

金門縣政府政風處「職福會玉璽酒銷售案」

查處專案報告

壹、前言

- 一、 謹承貴會 109 年 9 月 17 日第 7 屆程序會第 14 次會議之決議，本處提報「職福會玉璽酒銷售案」查處專案報告。
- 二、 109 年 5 月間第 7 屆第 3 次定期會期多位議員質詢「金門酒廠實業股份有限公司（下稱金酒公司）職工福利委員會（下稱職福會）銷售 109 年『眾望所屬-玉璽酒』（下稱本案酒品）予 VIP 客戶」乙案，本府（處）行政調查事項業於 109 年 7 月 22 日函報貴會。
- 三、 金酒公司於 109 年 8 月 17 日貴會第 7 屆第 8 次臨時會亦有提報「金酒公司職工福利委員會銷售限量『鼠年玉璽酒』查處情形專案報告」。
- 四、 法務部調查局福建省調查處 109 年 5 月底依貴會文函報陳調查局同意立案調查，刻正調查中。

貳、109 玉璽酒產銷

本府（處）109 年 5 月至 7 月間四度請金酒公司及職福會說明與提供歷年玉璽酒產銷情形資料，相關事項臚述如下：

一、查金酒公司尚未提供 108 年前歷年玉璽酒產製緣由及產銷等資料。

二、次查本案酒品原定製作 6,000 盒，據金酒公司產銷資料及說明，至 109 年 4 月 23 日止（該公司尚未提供 109 年 4 月 23 日後之產製數據），實際製作 5,981 盒（各銷售通路計銷售 5,823 盒、庫存 154 盒、公務陳展 1 盒，另銷韓國客戶「天使分享 ANGELSSHARE Co., LTD.」3 盒），尚未灌裝數量 26 盒（含客戶特殊號碼加做），總計 6,007 盒，全案各銷售通路分配及銷售數量如下：

（壹）免稅店：分配 4,032 盒，實際銷售 4,032 盒。

（貳）全臺直營門市：分配 1,602 盒，實際銷售 1,602 盒。

(參) 職福會：分配 189 盒，實際銷售 189 盒。

三、 次查金酒公司稱事前僅訂定本案酒品「建議價格」、「銷售通路數量分配」，尚無敘明整體銷售管制及行銷策略；查金酒公司於 108 年 12 月 18 日召開本案酒品記者發佈會正式對外販售，惟全臺直營門市銷售通路已早於 108 年 11 月 23 日即進行銷售（109 年 4 月 18 日售罄）；職福會銷售通路則係自 108 年 11 月 25 日起銷售（109 年 1 月 21 日售罄）；至免稅店銷售通路，金酒公司未提供銷售時程資訊。

四、 查據金酒公司提供之職福會銷售報表，該會分配金城門市 48 盒、金寧門市 95 盒，另「VIP 方案」（須於金寧門市結帳）46 盒，銷售數據如下：

(壹) 金城門市：108 年 11 月 25 日銷售 4 筆（每筆均各 12 盒，總計 48 盒）。

(貳) 金寧門市：108 年 11 月 25 日銷售 8 筆（盒數分為 16、16、16、8、16、6、2、13，總計 93 盒）、109 年 11 月 26 日銷售 1 筆（2 盒）。

(參) VIP 方案：108 年 12 月 12 日銷售 1 筆 (44 盒)、
108 年 12 月 31 日銷售 1 筆 (1 盒)、109 年 1 月
21 日銷售 1 筆 (1 盒)。

五、 職福會對「VIP 方案」之說明如下：

(一) 本 (職福) 會「沒有特定 VIP」，VIP 註記乃「本案承辦人員」認知與習慣稱謂，係指「長期支持」本會營收貢獻度之忠實顧客。

(二) 金酒公司自 106 至 109 年均接受指定號碼，本 (職福) 會乃依「長期顧客」需求提請該公司協助服務。

(三) 本 (職福) 會依客戶需求 (指定號碼)，向金酒公司申請，俟金酒公司同意後，向金酒公司下單訂貨，酒到即依申請對象銷售。

(四) 109 年指定號碼酒品原預訂 69 盒、實領 61 盒，
客戶名單為：「李○○44 盒」、「許○○13 盒」、
「黃○○2 盒」、「呂○○1 盒」、「陳○○1 盒」。

(五) 本會成員呂○○ (指定號碼 1960)、陳○○

（指定號碼 0728）二人以適逢有親友生肖屬鼠，
（金酒）公司又提供指定號碼服務，作為紀念
之用，提出需求，基此納入協助服務。

參、行政調查事證

本案法務部調查局福建省調查處刻已立案調查，本府
（處）參據金酒公司提供資料（含該公司提報貴會之報
告），謹就行政調查事項述列如次：

一、查職福會係依據「金門酒廠實業股份有限公司職工
福利委員會組織規程」成立之社團法人，為法律上
獨立於金酒公司之勞方組織，尚非屬行政機關或公
營事業單位，應本於人民商業團體自治及自律精神，
確實遵守法令及財會規章運作，其主要任務為「職
工福利事業之審議、推動、督導」、「福利金之籌劃、
保管、運用」、「福利事業經費之分配」及「職工福利
事項」等項，是該會成員尚非刑法之身分、授權或
委託公務員，無貪污治罪條例、政府採購法等法令
之適用。

二、次查職福會於本府（處）109 年 7 月 1 日函詢回復

以「指定號碼酒品原預定 69 盒、實領 61 盒」，惟查據該會 109 年 5 月 21 日提供之銷售報表「VIP 方案」僅銷售「46 盒」，又據金酒公司於貴會第七屆第 8 次臨時會提送之專案報載述銷售「64 盒」，案關酒品銷售數量均不一致；另查職福會 108 年 4 月 18 日、11 月 26 日二次函金酒公司請求供銷本案酒品，計 70 盒，與該會回復之 69 盒數量亦不相符。

三、續查金酒公司稱事前僅就「建議價格」、「各銷售通路數量分配」等項規劃，未說明其規劃本案酒品之具體銷售管制、策略及方式，且依其報表資料及新聞發佈事項，發現該公司在全臺直營門市與職福會有關「銷售時間」、「銷售公告」、「銷售方式」、「銷售管制」等似無統一作法，尤全臺直營門市與職福會之銷售時間早於金酒公司本案酒品發佈會近三週（本案酒品發佈會：108 年 12 月 18 日；全臺直營門市銷售時間：108 年 11 月 23 日；職福會銷售時間：108 年 11 月 25 日），且銷售前未刊登銷售公告，一般民眾實無法得知銷售訊息。經檢視銷售報

表，該二通路於金酒公司本案酒品發佈會前即銷售高達「1,657 盒（全臺直營門市 1,470 盒、職福會 187 盒）」，佔該二通路總配額（1791 盒）92.5%。

四、職福會「VIP 方案」疑項如下：

（壹）查職福會指「長期消費顧客名單為『李○○』、『許○○』、『黃○○』、『呂○○』、『陳○○』」，並提供「李○○」、「許○○」二人 104 至 109 年玉璽酒採購數據資料，惟同案未附「黃○○」、「呂○○」及「陳○○」歷年玉璽酒採購數據或消費紀錄資料。復經檢視「李○○」、「許○○」104 至 109 年玉璽酒採購數據資料，「李○○」104 年係自行於門市購買，採購數量無法統計，105 至 109 年期間則計採購玉璽酒 207 盒（盒數分為 40、37、40、46、44 盒）；另「許○○」104 至 108 年均自行於門市購買，數量尚無法查明，僅 109 年有購買本案酒品 13 盒紀錄；易言之，職福會所提「長期消費顧客」似僅「李○○」一人。

(貳) 經金酒公司告稱「『李○○』身分背景不詳，惟確非金酒公司員工」，經本府（處）以「李○○」上網查詢，查有居住「南投」、「台中」之男性 2 名及居住「台南」之女性 1 名，餘查無其他人資。查據金酒公司刷卡簽單，「李○○」認購之本案酒品 44 盒係於 108 年 12 月 12 日由「陳 XX」及「楊 XX」二人於職福會金寧門市刷卡購得（查簽單上註記「李○○ x 44」字樣，另金酒公司確認該姓名簽註有 1 字係同音錯別字），證諸該會門市人員與陳、楊二人熟識，且知悉二人代「李○○」購酒情事。

(參) 另查 108 年 11 月 25 日（即職福會本案酒品開賣日）「陳 XX」、「楊 XX」二人亦於職福會金寧門市刷卡合購本案酒品二筆，合計 32 盒，是陳楊二人計以「VIP 方案」及「職福會門市通路」合計購得本案酒品高達 76 盒，佔職福會通路總盒數（189 盒）比率 40.2%。

(四) 續查職福會函金酒公司請求供銷本案酒品 69

盒文函，其指定號碼表序號一至十二，與職福會說明之「李○○」原指定編號數量（47 盒）相同，似為「李○○」指定之編號，上開號碼中計 8 個指定編號旁，以疑似「姓」或「名」之方式括弧標註，參照上述「『李○○』姓名簽註錯誤」及「陳、楊二人另於金寧門市合購 32 盒」情事，或證「李○○」似為出面購買之人頭，實際為某些特定人員代集體採購之嫌疑。

（伍）再查職福會成員「呂○○」之母親出生於民國 49 年（即「1960」年）、成員「陳○○」之長女生日為民國 85 年「7 月 28 日」，查民國 49、85 年生肖確為「鼠年」，是二人指定之編號（即「1960」、「0728」）或存有關連性，惟亦證諸「VIP 方案」應非該會所稱單純「長期消費顧客」之習慣用語。

（六）另參照職福會說明，所謂「VIP 方案」即該會依據客戶需求之指定編號，事先向金酒公司認購該編號酒品，經該公司核可後，將該批指定編

號酒品抽出，嗣職福會下單採購後，交該會販售予特定申購客戶，證諸該會事前即存有以VIP客戶名義包裝之特定名單。

- (七) 末查職福會早於108年4月18日即函金酒公司請求銷售指定號碼69盒，渠時離本案酒品產製發佈、銷售時間，尚有6至8個月許，上開「長期消費顧客」如何確知得以「指定編號」方式購買？且該會既得以「指定編號」方式銷售，何以不對外公開販售以增加營利？而僅協助特定極少數對象購得本案酒品？證諸該會似有以「VIP方案」方式謀特定對象利益。

五、綜查，職福會所稱「VIP方案」，得以事前指定編號預售，惟相關預售作業未有公開披露周知，僅「極少數人」得以知悉、採購，相關酒品銷售作為似有人為故意操作情事，該會本案銷售處置作為，未展現「全面職工福利」、「會員利益共享」之成立宗旨，且或涉有協助特定極少數對象以「未經公開之銷售訊息」、「VIP銷售方案」等方式，購得本案酒品以

獲取私利之情事。

肆、結論

一、金酒公司及職福會在本案酒品銷售作為，允有「缺乏整體產銷規劃」、「銷售數據不一致」、「職福會VIP方案交代不清」及「職福會協助特定對象」等情，案內職福會於本案酒品銷售之亂象，雖未直接造成金酒公司營運收入損失（仍以公定價格販售），惟確已造成外界對金酒公司銷售作業「公平、公開、透明」諸多且持續之質疑。

二、全案行政調查事項本處109年6月17日、9月14日二度上簽縣長（會財政處），復於109年7月16日、9月2日循廉政體系報陳法務部廉政署審核，案經廉政署109年9月2、7日函、電示：「請將旨案事證資料函調查局福建省調查處併案偵辦」，嗣已於109年9月8日府政處字第1091120132號函送調查處併案偵處。

三、全案行政調查事項奉縣長核定後，將移請財政處針對案內金酒公司行政與管理違失事項及職福會

銷管程序影響金酒公司商譽等節，全面督飭、徹底
檢討及改善，避免類似情況再次發生。