

振興鬥陣來 全民助攻有 Go 力

何晉滄

（經濟部中小及新創企業署署長）

臺灣面對嚴重特殊傳染性肺炎（Coronavirus disease 2019, COVID-19）疫情超前部署，國人共同支持配合防疫，在疫情趨穩下，政府接續推出振興三倍券及五倍券措施，透過數位及紙本並行，鼓勵民眾走出戶外消費，協助受疫情衝擊之內需型業者；期間克服諸多困難並藉由公私協力、全民參與，鼓勵消費並放大乘數效果，領用率皆達 98 以上，在民眾、業者、政府攜手合作下，加速經濟復甦，讓臺灣經濟持續保持穩定成長。

壹、前言

COVID-19 疫情造成全球景氣不穩定，我國政府在疫情趨緩之際，為振興受 COVID-19 疫情衝擊的經濟，於 109 年推出「振興三倍券」（下稱三倍券），民眾以 1,000 元領取 3,000 元振興券，鼓勵民眾走出戶外消費，協助內需型產業業者；110 年政府在三倍券基礎上精進推出「振興五倍券」（下稱五倍券），不僅額度加

碼至 5,000 元，全民更可免費領取，擴大刺激消費效果、振興經濟（圖 1）。

一、推動緣起

109 年初，COVID-19 疫情影響全球，各國因應疫情推動各項振興經濟措施，臺灣在各方面超前部署，國人共同配合防疫，在疫情趨穩下，參採各國振興經濟的作法，行政院蘇前院長貞昌於 109 年 5 月 14 日會議中指示，三倍券以數位及紙本並

行辦理，以刺激民間消費、振興經濟。

經濟部中小及新創企業署（前身經濟部中小企業處，下稱中企署）立即啟動各項細部執行規劃，同年 6 月 2 日行政院宣布推出振興經濟、刺激消費的「三倍券」，由民衆出 1,000 元換取 3,000 元的振興券，讓「壹仟變參仟」，放大消費乘數效果，秉持好領、好用、好刺激、最溫暖之「三好一溫暖」特色，鼓勵民衆出門消費，加速經濟復甦。

110 年疫情再度升溫，防疫提升至三級警戒，內需型產業相較 109 年疫情，衝擊更加嚴重，政府在三倍券基礎上精進，推動「五倍券」，與國人共享經濟成長果實，額度更加碼、全民免費領取 5,000 元振興券，以擴大刺激效果，加速協助受疫情衝擊的內需型產業業者度過難關。

二、產業困境

COVID-19 疫情衝擊全球，109 年全球主要經濟體 GDP 多呈現衰退，產業受創嚴重，不僅跨國大型企業遭受波及，我國許多中小企業亦處於生存保衛的關鍵時刻。

根據《2020 年中小企業白皮書》資料顯示，臺灣中小企業家數為 149 萬 1,420 家，占全體企業 97.65%，其中批發及零售、住宿及餐飲及其他服務等三大中小內需型服務業，家數達 95 萬家，占比約 64%，為臺灣內需市場的主要產業。疫情期間造成商業活動遽減，國內消費備受衝擊，各行各業感受急凍，服務類則衝擊最為顯著，中小企業更是首當其衝。

經濟部統計處調查，109 年 4 月餐

圖 1 防疫・紓困・振興大事紀



資料來源：中企署提供。

飲業營業額，與 108 年同期相比，減少 22%，為 20 年來最大減幅；而零售業營業額之年增率衰退 10.2%。疫情嚴峻期間，不論零售或餐飲業之年增率衰退幅度都在 2 位數以上。

110 年疫情在全球再次擴散，我國於同年 5 月因疫情升溫至三級警戒，內需型服務業，相較 109 年受更嚴重之衝擊。統計指出，同年 6 月餐飲業營業額較 5 月減少 23.7%、零售業營業額衰退 14.4%。為點燃消費信心及振興「百業待興」的內需市場，鼓勵民衆外出消費，透過「振興券」刺激消費措施，讓國內的各行各業都有 V 型反彈，使民衆及店家有感，有效振興經濟。

貳、振興券推動策略及措施

一、推動策略及架構

振興券的推動，是一項艱鉅的挑戰及任務，政府必須以創新的思維、以人民的需求為優先考量，進行設計與規劃，同時廣納各界建言，讓推動的政策能更為審慎周延，故自三倍券到五倍券推動，均不斷透過跨部會會議溝通及協調，始能有成。

（一）中企署擔任跨部會溝通協調角色

為使振興券措施順利推動，成立推動小組進行跨部會溝通與協調。以五倍券為例，推動小組由行政院李秘書長孟

諺擔任召集人、國家發展委員會龔主委明鑫擔任副召集人、時任唐政務委員鳳督導系統電支組，並設置印製分裝、配送領用、票券兌付、系統電支及推廣行政等五大分組，計 29 個機關參與共同推動。各分組則由中央銀行、財政部、金融監督管理委員會（下稱金管會）及經濟部等相關部會次長級主管擔任分組組長（圖 2）。中企署擔任幕僚單位，研擬具體推動措施或執行方案，召開近 28 場跨部會會議、80 場以上工作會議，透過密集協調及整合管控，在執行過程中充分展現團隊執行效率及跨單位溝通協調能力。各分組工作重點分述如下：

1. 印製分裝組：包含五倍券版型設計、卡套封套設計、印製、提供紙本券樣張進行兌付作業之系統校正、鈔券清點、分裝場地協調、分裝人力調度支援、分裝作業、分裝維安、整體時程管控等。
2. 配送領用組：包含與八大超（市）、郵局協調服務機制簽約及預訂通路、收容人領用、偏鄉地區民衆領用、配送路線規劃、配送車輛及人力安排、紙本券配送至統倉、紙本券清點、理貨、配送至通路點及押車護送、夜間門市巡邏等機制處理。
3. 票券兌付組：包含指定經理銀行、訂定兌付要點、兌付系統開發及對接、

各兌點銀行點鈔系統調校、協調各銀行兌付窗口、辦理兌點銀行及店家兌付說明會、辦理兌付作業、兌付後票券清點與保管等。

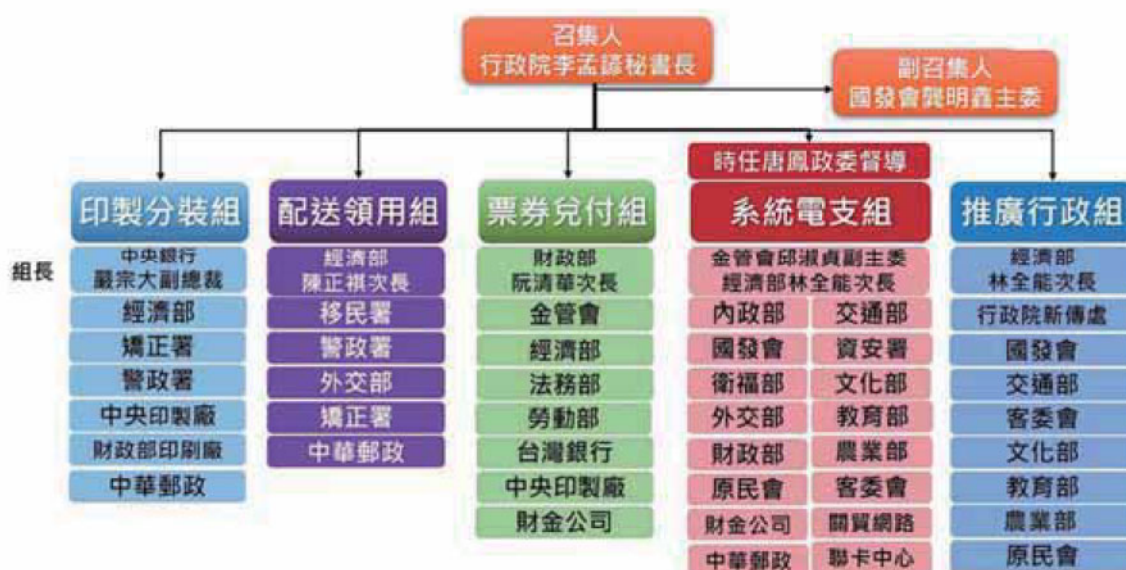
4. 系統電支組：包含領用人身分驗證系統建置、網站建置與維運、系統環境建置、健保卡資料 API 介接與各系統串接等機制、開發數位支付登錄系統、與數位支付業者 API 對接及消費數據整合系統，以確認民眾消費額度、核定回饋金額及撥款，更納入加碼券單一登記平臺與數位標章等。
5. 推廣行政組：包含舉辦記者會、抽獎活動、製作圖卡懶人包、拍攝宣導影片、進行巡迴說明會、聯合各部會推廣數位五倍券與加碼優惠活動、蒐

集各地方政府、業者及商圈、數位支付業者等加碼優惠、新聞報導蒐集、常見問題訂定與回應、客服機制結合 1988、網路社群廣宣、宣導店家至往來銀行、開戶銀行進行兌付等。

(二) 變形蟲組織運作彈性，提升同仁應變能力

政府部門執行政策及行政運作係以追求整體社會利益為目的，故指揮體系通常是由上而下傳達、奉命行事，較缺乏彈性及效率。面臨突如其來的疫情影響，迫使市場供給與需求陷入突發性中斷狀態，為快速刺激國內的經濟，避免許多產業面臨歇業或倒閉的危機，考驗著執行部會應變的能力，不能再拘泥於科層式的運作模式，必須儘快突破並短

圖 2 振興券推動小組架構圖－以五倍券為例



資料來源：中企署提供。

期間解決問題。

負責各分組之中企署同仁，從三倍券至五倍券期間，肩負著需短期內復甦國內經濟的使命，以執行五倍券為例，振興券團隊在署長的帶領下，連續 52 天，每日晚上 7 點召開小組會議，五大分組緊密合作，即時解決問題，突破困難。團隊秉持使命必達的信念，運用矩陣式組織，迅速調整組織功能，有效實踐共同合作及支援推動振興券的艱鉅任務。

二、發行挑戰

振興券發行面臨許多挑戰，需在有限時間考慮到資源現況及限制等各面向，如發放給誰（資格）、如何發放（方法、地點）、如何印製和包裝（防偽）、如何兌領（方式）等等。為讓民衆有感，故三倍券及五倍券規劃初期，均需縝密構思如何簡化發放流程及訂定發放辦法等規範。在短短 1~2 個月內，同步克服印製、分裝、配送、系統開發等挑戰，分別順利讓三倍券於 109 年 7 月 15 日及五倍券於 110 年 10 月 8 日展開領用、消費及兌付等措施。各項工作挑戰，舉其犖者如下：

（一）全民有感，擴大發放

面對民衆的期待及振興「百業待興」的中小企業，最終均希望給予民衆及店家信心，除短期內提振消費，並能

照顧到最多數國民，而不是只有少數民衆及業者受惠。振興券發放對象除本國國民外，非本國籍的配偶亦具領券資格，並擴及讓長期居住臺灣的外國人感受到臺灣的溫暖，納入持我國永久居留證及外交官員證人士為發放對象，讓外籍人士享有領用資格，參與振興經濟的機會，也增加整體發券的乘數效果。此外，五倍券更針對領用截止前出生的新生兒，憑出生證明等文件即可領取紙本五倍券或等值郵政禮券，讓新生兒家庭能感受政府的溫暖與美意。

（二）發現金或發券，擇善而為

在政策規劃之初，社會討論甚多，尤其是要發券，還是要發現金，在各個意見紛至沓來的討論聲中，最後拍板定案，採取發券不發放現金，避免部分民衆儲蓄，未用於刺激消費上。

三倍券紙本發放方式為，民衆出 1,000 元換取 3,000 元的三倍券；數位發放方式，則是於消費滿 3,000 元後，帳戶回饋 2,000 元。同時規定須於 109 年 12 月 31 日前使用，以求於有使用期間完成消費的催促下，在短期內達成活絡內需市場的效果。

五倍券在三倍券基礎上精進，與國人共享經濟成長果實，全民免費領券，額度更加碼至 5,000 元，加速協助受疫情衝擊的內需型產業業者；此外透過數



中企署協調郵局進行五倍券出貨配送相關作業

資料來源：中企署提供。

位精進作法，包括開放每位民衆至多可綁定五人額度共同使用；縮短回饋時間，依綁定數位支付工具結帳週期回饋，每月至少回饋一次等，鼓勵民衆綁定數位券。

（三）克服產能，民衆安心領

中企署秉彈性、即時、快速之原則，積極與中央印製廠、財政部印刷廠、監所及各領取通路等多次進行協調，於推估紙本券最大產能下有效調整配送各通路配貨量，務求讓民衆領的安心。

在三倍券的經驗下，五倍券更納入全程系統化監控，由紙本分裝戰情儀表板，掌控整體目標、階段目標、每日目標達成份數，讓民衆得以順利領券。

（四）分裝場地，幾經波折

為讓民衆領券時由外觀即可清楚辨識每份振興券之面額與張數，中企署特別於外封套設計透明視窗與固定卡夾，

故振興券印製完成後，尚須經過分裝作業。因此尋覓分裝場地及人力，成為另一項挑戰，經協調法務部同意由矯正署所屬監所收容人力支援。

中企署立即會同矯正署評估多處監所，在歷經協調及場勘後，最終決定由臺北監獄、桃園女子監獄、新竹監獄支援分裝作業，並由經濟部標準檢驗局及國營司（含台電、中油）等單位支援監督作業人力，日以繼夜趕工；而後五倍券推動期間，因疫情嚴峻，考量防疫措施並評估環境、人力需求下，分裝場從三倍券的三處增加至五處，現場隨機調度、安排檢疫，設定每日最大產能，達到如期分裝完成的使命。

（五）跨系統整合，領取不重複

三倍券首創以數位科技、開放的方式設計，讓民衆可自由選擇時間及地點預訂及領取。系統平臺開發過程中，

如何將全國民眾資料，在保密個資情況下，串接各單位資料，包含 50 家數位支付業者、聯合信用卡處理中心、財金資訊（股）公司（下稱財金公司）、關貿網路、政府部門〔衛生福利部中央健康保險署（下稱健保署）、社會救助及社工司、內政部移民署等〕及各大通路（八大超商超市、郵局），以確保符合領取資格之民衆不重複領取。

爲解決此問題，中企署規劃並建置三倍券身分驗證平臺，透過健保卡資料介接，協調郵局、超商（市）通路、數位支付業者與平臺進行資料交換，並由數位支付業者提供消費數據予後端整合

系統、確認民衆消費額度，以核定回饋金額及撥款。

數位五倍券更再精進，允許多人共綁、回饋週期縮短及設計數位標章等措施，短時間內需協調近 70 個單位，包含健保署、移民署、四大超商、郵局及四大超市等，系統介接資料數量超過了三倍券介接的單位數。加上五倍券聯手部會加碼券，增加跨部會加碼券單一登記功能，提供民衆進行加碼券登記，並協助連續四周加碼券抽籤相關事宜，突破 7,000 萬人次進行加碼券登記，足見其效益及便利性，共同爲振興經濟注入活水。



八大部會共同參與五倍券官網啟動記者會

資料來源：中企署提供。

三、振興券持續精進與提升效益

五倍券在三倍券的推動基礎上，需再兼顧民衆與店家的多方需求。民衆端須考量對不同族群的照顧及使用習慣、領取方便、消費便利；店家端則須考量收取容易、兌付簡易、導入數位支付，推升買氣掌握商機。因此，五倍券精進「更好領、更好用、更刺激」的政策，有效達成刺激內需，提振消費效果。

（一）民衆端－更好領、更好用、更刺激

1. 更好領

（1）多元管道，便利領取：提供多元使用方式讓民衆自由選擇，五倍券以 3+1 方式發行，有紙本券與數位券（信用卡、行動支付、電

子票證）併行模式，刺激消費、活絡經濟。

（2）領券溫暖又貼心：三倍券及五倍券具領券資格者包括本國人、國人之外籍、陸籍及港澳配偶，及持有我國永久居留證、外交官員證者等均可領取，讓外籍人士享有領用資格，參與振興經濟的機會。

此外，五倍券針對 111 年 4 月份出生的新生兒，若生母或生父具領取五倍券資格，只要憑新生兒出生證明等文件即可至郵局領取紙本五倍券或等值郵政禮券，選擇領取郵政禮券的期限延長至 5 月底前，讓新生兒家庭感受政府的溫暖與美意。



三倍券可於 ATM 領取現金回饋之創新模式

資料來源：中企署提供。

2. 更好用

鼓勵領取數位五倍券，精進數位作法，搭配好食券加碼，超越數位三倍券 2.3 倍，逾 422 萬人綁定：

- (1) 多人共同綁定使用：開放民衆至多可一次綁定五人額度共同使用，方便民衆運用振興券額度，增加便利性。
- (2) 回饋週期縮短：縮短回饋時間，依綁定數位支付工具結帳週期進行回饋，每月至少回饋一次。
- (3) 納入境內電商消費，擴大振興券使用範圍：全國店家皆可用，市場買菜、夜市吃宵夜、逛街購衣、旅遊住宿、國內電商網購都不限。

3. 更刺激

- (1) 振興餐飲、糕餅店家享美食挺愛店：為協助餐飲、糕餅、夜市 / 市場等店家渡過疫情難關，經濟部加碼推出好食券，綁定數位券可獲得 500 元加碼，計共 414.8 萬人獲得，經統計替餐飲業、夜市 / 市場帶來逾 40 億元營業商機。
- (2) 數位券「嗶」經濟，振興夜市 / 市場小攤商：疫情造成小本經營的攤商營運更為困難，經濟部為鼓勵民衆至夜市 / 市場消費，除

推出好食券讓消費者能在市場 / 夜市有行動支付的攤商使用外，在全國各區辦理多場說明會加強推廣，協助攤商導入數位工具及申請行動支付補助。此外，於市場及夜市舉辦「市場大禮包」、「國定晝夜市」等優惠活動，經多方面推動後，夜市 / 市場使用行動支付成長 79%，平均營業額提升 3 成，體現政府與民間攜手加大振興經濟效應的共好局面。

(二) 店家端一加碼優惠、兌付簡化、導入數位支付

1. 數位支付業者，推加碼搶市占

中企署攜手數位業者共同推動多元支付工具，帶動產業數位轉型，公開遴選數位支付業者（包括信用卡、行動支付、電子票證）參與數位五倍券。隨後邀集財金公司、聯合信用卡中心與銀行及數位支付業者進行資料介接，方便店家收取數位券及蒐集民衆消費資料。數位支付業者更祭出百萬名車抽獎等多樣加碼優惠，吸引民衆綁定數位券，許多店家也響應導入數位支付工具，推升數位支付業者市場占有率，間接加速產業數位轉型。此外，中企署推出三倍券、五倍券數位綁定，抽 Gogoro 電動機車、電動自行車、住宿券等多項抽獎活動，鼓



經濟部邀請數位支付業者於艋舺在地商圈推出五倍券加碼

資料來源：中企署提供。

勵民衆綁定數位券。

2. 助小店家數位轉型導入數位支付

加大力道協助小店家與小攤商導入數位工具，例如推動臺灣雲市集，政府輔助中小微型企業購買雲端解決方案，及夜市／市場攤商及小規模營業人，使用五倍券合作之行動支付服務，每家補助 1,800 元，協助小店家掌握數位五倍券商機。

3. 以簡馭繁，小店家及自營作業者兌領方便

(1) 中企署協調財政部及金管會督導國內各銀行、郵局、信用合作社、農漁會信用部等 6,200 家

金融機構，做好各項快速兌換服務。

(2) 同時，針對「無統一編號」的營業人，如計程車司機、民宿、攤商、小農等自營作業者均可迅速兌領三倍券。小店家可委託商圈組織、市場攤商管理組織、產業公（協）會或職業工會等協助兌領。另為便利無法委託代領之自營作業者，中企署提供金融機構查詢平台，讓家庭美髮師、SOHO 族等已於職業工會投保之自營作業者，可洽八大公股銀行兌領。加上

各相關部會共同加強宣導，主動於全國各地辦理 27 場兌付說明會，解除疑慮，使店家感受到政府的用心與貼心。

- (3) 為節省店家兌領時間，五倍券兌付流程較三倍券再簡化，只要填寫兌領單，無須再逐張填寫紙本券背面資料，手續比三倍券更省時、更簡單、更輕鬆。

四、暖心有感，振興到位

振興券須兼顧民眾與店家多方需求，民眾端須考慮對不同族群的照顧及使用習慣、領取與消費便利；店家端則須考量收取容易、兌付簡易、設計加碼促銷，推增買氣，達成振興券刺激內需，提振消費

效果。

(一) 民之所欲，服務到位

顧及不同年齡層的使用習慣及需求，三倍券、五倍券皆採數位券、紙本券並行。經常使用數位工具的民眾可選擇數位券，不僅節省時間，消費滿額後直接匯入回饋金，此零接觸消費，符合現代人需求。民眾也可於八大超商（市）領取紙本券，通路點散布於全國各鄉鎮角落，達到分散人潮與方便領取的效果。

為鼓勵綁定數位券，五倍券搭配好食券加碼，提升民眾數位綁定誘因，並納入電商消費，國內電商交易皆可適用，更方便民眾運用。

此外，為解決民眾對於振興券各項



小店家及自營作業者兌付五倍券流程再簡化

資料來源：中企署提供。

問題，提升民衆對政策的滿意度。1988專線確實發揮解決民衆對振興券使用的疑慮，如三倍券發放期間，單日實際服務量曾高達 8,300 多通。

(二) 扶弱送暖，振心給力

爲讓弱勢民衆也可領取三倍券，只要符合弱勢資格者，政府直接匯入 1,000 元至其帳戶提供領取三倍券，計有 116 萬民衆受惠。弱勢民衆可自行選擇領取紙本券或綁定數位三倍券。

(三) 送暖心，更生傳愛

監所收容人因行動自由受限，領用程序難以完全比照一般民衆，中企署特別商請矯正機關協助代領，收容人亦可在消費合作社購買商品。此外，亦可將三倍券或五倍券寄回家供親友使用，讓全臺 5.9 萬名收容人亦能受惠政府的振興政策，感受暖意。

(四) 偏鄉民衆，警局服務

考量部分偏鄉地區交通不便及缺乏郵局、超商（市）等實體通路，或部分地區長輩行動不便，造成當地居民得舟車勞頓，領取不便。中企署特別商請三個偏鄉地區（屏東縣獅子鄉、花蓮縣萬榮鄉、臺東縣金峰鄉）當地派出所員警協助發放。爲此，屏東縣枋寮分局指派知曉原住民母語之警員，支援獅子鄉發放，該員事前還經受訓、身兼護券、驗鈔，讓受惠的原民長者感激不已。

(五) 幸福振興，新住民作伙來

臺灣已有爲數不少的新住民融入社會，新住民已成爲臺灣新成員。他們離鄉背景在臺灣落地生根組織新家庭，型塑臺灣爲多元文化的社會氛圍。三倍券及五倍券不僅嘉惠國民，國民之外籍配偶及陸、港、澳配偶，均可領取，約計 15 萬名新住民受惠，讓愛無國界，讓新住民不再是異鄉人，讓他鄉變故鄉，作伙來爲國內經濟盡一份心力！

(六) 振興溫暖，無國界

許多外籍人士長期居住在臺，對臺灣這塊土地有相當的貢獻與深厚感情，爲感謝這群外國朋友，於 109 年 11 月感恩節、聖誕節前夕，增納三倍券領用對象，使 1.3 萬名持永久居留證、外交官員證之友人，可領取三倍券。五倍券亦延續此方案，讓外國朋友感受臺灣溫暖、濃厚的人情味，使振興券的溫暖再擴大，同時讓世界看到臺灣。

(七) 捐振興，化愛心

政府也考量疫情期間社福團體捐款收入減少，設計民衆綁定數位三倍券時，透過選擇愛心碼於消費滿額時將回饋款項捐贈指定團體。民衆也可以將手上的紙本三倍券直接做捐贈，幫助特殊境遇家庭、罕見疾病孩童、身心障礙者及弱勢長者等，讓振興券更有效率地流向公益社福團體，化身爲暖心券。

參、推動成效

一、公私協力、全民參與

（一）展現團隊，高執行力

振興券推動由行政院李秘書長孟諄召開會議，指示成立跨部會推動小組，以三倍券為例，109年5月20日李秘書長指示成立推動小組後，中企署隨即規劃印製分裝等五個分組、計24個機關（構）參與，研提具體推動措施或執行方案，期間召開近60場跨部會會議、100場以上工作會議，密集協調及整合溝通，一一克服印製分裝、配送調度、系統介接、票券兌付等挑戰，展現政府部門分工合作的團隊精神。

（二）公私協力，通力合作

中企署於109年5月下旬承接三倍券任務，從無推動經驗，自規劃到執行，僅短短1.5個月，需儘速盤點各項工作所需推動資源及人力，排除種種困難，期間結合24個政府機關（構）、50家數位支付業者、1.5萬家超商（市）通路、6,221家金融機構、1,269個郵政支局、3個監所及全國各縣市基層警力支援，動員人力不計其數，而後五倍券更擴大相關單位合作，圓滿達成任務，有賴各公私部門通力合作。

（三）各界加碼，振興經濟

全國經濟受到疫情衝擊普遍衰退，在振興券的政策助攻下，不論是商圈、市場攤販、餐廳、超商（市）、連鎖企業、數位支付業者、地方政府等皆端出各種加碼優惠，使得振興券物超所值，吸引民衆踴躍領用，在各店家加碼誘因下，刺激額外的消費，內需經濟增長表現突出，振興經濟表現得可圈可點。

二、有效刺激消費、經濟逆勢成長

（一）全民參與，踴躍領取

三倍券超過2,332萬人，約98.26%民衆領取；五倍券在三倍券成功基礎上精進，領取率高達99.78%，其中，數位五倍券綁定人數逾422萬人，較數位三倍券多出241萬人，成長超過1.3倍（表）。

（二）內需經濟，明顯回溫

三倍券及五倍券皆有效鼓勵國人走出戶外消費，搭配各項促銷活動的熱潮下，出現強勁消費動能，零售業、餐飲業營業額屢屢創下歷年單月或同月新高。如109年7月三倍券發放後，7月零售業營業額終止連續5個月負成長，營業額年增2.5%。而自109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。餐飲業方面，則自109年9月至11月營業額，連續

三個月創歷年同月新高。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，顯見確實促進消費動能。

五倍券發放後，經濟部統計處資料顯示，餐飲業110年10月營業額終止連續五個月負成長，且110年10月至12月及111年2月營業額均創下歷年同月新高；另零售業110年10月、11月及111年1月皆創下歷年單月新高，可見五倍券亦發揮內需點火的效果。

肆、結語

三倍券及五倍券的發放，讓國人在疫情趨緩後，感受到經濟振興的活力與熱度，並引領店家、地方政府及業者相繼加碼，讓民衆安心消費、店家增加營收，這些推動過程及經驗，可供未來相關施政參考。

振興券措施之所以能圓滿順利，除有賴各相關部會、公營行庫、郵政及民間業者同心協力戮力以共，更重要的是全民踴躍參與刺激消費，讓臺灣整體內需產業回穩，經濟持續保持穩定成長，這份成果屬於全民。❖

表 三倍券與五倍券各項數據比較

領用統計	三倍券 109/7/15 至 109/12/31	五倍券 110/10/8 至 111/4/30
領用總數 ¹	2,332 萬人	2,345 萬人
領用率	98.26%	99.78%
紙本券	2,151 萬人	1,922 萬人
數位券	181 萬人	422 萬人

資料來源：中企署提供。



¹ 五倍券領用總數包括紙本券、數位券及郵政禮券。