

金門縣議會第七屆第6次定期會

2021/11/18

台灣之光麟洋紀念酒規劃設計檢討 專案報告



報告單位：

金門酒廠實業股份有限公司

中華民國 110 年 11 月 22 日

目 錄

一、前言	1
二、贊助李洋歷程.....	1
三、酒品開發經過.....	4
四、酒品包材採購時程.....	6
五、行銷推廣.....	7
六、檢討與未來精進作為.....	10
七、奧委會第 40 條憲章規範	15
八、結語.....	16

一、前言

議長、副議長、各位議員女士、先生大家好:

金門酒廠為地區最重要之產業，亦為地區財政命脈之所繫。承蒙 各位議員女士、先生支持與督勉，遵依 貴會第七屆程序委員會第 29 次會議決議，茲就金門酒廠實業股份有限公司專案報告如後。

二、金酒公司贊助李洋歷程

107 年李洋於亞運中獲得男雙銅牌，為我國羽球男雙史上第一次於亞運中獲得最佳成績，亦為中華台北在亞洲運動會羽球比賽的第一面男雙獎牌，也是目前唯一的一面。當時本公司得知李洋為金門在地羽球選手，每年世界到處征戰的資金相當困難，因此本公司便開始贊助李洋比賽經費。

同時，李洋也不忘支持金門在地體育的發展，所以在 3 年前設立了李洋基金會，李洋每年皆提供 2 成的獎金作回饋，運用獎金培育金門的體育人才。而「**金門體育會李洋基金優秀運動選手培訓獎勵金**」不只培育小選手，若是選手家中突然急需用錢，也能申請這筆獎勵金。

李洋 FB 粉絲頁由原本只有 1.5 萬人追蹤。但是由於李洋和王齊麟在奧運獲得金牌後，名氣不斷提昇，追蹤人數便一舉提高到 30 萬人以上，且每篇文章點讚至少達 2 萬人次。同時也藉由李洋 FB 粉絲頁的推波助瀾，讓更多人知道李洋除了為金門在選手之外，另外也提高了金酒公司的曝光度，讓更多年輕的粉絲認識金門高粱酒。



圖 1 李洋 FB/IG 粉絲頁

本公司贊助李洋已是第 3 年，明年開始，贊助李洋的經費由 1 年 150 萬預計提高至 200 萬元，讓李洋在征戰國際賽的同時無後顧之憂，本公司也會秉持對在地運動選手的 support，持續讓更多人看見金門在地的選手在世界的舞台發光發熱。



圖 1 2021 年
TOYOTA 泰國公開賽
-超級 1000 賽金牌



圖 2 2021 年 YONEX 泰國公開賽-超級 1000 賽 金牌



圖 3 2021 年 泰國 BWF 世界巡迴年終賽 金牌

三、酒品開發經過

金酒公司 110 年 9 月 23 日銷售之「0.6L-56 度陳年特級高粱酒 麟洋配台灣之光」酒品，於 110 年 8 月 3 日確認酒品開發方向後，即著手規劃設計，8 月 5 日圖稿確認、開立規格書及 AI 印刷檔案交付總務部門辦理採購。

惟 8 月 6 日通知奧運金牌、吉祥物等相關視覺設計皆不可使用，因金酒公司非東京奧運全球贊助廠商，故修正圖稿，另外 8 月 11 日因衣服雖無奧會相關識別元素，但仍易辨識為奧會比賽衣服，依奧林匹克憲章第 40 條規範也不能使用。

因此再次修正圖稿，並於 8 月 12 日酒品設計確認定稿。包裝材料陸續於 8 月 12、13 日完成採購決標。

為搶搭麟洋奧運奪金熱潮，快速推出應市酒品，金酒公司第一階段於 110 年 9 月份推出 0.6L-56 度陳年特級高粱酒麟洋配台灣之光、0.75L-58 度麟洋配普飲酒等二款酒品。從奧運奪金到 9 月底約 40 個工作天，如以精緻新產品開發方向進行，受限於新酒品設計打樣時間、容器(玻璃瓶或瓷瓶)開模、包裝材料開模打樣、包裝材料製作等，各項

工序詳細時程如下表所示，預估新設計酒品上市時間最快
只能於 111 年 3 月以後。

酒品製作時程對照表						
(以 0.6L-56 度陳年特級高粱酒產量 36,000 盒為例)						
既有瓶型(無關容器開模與製作)				新瓶型(容器開模需 120 天、製作 7 天)		
項目	PVC 收縮膜	轉印瓶	貼標	PVC 收縮膜	轉印瓶	貼標
開模天數	30 天	30 天	7 天	60 天	60 天	7 天
製作天數	10-15 天	機器直接印 1 天/18000 瓶 手工貼花 1 天/800 瓶	14 天	15 天	機器直接印 1 天/18000 瓶 手工貼花 1 天/800 瓶	14 天
灌裝天數	一天約 可灌 4 萬瓶	簡盒 15,000 瓶	一天 12,000 瓶 (銘刻)	一天約 可灌 4 萬瓶	簡盒 12,000 瓶	一天 12,000 瓶 (銘刻)
備註	基本量 為 10 萬 片	1. 與顏色確 認、產量有 關 2. 與外盒複雜 性有關	與印刷複 雜、數 量、銘 刻、前、 後標有關	與瓶型 複雜度 有關	與構圖、3D、 充填、打樣開 模、顏色確 認、產量有關 及瓶型、外盒 複雜度有關	與印刷複 雜、數量 有關

為求於 9 月份快速推出紀念酒，金酒公司遂以現有市場上競逐度與收藏價值性及大眾接受度最高之瓶型，搭配不同消費族群喜好，選擇 0.6L 麟洋黑金剛紀念酒、0.75L 麟洋配白金龍二款應市，搭配適度包裝調整融入麟洋元素，再以最快速的限制性招標採購包裝材料，在 40 個工作天中，從設計(5 天)、採購作業(3 天)、包材製作(約 25 天)、包裝灌裝 (7 天)等，快速完成產品製作工序，順利於 110 年 9 月底前推出二款紀念酒及 0.75L 麟洋酒專屬雙瓶提盒。

四、酒品包材採購時程

(一)0.6L-56 度陳年特級金門高粱酒-麟洋配台灣之光

包材採購期程表

品名	標的	數量	需求核准	申購核准	招標方式	決標時間	廠商	交貨時間
0.6L-56 度陳年特級金門高粱酒-麟洋配台灣之光	鋁蓋	4 萬個	8/6	8/10	限制性議價	8/12	宏全公司	9/6
	外盒	4 萬個				8/12	捷采公司	9/2
	提袋	4 萬個				8/12		9/2
	標籤	4 萬套				8/12	萬隆公司	9/3
	外箱	3,334 套				8/13	方藝公司	9/8

(二) 0.75L-58 度金門高粱酒 麟洋配台灣之光包材採

購期程表

品名	標的	數量	需求核准	申購核准	招標方式	決標時間	廠商	交貨時間
0.75-58 度金門高粱酒 麟洋配台灣之光	標籤	300,000	8/6	8/10	限制性	8/12	萬隆	9/3
	(前標)	120,000	9/2	9/2		9/8		9/27
	標籤	300,000	8/6	8/18		8/20		9/6
	(後標)	120,000	9/2	9/2		9/8		9/27
	外箱	25,000	8/6	8/10	合約轉換	無	興倡	9/10
		10,000	9/2	9/2				9/27

五、行銷推廣：

(一)2 款紀念酒品銷售統計如下表：

酒品名稱	銷售通路	銷售數量(瓶)
0.6L-56 度陳年特級高粱酒 麟洋配台灣之光(黑金剛)	縣民抽籤	35,613
0.75L-58 度金門高粱酒 麟 洋配台灣之光(白金龍)	地區批售	128,724
	門市、黑松	240,960

(二)0.6L-56 度陳年特級高粱酒麟洋配台灣之光

- 1、2021 年 8 月 30 日辦理「0.6L-56 度陳年特級高粱酒麟洋配台灣之光」抽籤記者會，為了讓更多金門鄉親分享麟洋配奪金榮耀，這次抽獎資格特別放寬，在東京奧運官方認定的結束日期，即 2021 年 8 月 11 日前年滿 20 歲，且設籍金門縣，就有機會抽中。
- 2、抽籤記者會 30 日上午 10 時在縣府多媒體室舉行，在李洋和王齊麟見證下，以電腦亂數抽出 3 萬 6,000 人。





(三)0.75L-58 度金門高粱酒麟洋配台灣之光

- 1、金門酒廠自 2018 年起即贊助李洋，陪伴李洋走過辛苦訓練時期，一路見證站上世界殿堂。除了前述紀念酒，規劃在 2021 年 9 月份推出 58 度 750 毫升「普飲版」麟洋紀念酒讓消費者共享這份光榮。
- 2、為推廣酒品銷售訊息，辦理相關廣宣計劃
 - (1)金酒粉絲頁(FB、IG)發佈訊息及推播。
 - (2)品酒網網站廣告執行。
 - (3)數位媒體執行 FB、IG、YT、聯播網等。
 - (4)刊登金門日報、金門時報、金門前鋒報。
 - (5)提供門市人形立牌。

金門酒廠

齊力冠金 洋名國際

台灣之光 麟洋配紀念酒
不用抽屜運氣，直接帶回去

58°

麟洋配 台灣之光
王齊麟 x 李洋

0.75L-58度金門高粱酒
麟洋配台灣之光

一盒兩入，請洽金酒全門市。
全台好評販售中

酒後不開車 安全有保障 禁止酒駕

六、檢討與未來精進作為

在東京奧運賽事期間，金門子弟李洋和搭檔王齊麟在賽程上的戰績漸入佳境，金酒公司已有發行紀念酒的構想，在勇奪金牌後，立即投入積極取得授權合作，但因本公司非為奧林匹克夥伴，不得使用奧林匹克財產進行廣告、行銷、宣傳等相關行為，例如奧運五環 logo、東京奧運 logo、相關視

覺設計和吉祥物等，奧運、東奧、中華隊代表隊隊名等，皆不能使用。肖像或奧運賽事照片如有使用就會牽涉到東奧、國際奧委會，依奧林匹克憲章(OLYMPIC CHARTER)第 40 條：「參加奧運會之選手、隊職員或其他代表隊人員必須尊重及遵守奧林匹克憲章……。」若冒然行事恐會使兩位選手丟失獎牌。

40 參加奧林匹克運動會 *

參加奧運會之選手、隊職員或其他代表隊人員必須尊重及遵守奧林匹克憲章、世界運動禁藥管制規範、國際奧會制訂的參加條件及由各國國際運動總會訂定並經國際奧會核定之規則。選手、隊職員或其他代表隊人員應由其國家奧會辦理報名。



第 40 條附則

1. 各國際運動總會應依循奧林匹克憲章訂定，其參加奧林匹克運動會的運動規則及參賽資格，並提送國際奧會執行委員會核定。
2. 參賽資格規定之施行與適用為各國際運動總會、其轄下之國家運動協會及各國家奧會之職責。
3. 參加奧運會之選手、代表隊職員及其他代表隊人員得依照國際奧會執委會訂定之原則，允許其奧運會期間之個人、姓名、照片或運動成績等用於廣告用途。
4. 選手能否報名或參加奧林匹克運動會，不應取決於任何財務考量。

另李洋與王齊麟隸屬國營事業台灣土地銀行員工，具有公務員身分，必須遵守公務員服務法第 13 條第 1 項規定：「第 13 條公務員不得經營商業或投機事業……。」及第 14 條第 1 項規定：「公務員除法令所規定外，不得兼任他項公職或業務……。」

銓敘部 110 年 8 月 18 日部法一字第 11053781671 號令

- 一、公務員服務法(以下簡稱服務法)第13條第1項規定：「公務員不得經營商業或投機事業……。」第14條第1項規定：「公務員除法令所規定外，不得兼任他項公職或業務……。」
- 二、公營事業機構得指派所屬公務員與其他公民營事業、團體或個人合作從事商業活動，並將相關收益分潤予所屬公務員；行政機關(構)與其他公民營事業、團體或個人合作，得指派所屬公務員從事非營利性公益活動，並接受指定用途之捐贈(助)，以辦理符合機關(構)職掌之事務。上開情事，均與服務法第13條第1項及第14條第1項規定無涉。
- 三、公務員將個人肖像一次性授權他人使用獲致正常利潤，且未掛名代言人或參與相關商業活動，非屬服務法第13條第1項經營商業之範疇，惟不得概括授權予他人取得再授權利用之權利。但經權責機關(構)以策略聯盟方式指派參與後續商業活動者，不在此限。

所以本項酒品公司與李洋經紀團隊洽談，採公務員將個人肖像一次性授權他人使用獲致正常利潤，但李洋不得掛名代言人或參與相關商業活動，即可排除公務員服務法第 13 條第 1 項之限制。

經過雙方不斷確認再確認，才得以進行各項執行作業，加上酒品牽涉許多採購、生產、包裝、規格審查等各項流程，因此每項決策須更加謹慎。

兩位奧運金牌選手因 9 月以後將返回國訓中心為接下來的國際比賽做準備，故僅能於 8 月 30 日由縣府安排回金與鄉親分享得金榮耀。故本公司為使本案酒品推出更有話題性，透過李洋與王齊麟 8 月底榮耀返金行程親自出席酒品抽籤記者會，為是項酒品創造更多新聞議題。

故在種種挑戰壓力下，力求在最短時間內，讓全民共享這份榮耀，未臻完善之處，實屬各項條件限制下的結果。日後針對特殊事件或發行紀念酒品時提早因應，抓住時機點提前委請專業產品設計廠商或開口合約廠商設計，在創新、創意上迎合目標族群的喜愛，增加酒品質感，提高消費者購買意願與收藏價值。

除了第一階段快速上市的酒品，目前金酒公司已著手進行，以李洋奪得奧運金牌時球齡 16 年，結合 16 年酒體，設計精緻有質感的李洋 16 年紀念酒，將於明年奪金週年時，公開抽籤分享金門民眾價購。在充裕時間中，我們

經過多次設計討論後，產品設計初稿圖如下，後續將以既定的產品開發製作時程，依序完成上市。

1.6L-李洋 16 年紀念酒設計概念圖



七、奧委會第 40 條憲章規範

(一) 針對奧運期間的廣告設立的規範

持有版權的轉播商和贊助商，才可以使用↓

LOGO：奧運五環logo、東京奧運logo、相關視覺設計和吉祥物

關鍵字：奧運、東奧、中華隊等代表隊隊名等

(二) 奧運閉幕式後三天的規範(8/11~)

可以使用↓

➢ 2020奧運羽球男雙金牌(文字敘述)

➢ 李洋、王齊麟(名字、照片-非賽事期間照片)

不能使用↓

➢ 獎牌

➢ LOGO：奧運五環logo、東京奧運logo、相關視覺設計和吉祥物

➢ 關鍵字：奧運、東奧、中華隊等代表隊隊名等

(三) 東京奧運金牌合作夥伴

金牌合作夥伴 Tokyo 2020 Olympic Gold Partners

			
			
			
			

畫面來源：東京奧運官網

(四) 中華奧會合作夥伴



中華奧會官方供應商



來源：中華奧會官網

八、結語

李洋獲得奧運金牌是金門人的榮耀，推出紀念酒是讓縣民得以收藏並見證這歷史性的一刻，除了有兩位選手肖像外，特別灌裝陳年金門高粱酒，使用七年稀缺性陳高酒基並限量發行，是為顯現得到奧運金牌的珍貴難得。

產品設計引起各界關心，本公司虛心受教、廣納建言，承蒙各界指教，未來將以審慎的態度規劃各項產品，強化創意設計、加速採購流程等，作為本公司日後新產品設計開發之重點內容。