，可能是因為這類人平時對於飲食及娛樂上的支出就已綽綽有餘，因此他們反而不會把三倍券使用在這些消費上，而是使用在家用品的購買上。

表4-17 最近一年的平均每月收入與三倍券被支用在哪一種項目的比例最高之交叉分析

	食品/餐飲	衣服/服飾配件	居家用品	其他	總和
無收入	24 27.59	29 21.22	13 22.02	25 20.16	91 91.00
20,000 元以下	17 18.19	18 13.99	14 14.52	11 13.29	60 60.00
20,001~ 40,000 元	36 26.68	12 20.52	28 21.29	12 19.50	88 88.00
40,001~ 60,000 元	16 18.19	15 13.99	11 14.52	18 13.29	60 60.00
60,001 元以上	11 13.34	6 10.26	17 10.65	10 9.75	44 44.00
總和	104 104.00	80 80.00	83 83.00	76 76.00	343 343.00
卡方值：30.434		自由度：12		P 值：0.002	

註：上表「其他」包括交通費或油資、文教費、旅遊支出、慈善捐款其他支出。

第五章 結論與建議

第一節 結論

根據研究結果，本研究的結論如下：

一、民眾對於三倍券政策的看法如何

從敘述統計中能看出，受訪者對於三倍券的政策是認同的，其中認同及非常認同的人總共佔了 50.55%，而其中又包含了 15-25 歲的受訪者，這些受訪者的身分大多為學生，他們也認為三倍券是能有效改善其生活，由於學生的收入狀況多數為無收入，若是政府能在平時多發放類似的補助券，便能使自身的消費意願增長，但是也有許多人害怕未來國內的財政收支會有不利影響，因此有許多已有穩定收入的 46 歲以上民眾不希望政府發放過多的補助券給民眾。

本次三倍券政策中，政府不僅沒有在經濟最蕭條的時候便快速發放三倍券給人民，導致許多中小型企業應經營不利而關了店面，更因為金額過少而無法達到擴張效果，有穩定收入的人民不會因三倍券而增加購物慾，反倒是花費在本來就會花費的項目上，因此只達到了替代效果，非擴張效果。

二、數位綁定三倍券的效用

以問卷回饋中的資料來看，多數民眾對於政府所推出的數位綁定三倍券是不了解的，政府當初為了推行數位三倍券，號稱綁定信用卡即可享有許多優惠，且不必親自排隊，而有 5 成民眾也為了方便而選擇了信用卡綁定，殊不知在優惠的背後還存在許多限制，因此導致民眾紛紛取消數位綁定，而改成了紙本券，最後數位綁定民眾只剩不到 1 成，只可以說數位綁定三倍券成了虎頭蛇尾的政策。

三、消費券與三倍券之差異

消費券的發行是因金融海嘯的發生，而三倍券的發行則是因新冠肺炎的影響，一個目的是在於紓困，另一個是振興，兩者本就不同，但是民眾其實只是在乎是否能幫助到台灣的經濟，消費券的支持率較高可能最大原因在於它推出的時機，在金融海嘯爆發後一個月，政府便立即推出了消費券供人民使用，但是三倍券卻是在二月份開始討論，七

月才發放，讓消費者從一開始的期待漸漸轉為了失望，並且紛紛把三倍券與消費券以做為比較，也因此對於有親身使用過這兩種政策的 26 歲以上消費者而言，較不同意三倍券有改善生活，而對於沒有使用過消費券的 25 歲以下消費者，則覺得兩者之間並無太大差異，也較同意三倍券有改善其生活。

第二節 三倍券政策建議

本研究根據所得到的問卷回饋中，將其分析並且整合後，對政府未來發放三倍券政策的建議如下：

一、加強消費者對數位三倍券政策的宣導

從問卷回饋中我們可得知，雖然大部份消費者認為政府的宣導是足夠的，但是仍有 15.1% 的受訪者認為政府的宣導是不足的，也有 41.3% 的民眾不了解政府所推出的數位綁定三倍券政策，因此，本研究在此建議政府需多加強對於數位綁定的宣導活動，例如與全台多家銀行合作，使消費者能夠在購買時搭配更多優惠活動，多利用媒體報導，可向不同年齡層的消費者了解到數位綁定的好處，讓民眾就算還無法使用數位綁定，也能夠先行了解政府所推出的政策。

二、刺激民眾能利用三倍券在非日常消費

多數受訪者皆將三倍券使用於日常消費，如飲食類、服飾及居家用品中，旅遊支出只佔了 6.7%，而政府其實是為了鼓勵民眾能夠出門進行非日常消費，而非日常性支出，但由於政府真正開始發放三倍券時期已是台灣疫情有所控制，民眾已經開始出門消費之時，因此若是當時三倍券有在二月份疫情正嚴重時便發放，那三倍券的乘數效果將會更好。

三、提升民眾的消費意願

在交叉分析及卡方檢定分析中可看出，有多數 46 歲以上受訪者不認為三倍券有提升自身的消費意願，其中期望次數佔了 21.79，這或許是因為本次三倍券政策中所提供的活動並沒有吸引到他們，因此本研究也建議政府能調查此年齡層民眾的消費型態為何，例如大多數年長者喜愛與同齡層的親朋好友參加旅遊團，政府應該為了此群民眾吸引旅遊業者開團，舉辦輕旅行以吸引這些年長者參加，並且可以多加利用他們所領取的三倍券。

第三節 研究限制

本研究受限於政府所提供資訊量、人力、時間、財力等其他因素產生出以下研究限制：

一、抽樣群體限制

本研究多數受訪者為學生族群，因而導致研究問卷回饋大部分在 25 歲以下之民眾，無法完整收集到各年齡層的樣本數，也使問卷回饋內容較偏向於其中一方，使得抽樣參數並不完善。

二、研究結果因地域能力有限

由於能力問題，受訪者較多聚集在北北基地區，所以其中回饋內容較偏向此地區，而該地區的消費習性、個人習慣可能與其他地區有所不同，因此研究結果也無法直接性的推論到其他地區人口之消費行為。

參考文獻

- 楊舒晴(2020)，《三倍券使用截止 逾 2332 萬人領取》，中央通訊社。
<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202101010086.aspx>
- ETtoday 新聞雲(2020)，每月一詞/補償性消費 Compensatory consumption。
https://www.ettoday.net/news/20200929/1820225.htm?fbclid=IwAR3TL0_9FsULhmARAO_Dgvhg7zdERmgQK4R5GXBeWTjcawJqEANFpC1u5jUw
- 蔡文鈴(2020)，一張圖秒懂「三倍券」vs.「消費券」哪裡不一樣，ETtoday 新聞雲。
<https://www.ettoday.net/news/20200603/1729311.htm>
- Lewis(2020)，振興三倍券懶人包：消費前必看。STOCKFEEL 網站。
<https://www.stockfeel.com.tw/%>
- 台北市政府秘書處(2020)，支付習慣改變比三倍券對經濟成長率的貢獻更具轉型意義，台北市政府秘書處新聞稿。
https://sec.gov.taipei/News_Content.aspx?n=49B4C3242CB7658C&sms=72544237BBE4C5F6&s=436B32A4EEFD315E
- 方華香(2020)，發放振興券之研析，立法院。
<https://www.ly.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeid=6590&pid=196345>
- 吳書緯、施曉光、黃佩君(2020)，不發消費券 - 蘇揆：記取教訓不重蹈覆轍，自由時報。
<https://ec.ltn.com.tw/article/paper/1376271>
- 朱冠瑜(2020)，三倍券真的能振興經濟？最新民調揭「殘酷真相」：6 成民眾都這樣用三倍券，風傳媒。
https://www.storm.mg/article/2868474?fbclid=IwAR0MfyjN-ki-sNbOXo358ub4EqTmNxFEV8_iEsjdf9-yaEFTakCtkauCAEg
- 林祖嘉(2020)，三倍券與消費券經濟效益之比較分析，國政基金會。
<https://www.npf.org.tw/1/23507>
- 國家發展委員會(2020)，國家發展委員會就「嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)」對我國產業衝擊暨業務報告。
<https://ws.ndc.gov.tw/001/administrator/10/refile/0/13428/1b0f52b5-d36f-4011-84b0-1f639306daa4.pdf>
- 經濟部中小企業處(2020)，振興三倍券專區-常見問題。
<https://twup.sme.gov.tw/3000/index.php?action=questions>