

# 福建福矛酒業侵權調查報告

## 壹、 源由

本案起於網路上流傳金色螺紋瓶蓋與紅色封套瓶蓋兩種「兩岸同心經貿交流紀念酒照片」，貴會第七屆第3次臨時會決議（大陸）福矛酒業集團以不正當銷售方式侵害金門酒廠實業股份有限公司及所屬金門酒廠（廈門）貿易有限公司合法權益，於三日內向（大陸）福矛酒業集團提告侵權求償，再於108年10月22日召開第七屆第5、6次臨時會排定財政處提出調查專案報告，以下為調查經過及相關說明。

## 貳、 調查經過

金門縣政府為調查貴會所提疑義，先請金酒公司備妥相關文件，並於108年9月30日由財政處邀集主計處及政風處組成專案小組派員至金酒公司查閱文件及詢問相關人員，以釐清事實。

## 參、 調查項目及結果：

### 一、 灌製兩岸同心酒之日期、數量及申請人：

金酒公司查覆內容：108年5月底收到金翔國際有限公司（委託訂製人，以下簡稱金翔公司）委託金門宏玻陶瓷股份有限公司（受託訂製人，以下簡稱宏玻公司）主題性高粱酒訂購

申請，其酒品申請主題為「兩岸同心經貿交流紀念」，酒品容量為 0.5L，採用酒基為 53 度金門高粱酒，總計下單數量為 1,500 盒，由金酒公司配合趕製活動開始出貨供應。

**金門縣政府調查意見：**查閱本案主題酒訂製申請（含規格書圖稿）等相關資料（如附件一），如同金酒公司所述。

## 二、 金色螺紋瓶蓋酒品疑義：

**金酒公司查覆內容：**網路所流傳之金色螺紋瓶蓋、瓷瓶標示五年陳高之產品（以下簡稱網傳酒品），曾個別洽詢主題酒訂製人，金翔公司與宏玻公司均表示網傳酒品僅有圖稿，並未有實際成品存在，該圖稿原擬規劃於前揭主題性酒品使用，其後因該金色螺紋瓶蓋瓷瓶宏玻公司無法產製，且灌裝五年陳高之成本過高，加以海峽論壇後的閩商活動在即等因素，故而將商品改為 0.5L-53 度金門高粱酒與紅色封套的瓶蓋設計，金翔公司並表示所訂製的主題性酒品 1,500 瓶已悉數做為兩岸同心經貿交流活動及福建省閩商大會贈送給貴賓使用，並無供市場銷售。

**金門縣政府調查意見：**1. 查閱南平廣播電視台針對交流活動電子媒體報導（如附件二），如同金酒公司所述。2. 本府責成金酒公司及廈門公司，倘日後確有市面上販售（大陸）福

矛酒業集團假冒金門酒廠實業股份有限公司生產之兩岸同心經貿交流紀念酒之情形，務必採取適當之法律行動以維護公司權益。

### 三、 紅色封套瓶蓋酒品疑義：

金酒公司查覆內容：108年6月17日兩岸同心經貿交流活動當天所陳列之實際產品為金酒公司產製之主題性0.5L-53度金門高粱酒(紅色封套)與福矛酒業10年金色螺紋瓶蓋酒品，惟活動舉辦方所使用的宣傳圖稿卻係以相同的金色螺紋瓶蓋造型瓷瓶示意灌裝福矛10年酒及本公司5年陳年高粱酒，雙方僅是簽署合作意向書宣傳，交流活動現場並未針對平面圖稿與現場實際陳列樣品之間的差異加以細究。

金門縣政府調查意見：1. 查閱南平廣播電視台針對交流活動電子媒體報導(如附件二)，如同金酒公司所述。2. 本府責成金酒公司及廈門公司，倘日後確有市面上販售(大陸)福矛酒業集團假冒金門酒廠實業股份有限公司生產之兩岸同心經貿交流紀念酒之情形，務必採取適當之法律行動以維護公司權益。

### 四、 侵權民事及刑事訴訟進度、解決方案：

金酒公司查覆內容：是否造成金酒公司權益及品牌形象影響，

與是否採取必要法律行動等節，經查，網傳酒品（金色螺紋5年陳高版本）僅出現南平、金門同心同源系列產品發布會示意，表達雙方有合作意向之宣傳使用，而雙方之合作協議業於2019年8月17日自動終止，故迄今未見有實際成品存在，金酒公司法務部門與顧問律師認為，目前並無發現（大陸）福矛酒業集團假冒金門酒廠實業股份有限公司生產之兩岸同心經貿交流紀念酒之情形，本案難以有足夠的請求權基礎得向（大陸）福矛酒業集團提告侵權或求償，現階段實不宜貿然採取任何法律行動以免衍生不必要爭議。

**金門縣政府調查意見：**按民法第184條規定，侵權行為之成立有以下要件：1. 因故意或過失，不法侵害他人權利者。  
2. 故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。經調閱相關合約及佐證資料顯示，同意金酒公司所述，（大陸）福矛酒業集團尚無侵權事實發生。

#### **肆、 結論**

依業務權責劃分本府僅針對金酒公司及廈門公司重大經營決策及適法性監督，經查並無違法性疑義，其適當性尊重兩家公司董事會及專業經理部門之判斷及處理方式，本案依據金酒公司提供相關資料及人員敘述，並無發現（大陸）福矛酒

業集團假冒金門酒廠實業股份有限公司生產之兩岸同心經貿  
交流紀念酒，現階段實不宜貿然採取任何法律行動以免衍生  
不必要爭議。