

台灣電力公司
107 年度節約用電及減碳
成果

中華民國 108 年 5 月 8 日

目 錄

壹、前言	1
貳、現行各項節電措施及成效	1
一、既有作為及精進措施	1
二、107 年實施成效	8
參、結論	14

圖目錄

圖	需量反應分類.....	2
---	-------------	---

表目錄

表 1	現行需量反應措施.....	3
表 2	歷年離峰負載占比.....	9
表 3	107 年推動各項節約用電計畫經費	13

壹、前言

- 一、依電業法第 47 條第 4 項規定，售電業應每年訂定鼓勵及協助用戶節約用電計畫，送電業管制機關備查。據此，台電公司乃以需求面管理為主軸，需量反應及節約能源為二大推動方向，訂定 107 年度鼓勵及協助用戶節約用電計畫，節電計畫達成率已納入「公用售電業電價費率計算公式」之電價績效指標及「經濟部所屬事業 107 年度工作考成實施要點」之台電公司經營績效評估指標。透過推廣需量反應與節電做法，帶動全民節電之集體效應，使抑低尖峰負載、節能省電成為全民運動，帶動社會型態改變，讓全民共同參與節能減碳工作。
- 二、行政院於 106 年 7 月核定四年的「新節電運動方案」，期由減少電力需求及抑低尖峰用電方向著手，結合中央與地方，強化效率管理與節能推廣工作，穩定我國電力供需。其中由各縣市執行的「縣市共推住商節電行動」於 107 年初開始，目標為 107 年至 109 年推動汰換老舊用電設備與建置智慧能源管理系統，並提供技術輔導及採行因地制宜措施，實施方式係由各縣市研提地方特色計畫，自行規劃辦理、推動在地節電。此部分經費由台電公司編列三年預算計 75.06 億元協助支應，以響應政府節能政策。

貳、現行各項節電措施及成效

需求面管理係以需量反應及節約能源為二大推動方向，以引導用戶提高用電效率、改變用電方式，抑低尖峰負載和均衡尖離峰負載。

一、既有作為及精進措施

(一)需量反應

1. 台電公司自 68 年起推動需量反應措施引導用戶管理用電，以提供價格或電費扣減為誘因，促使用戶改變原本用電習慣，減少尖峰用電或將尖峰用電轉移至離峰時間，達到避免電力系統

超載、維持供電可靠之目的。

- 需量反應依據經濟誘因不同可分為價格型(Price-based)與誘因型(Incentive-based)兩類(如下圖)，前者係提供時間帶差異化之費率，用戶可根據不同時段價格訊號，決定是否在某些特定時段減少用電，以避免按較高電價支付電費，如季節電價及時間電價；後者係提供電費扣減誘因，在供電吃緊或高成本時段，配合抑低約定之負載用量，如各類計畫性減少用電措施、臨時性減少用電措施及需量競價措施。用戶參與各類措施後，只要在供電緊澀時段確實抑低或移轉其用電負載，即可以較低電價支付電費或得到電費扣減。



圖 需量反應分類

- 為擴大需量反應實施效益，台電公司自 104 年起持續精進需量反應措施。104 年朝「簡化整併方案、放寬適用範圍、納入用戶基線、提高扣減標準」之方向全面修正，並實施「需量競價措施」，採用戶自報價格競比取代傳統供給面訂價方式，進一步激發抑低用電潛能，105 年再朝「創意措施命名、降低抑低門檻、擴大實施期間、改善衡量基準、強化價格誘因」之方向精進方案內容，並建置「需量競價平台」，公開揭露資訊，讓

參與用戶可線上每日報價。106 年採「擴大實施期間、提升反應能力、強化誘因機制、需量競價新增方案」等方向修正。107 年持續朝「降低參與門檻」與「強化參與誘因」等方向精進需量反應措施。

4. 台電公司目前已推動之各種需量反應措施包括：季節電價、時間電價(2 段式、3 段式、尖峰時間可變動)、各類計畫性(月減 8 日型、日減 2 時型、日減 6 時型)、臨時性減少用電措施(限電回饋型、緊急通知型)及需量競價措施(經濟型、可靠型、聯合型)等，現行實施各項需量反應措施內容如表 1。

表 1 現行需量反應措施

措施		實施期間	實施時機	內容
季節電價		全年 夏月：6 至 9 月 非夏月：每年 10 月至翌年 5 月	依電價表規定	1. 為反映不同季節供電成本之差異，電價就不同季節分別訂定，夏月電價較高，非夏月電價較低。 2. 以價格訊號差異引導用戶於夏季時儘量擷節用電。
時間電價		全年	依電價表規定	1. 為反映不同時段供電成本之差異，電價就不同時段分別訂定，尖峰時間電價較高，離峰時間電價較低。 2. 以價格訊號差異引導用戶降低尖峰用電，充分利用離峰電力，縮小電力系統尖離峰負載差距。
計畫性 減少用 電措施	月減 8 日型	6 至 9 月	事先約定	每月星期一至星期五（離峰日除外）中選擇 8 日抑低用電（日期由雙方約定），每一約定日上午 10 時至下午 5 時抑低用電 7 小時。
	日減 6 時型	6 至 9 月	事先約定	星期一至星期五（離峰日除外）每日上午 10 時至 12 時，下午 1 時至 5 時，每日抑低用電 6 小時。
	日減 2 時型	6 至 9 月	事先約定	星期一至星期五（離峰日除外）每日下午 1 時至 3 時抑低用電 2 小時。

措施		實施期間	實施時機	內容
臨時性 減少用 電措施	限電回饋型	全年	限制用電前一日下午 4 時前通知	依系統需要，於實施工業用戶限制用電前一日下午 4 時前通知用戶抑低用電，以日為單位，每日視為抑低用電 1 次。
	緊急通知型	全年	抑低用電 15 分鐘前、30 分鐘前、1 小時前或 2 小時前通知	<ol style="list-style-type: none"> 依系統需要，通知用戶抑低用電，用戶得選擇每次執行抑低時數為 2 小時或 4 小時，以日為單位，每日視為抑低用電 1 次，每月抑低用電時數不超過 36 小時。 用戶得選擇抑低用電 15 分鐘前、30 分鐘前、1 小時前或 2 小時前之通知方式抑低用電。
需量競價措施		全年	抑低用電前一日下午 6 時前或抑低用電前 2 小時通知	<ol style="list-style-type: none"> 於系統高載時期，開放用戶將節省下來的電回賣給台電公司，並由用戶出價競標，台電公司則採報價愈低者先得標方式決定得標者，若得標者於抑低用電期間確實減少用電，則可獲得電費扣減。藉由用戶自報回饋價格方式，賦與用戶更多自主權，激發抑低用電潛能，改善系統負載型態，進而延緩對新設電源之開發或降低可能面臨之限電風險。 用戶得選擇每次執行抑低時數為 2 小時或 4 小時，以日為單位，每日視為抑低用電 1 次，每月抑低用電時數不超過 36 小時。 台電公司得依系統需要及競價結果，於抑低用電前一日下午 6 時前或抑低用電前 2 小時通知用戶執行抑低用電。
儲冷式空調 系統離峰用電措施		全年	依電價表規定	儲冷式空調系統係指冷凍主機在離峰時間運轉製冷並將冷能儲存起來，儲存的冷能在尖峰時間釋放出來，以供應空調系統之所需，其離峰時間之流動電費另按 60% 計收。實施目的係鼓勵用戶將尖峰時間空調用電移轉至離峰時間儲冷，充分利用離峰時段較低廉之電力。

措施	實施期間	實施時機	內容
空調暫停用電措施	6 至 8 月	申請後裝設時 控開關控制	對於中央空氣調節系統主機及箱型空氣調節機施以暫停運轉，以節省空調冷氣用電；中央空調系統每運轉 60 分鐘暫停 15 分鐘，箱型冷氣每運轉 22 分鐘暫停 8 分鐘。實施目的係藉由控制空調主機或冷氣壓縮機之輪流關閉，抑低系統尖峰負載與節約用電。

(二)節約能源

1. 節電獎勵措施

(1)為鼓勵民眾將節約能源落實於生活中，形成省電的文化與習慣，台電公司針對住宅用戶(含住宅公共設施用戶)、國中小學及幼兒園訂定節電獎勵措施。

(2)本措施自 97 年 7 月起實施以來持續推陳出新，如 103 年 8 月起採適用用戶當期用電與去年同期用電比較後有省電者，每節省一度電可獲得 0.6 元獎勵金，如每期(2 個月)獎勵金低於 84 元者，按 84 元計算；適用用戶如屬電業法第 52 條所稱使用維生器材及必要生活輔具之身障家庭用戶，如每期(2 個月)獎勵金低於 100 元者，按 100 元計算。節電獎勵金於當期電費中扣除，每期(2 個月)獎勵金以用戶當期電費為上限。

2. 多元宣導管道

在全球能源匱乏及能源價格高漲情況下，供電成本逐年攀升，為配合政府積極推動全民節能減碳政策與全國電力負載抑低需求，讓民眾了解節約用電方法與相關資訊，並推廣台電公司各項措施，藉由多元化方式進行節約能源宣導，期能塑造節能風氣。宣導對象之區分及訂定每年目標分述如下：

(1) 一般用戶：

甲、辦理各項節約用電宣導會，目標 1,200 場。

乙、辦理空調節約用電宣導，目標 2,300 家。

(2) 工商業用戶：

甲、辦理 100 瓩以上用戶訪問，目標 5,000 戶，透過台電公司各區營業處實施宣導作業，另藉由「節能服務整合資訊系統」控管各區營業處執行情形及紀錄，亦方便宣導人員篩選 100 瓩以上用戶目前節能情形，俾利各區營業處宣導同仁更有效率針對用戶宣導。

乙、每年定期舉辦「特高壓用戶用電技術研討會」2 場及「空調運用技術研討會」1 場，聘請具專業之講師與用戶經驗交流，分享節能方法、設備效益及機電設備故障排除及維護等。

3. 節約用電與需量反應措施宣導文宣資料

為配合政府積極推動全民節能減碳政策與全國電力負載抑低需求，讓民眾了解節約用電方法與相關資訊，並推廣台電公司各項需量反應措施，每年提供大量文宣品置於各區營業處，開放民眾免費索取，各類文宣說明如下：

(1)節約用電宣導文宣：包含家庭節電的小撇步、冷氣機節約用電、電冰箱節約用電、照明電器節約用電、學校場所節約用電、商業場所節約用電、工廠節約用電、建築物節約能源簡介及減輕無效電力提高功率因數。

(2)需量反應措施宣導文宣：包含高壓用戶與時間電價、低壓用戶選用時間電價、表燈用戶選用時間電價、儲冷式空調系統離峰用電措施、空調暫停用電措施、減少用電措施及需量競價措施與住商型簡易時間電價，俾利台電公司各區營業處之節電宣導與負載管理措施之推廣。

4. 創意節電競賽活動

為持續鼓勵民眾節能減碳，台電公司自 102 年起，每年辦理節能減碳愛地球抽獎及競賽活動，活動項目與適用對象逐年擴增，107 年舉辦「住商型簡易時間電價抽獎」、「夏季節電獎勵金加碼

活動」、「節電抽獎」、「有獎徵答」、「親戚朋友鬥陣來省電競賽及抽獎」、「需量競價措施競賽及抽獎」、「中小企業節電競賽」、「國民中學節約用電戲劇競賽」及「節電多媒體創意競賽」等活動，藉以推動節能減碳，鼓勵民眾節約用電，以互動方式，透過多元化的節電抽獎及競賽活動項目，讓民眾體認瞭解節約用電的重要性，並對節能減碳、愛地球之議題加以關切與重視。

5. 成立節電服務團

為精進 100 瓦以上用戶訪問及擴展用戶服務策略，台電公司自 107 年 12 月 3 日成立各區營業處「節電服務團」，由業務及電務部門組成節電訪視小組，每月共訪視 500 戶，透過運用智慧電表資料分析與簡易診斷問卷，協助用戶掌握用電情況，以盤點用戶節電潛力及推廣需量反應措施，藉以蒐集用戶用電資料。

6. 持續進行電費帳單改版設計，引導用戶自主節電

(1) 為加強宣導節能意識，自 103 年 9 月起於電費帳單增列同期同地區(同郵遞區號 3 碼)同用電種類用戶之平均用電度數，更自 104 年 5 月起擴大應用範圍，以「同棟大樓」或「同郵遞區號 5 碼」之平均用電度數列示，讓用戶能更貼切知道其用電量與相同用電用戶之比較，提醒自我節約用電，以達節電效果。

(2) 另為加強比較競爭心理，台電公司於 105 年 6 月辦理電費帳單引導用戶自主電能管理之調查分析與策略規劃案，進行新版電費帳單問卷調查及後續影響節電行為模式之分析，並自 106 年 4 月起，小規模試辦印寄具繳費功能之新版帳單予用戶實際體驗，提供用戶彩色、圖表等視覺效果之電費帳單，有助於引導用戶自主用電管理。

7. 提供可視化用電資料，促進節電及需量反應成效

於台電公司官網「網路櫃台/線上查詢/電費查詢」及電子帳單系統提供用電與電費曲線圖及提高網頁互動性，以提升用戶興

趣，促使民眾節電。

8. 配合政府政策推動節電

- (1) 支應「縣市共推住商節電行動」經費，持續提供各縣市用電資訊，以利節電計畫推動

為配合經濟部「縣市共推住商節電行動」，台電公司協助編列三年(107~109年)預算經費計 75.06 億元，並於官網揭露各縣市住商(含機關及公私立大專院校、服務業部門、住宅部門及農林漁牧業)及工業用電資訊。

- (2) 協助處理百萬家庭親子節電競賽

為配合經濟部「百萬家庭親子節電競賽」，台電公司依規劃時程提供參賽學校之學生家庭前一年同期及競賽期間用電資料及抄表天數，所有參賽學生之家庭電號如符合台電公司 107 年節電獎勵活動資格，將自動列入參與；另各區營業處協助辦理 100 場次媽媽教室、村里民大會及學校節電宣導。

- (3) 協助處理村里節電大車拼

為配合經濟部「村里節電大車拼」，台電公司協助於官網「縣市住商用電資訊」下「各縣市村里售電資訊」揭露用電資料，另全面廣宣競賽訊息，依據經濟部能源局設計之宣導文宣，提供電費帳單信封版面供推廣家庭節電之用，促成村里居民關心且落實居家節電，透過節電獎勵機制，鼓勵村里居民共享節電成果，廣續力行節電行為。

二、107 年實施成效

107 年度節電計畫目標達成情形如下：

計畫目標	目標	實績	備註
1.減少用電措施申請抑低容量及尖峰時間可變動時間電價經常契約容量之和	140 萬瓩	157 萬瓩	已達成目標

2.低壓電力及表燈用戶參與時間電價新增戶數	3,000 戶	19,086 戶	已達成目標
3.舉辦節電抽獎、有獎徵答等項目	9 項	9 項	已達成目標
4.辦理各項節約用電宣導會、空調節約用電宣導及百瓦以上用戶訪問	8,500 場/戶	9,242 場/戶	已達成目標
5.需量競價申請抑低容量	65 萬瓩	97 萬瓩	已達成目標

(一)需量反應

1. 需量反應措施

(1)本措施實施已逾 30 年，對於均衡系統負載及減緩尖峰時間電力需求成長壓力助益甚巨。經統計，107 年系統尖峰負載為 3,706 萬瓩，離峰負載為 2,577 萬瓩，二者比例為 1:0.70，與 98 年之 1:0.68 相較，離峰負載占比有上升趨勢(如表 2)，主因係降低緊急通知型方案參與門檻、提高需量競價措施回饋誘因及 101~107 年間時間電價擴大尖離峰價差或價比等，促使用戶減少尖峰用電或將尖峰用電移轉至離峰時間，顯示該等觀念已逐漸落實。

表 2 歷年離峰負載占比

年度	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107
離峰負載占比	0.68	0.69	0.68	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69	0.70

(2)在 107 年執行成效部分，經全公司積極擴大推廣，需量反應措施最大申請戶數為 2,084 戶，減少用電措施申請抑低容量及尖峰時間可變動時間電價經常契約容量之和為 157 萬瓩，需量競價申請抑低容量為 97 萬瓩，均達成年度目標。由於 5 月開始持續高溫，造成全臺用電負載屢創新高，5 月 29 日尖峰備轉容量率僅 2.89%，實施需量競價措施抑低用電 36 萬瓩，對備轉容量率貢獻 1%；8 月 1 日為尖載日，實施需量反應措施抑低用電 104 萬瓩，對備轉容量率貢獻

2.87%，足見需量反應對於抑低我國尖峰負載與穩定供電有顯著貢獻。

2.住商型簡易時間電價

為提供住商用戶更多元化的電價選擇及擴大時間電價參與率，共同為抑低尖峰負載努力，針對住宅、小商店推出「住商型簡易時間電價」，並奉經濟部核定自 105 年 10 月 1 日實施；另為方便用戶評估是否適用本電價方案，並於台電公司官網提供試算評估服務。經積極推廣，至 107 年 12 月底止已有近 4 萬戶選用，未來仍持續向用戶宣導選用。

3. 107 年辦理「用戶群代表需量反應採購案」，廠商投標容量最低得為 2 萬瓩，最高 10 萬瓩，該採購案有 1 家廠商投標 2 萬瓩，於 8 月 10 日完成議價及決標，提供 1 年 100 小時，每小時 2 萬瓩之抑低容量。

(二)節約能源

1.節電獎勵措施

(1) 原「節電獎勵措施」均由台電公司主動計算並直接於電費中扣抵獎勵金，實施多年以來，由於多數民眾未注意電費單，已不知有節電獎勵措施，實施效益因此受限。若民眾沒有有意識主動地進行節電，而僅因無意識中的偶然因素用電減少、被動獲得優惠，則這樣的優惠措施無法促進民眾的節電行為，就失去推動的意義。另查國外電業或國內各縣市政府舉辦之節電獎勵活動，均採事先報名，故「107 年節電獎勵活動」在既有獎勵方式下導入登錄報名制。

(2) 經統計，107 年登錄活動的 334 萬戶中，實際有節電的用戶共 273 萬戶，達 82%，總節電度數高達 13 億度，減碳量約 72 萬噸(依 106 年度電力排放係數 0.554 公斤 CO₂e/度計算)。進一步分析，每期每戶平均節電量為 163 度，較 106 年未實施

登錄之平均節電量145度，多節電18度，顯示民眾登錄參加，確可提高節電效益，鼓勵真正投入節電之用戶。

2.多元宣導管道

(1)各項節約用電宣導會、訪問宣導空調節約用電及百瓩以上用戶訪問計 9,242 場/戶，特高壓用戶用電及空調運用技術研討會計 3 場，執行成效分別如下：

甲、辦理各項節約用電宣導會 1,441 場，總參加人數 33 萬人。

乙、辦理空調節約用電宣導 2,511 戶。

丙、辦理百瓩以上用戶訪問宣導 5,290 戶。

丁、特高壓用電技術研討會分別於台電公司台北北區及台南區營業處辦理，分別有 77 人次及 121 人次參加。

戊、空調運用技術研討會於台電公司雲林區營業處辦理，計 56 人次參加。

(2)節約用電與需量反應措施宣導文宣資料

編印各種節約用電與負載管理宣導資料約 22 萬冊，發放民眾參考利用。

3.創意節電競賽活動

(1)107 年節能減碳愛地球抽獎及競賽活動成效卓越，共舉辦 9 項活動，除承襲續辦之「節電抽獎」、「有獎徵答」、「國民中學節電戲劇競賽」、「中小企業節電競賽」、「親戚朋友鬥陣來省電競賽及抽獎」、「需量競價措施競賽及抽獎」及「節電多媒體創意競賽」等活動外，另新增「時間電價推廣抽獎」及「節電獎勵活動抽獎」。上述各項活動皆已辦理妥，並於 107 年 10 月 2 日舉辦「抽獎典禮」抽出各項活動幸運得主。

(2)「夏月電價節電宣導暨夏月不插電音樂野餐 Party」已於 107 年 5 月 26 日及 27 日在大安森林公園圓滿完成，活動以節電情境闖關體驗、不插電音樂會、省電達人經驗分享及設攤節電宣導等服務民眾，本項活動計 1,885 位民眾參加。

(3)前述競賽活動之頒獎典禮已於 10 月 30 日舉辦，共發出超過

2,000 個獎項及近 2,600 萬元獎金，參加人數連同「登錄節電獎勵活動抽獎」的民眾，高達 338 萬人（戶）次，是 106 年 56 萬人（戶）次的 6 倍，再創歷年新高。

4.台電公司各區營業處「節電服務團」於 107 年 12 月實際訪視高壓以上用戶計 549 戶，以盤點用戶節電潛力及推廣需量反應措施，藉以蒐集用戶用電資料。

5.建立節電氛圍，促使用戶節電

(1)107 年積極安排各項媒體露出，電子媒體如「ICRT 電台廣告」、「台北轉運站燈箱廣告」及「大紀元電子報」等，平面媒體如「讀者雜誌」、「旅人誌雜誌」、「財訊雙週刊雜誌」及「工商時報」等，以有效達成全民節電目的，相關廣告宣導約 70 件。另有網路行銷宣傳，於台電公司官方經營之 FB「電力粉絲團」針對省電相關議題製作圖文，共計 27 篇。

(2)為建立全民節電氛圍，運用新聞專題及媒體管道，進行節約用電宣導，以建立民眾用電之正確習慣，其中包括配合 107 年節電獎勵系列活動，製作多次新聞專題宣傳活動內容及節電理念，如 107 年 1 月 9 日發布「2018 台電節電獎勵活動今起開放登錄！4 月底前登錄享全年節電獎勵金」新聞稿；107 年 5 月 26 日發布「台電夏月音樂野餐 Party 達人分享省電妙招親子同樂聽音樂抽大獎」新聞稿。另亦配合夏季電價實施，於 107 年 5 月 21 日發布「夏月電價 6 月 1 日起跑台電邀全民節電」新聞稿，向大眾說明夏月電價相關資訊，並鼓勵大眾共同響應節約用電。

6.配合政府政策推動節電

(1)縣市共推住商節電

由各縣市執行的「縣市共推住商節電行動」，目標為 107 年至 109 年推動汰換老舊用電設備與建置智慧能源管理系統，並提供技術輔導及採行因地制宜措施，實施方式係由各縣市研提地

方特色計畫，自行規劃辦理、推動在地節電。此部分經費台電公司已編列三年預算計 75.06 億元協助支應，107 年業撥經濟部能源局 23.796 億元，以響應政府節能政策，並於官網揭露自 101 年起各縣市住商及工業用電資訊，供各縣市政府或民眾查詢或下載，以利進行用電資訊分析，並釐清電力消費變化之原因。

(2)百萬家庭親子節電競賽

台電公司已於 7 月至 11 月活動期間，按月提供參賽學校之學生家庭競賽期間用電資料，並將所有符合參賽學生之家庭電號自動列入參與 107 年節電獎勵活動；另各區營業處已於活動期間辦理 132 場次媽媽教室、村里民大會及學校節電宣導。

(3)村里節電大車拼

為配合「村里節電大車拼」，台電公司已依能源局歸類之村里劃分方式，自 106 年 1 月起重新統計 7,751 個村里之用電量、日均用電量及抄表戶數，並自 107 年 7 月 10 日起於台電公司官網「縣市住商用電資訊」下「各縣市村里售電資訊」揭露用電資料外，另提供 9 月份電費帳單信封版面供能源局刊登推廣家庭節電之用，促成村里居民關心且落實居家節電。

(三)107 年推動各項節約用電計畫經費

台電公司推動各項節約用電計畫經費來源，除節電宣導費用外，其他係以提供用戶電費扣減方式支應，107 年推動各項節約用電計畫經費為 51.196 億元(詳如表 3)。

表 3 107 年推動各項節約用電計畫經費

項目		實際電費扣減或費用 (含稅億元)	預估電費扣減或費用 (含稅億元)	
需量反應措施	誘因型	減少用電措施	6.53	6.94
		需量競價	6.95	9.81

(A)		空調暫停用電措施	0.01	0.03
	誘因型小計		13.49	16.78
	價格型	時間電價	1.43	1.16
		儲冷式空調系統離峰用電措施	1.74	1.75
	價格型小計		3.17	2.91
小計			16.66	19.69
節電獎勵措施(B)			10.40	14.7
節電宣導費用(C)			0.34	0.42
支應「縣市共推住商節電行動」(D)			23.796	23.796
合計((A)+(B)+(C)+(D))			51.196	58.606

註 1：107 年在機組陸續加入系統運轉後，夏月以來備轉容量率皆維持 6% 以上，因系統需求小，需量競價得標量少，故實際電費扣減金額較原預估值低。

註 2：節電獎勵措施較原編列預算減少約 4.3 億元，主要係因節電獎勵 107 年首次導入登錄制，由於過去無登錄實績參考，致推估之全年節電量(約 17 億度)與實際(約 13 億度)，因此而有差異。

參、結論

- 一、台電公司 107 年節電計畫之各項目標皆已落實執行並達成目標，在需量反應方面，除推廣現行各項措施外，亦不斷推陳出新，107 年朝向「降低參與門檻」及「強化參與誘因」精進；而於節能方面，除力行各項節能宣導活動外，更不斷精進節電獎勵措施，發揮創意舉辦各式節能抽獎活動，並運用媒體管道及網路行銷等多元方式宣傳，鼓勵大眾共同響應節約用電，以建立民眾正確之用電習慣。
- 二、台電公司將持續與中央及地方政府密切合作，推動需求面管理各項措施，以波浪式宣傳方式向用戶推廣節電，並集思廣益，運用創意行銷手法向民眾宣導節電，為政府節能減碳政策盡最大心力，強化節能及需量反應措施之成效、普及時間電價，深耕民眾節約用電之觀念，並以降低門檻，強化誘因機制來提高用戶參與為方向，訂定下年度節電計畫目標，以符合政府節能

減碳政策。