

# 調查報告

壹、案由：據悉，金門酒廠實業股份有限公司（下稱金酒公司）於110年3月2日宣布，調高部分酒品售價，漲幅約6%至12%不等，平均漲幅約10%，引起地區盤商批貨紛紛表達不滿等情。由於酒類商品具有倉儲設備簡單、保存期限長的特性，粗估所需之規劃、資金調度、商品去化、資金回收等期程不長，調高售價10%換算年報酬率甚高，故會有內線交易之誘因存在。且此次漲價後的包裝與搭售方式也都沒改變；可以說是短期內肥了代理商，若代理商有新臺幣（下同）50億元庫存，就現賺5億元。反觀金酒公司先前對地區的盤商配售量都是緊縮，當大家都把庫存賣完，竟然遇到進貨突發性漲價，造成不同銷售通路之間的差別待遇。金酒公司無預警地漲價的措施會有「資訊不對稱」效應，其中是否有內線交易？相關的內控制度是否落實？實有瞭解之必要案。

## 貳、調查意見

本院先於民國（下同）110年3月24日就門酒廠實業股份有限公司（下稱金酒公司）酒類銷售制度、訂價制度、管銷情形函請該公司提供相關資料及說明。復於111年2月9日詢問金酒公司董事長黃怡凱、行政副總經理陳啟展等相關主管人員，並參酌該公司會後補充資料，業已調查竣事，茲臚列調查意見如下：

金酒高粱酒在國內白酒市場市占率高達75%，穩居領導

品牌地位<sup>1</sup>。獨特的風味、極高的市占率，創造出金門高粱酒無可取代之地位。是以，價格調整對消費者之影響甚深。金酒公司110年3月調整酒品價格約6-12%，平均漲幅為10%，主要係因101年調整酒品價格後，多年未做調整，反映成本上漲。然依據該公司財務報表資料顯示，銷貨成本率由105年之48.17%上漲至109年之53.29%，上漲5.12%，即使102年銷貨成本率47.66%，亦僅上漲5.63%。該公司相關成本上漲及價格訂定評估資料並無法顯示本次酒品價格上漲幅度與成本上漲幅度之合理性，且對財務影響等評估亦付之闕如，致引發外界質疑有過度調漲酒品價格之情形。該公司允應訂定公開透明之酒品價格調整機制，以維護消費者權益。

一、按金酒公司酒類訂價流程：

- (一)業務處提案→會辦包裝廠提供人力評估→會計處提供製造成本明細表
- (二)業務處提出利潤分析表、補充資料、成本明細表→由行銷處準備召開評價會議
- (三)行銷處通知評價委員出席，法務政風人員列席，排定時間召開評價會議。
- (四)會議資料播放於電腦螢幕，獲利水準評價原則表則提供每位委員一張，會後相關資料收回銷毀。
- (五)會議採逐項酒品進行討論，委員如有任何意見或疑問可隨時提出由承辦人員進行說明。
- (六)最終由委員投票表決是否通過提案。
- (七)會議紀錄於會後簽會相關部門並由評價會議主任委員(董事長或總經理)決行。

---

<sup>1</sup> <http://ibook.taiwantrade.com/Template/RWD3.0/bestarticle.jsp?articleID=394>。

(八)公告調整。

是以，金酒公司酒品價格調整應依據上開流程辦理。

二、查金酒公司110年3月酒品價格調漲規劃：

(一)金酒公司調漲酒品價格緣起：

1、金門縣議會第7屆第2次定期會(會期：108年11月20日至12月19日)總質詢歐陽儀雄議員質詢事項：「請金酒公司適度反映成本調漲金門高粱酒產品價格」。

2、109年2月14日金酒公司第11屆第10次董事會：「上級機關(金門縣政府財政處，出席人員：孫國治處長、洪銘澍科長、黃章維科員)指導事項：「公司就營運支出成本增加，未來漲價走向，請公司擬定具體作法於下次董事會提議。」

(二)金酒公司110年3月調漲酒品價格評估情形<sup>2</sup>：

1、成本分析：

(1)銷貨成本率<sup>3</sup>：

單位：%

年度	102	104	105	106	107	108
銷貨成本率	24.23	24.87	24.49	25.80	28.82	31.14

資料來源：金酒公司產製酒品售價調漲評估報告。

(2)毛利率<sup>4</sup>：

單位：%

年度	102	104	105	106	107	108
毛利率	52.34	46.90	51.83	50.66	48.12	46.50

資料來源：金酒公司產製酒品售價調漲評估報告。

2、58度大宗酒品普飲系列成本平均漲幅約

<sup>2</sup> 金酒公司109年7月底定稿之「產製酒品售價調漲評估報告」。

<sup>3</sup> 銷貨成本=銷貨成本/營業收入。

<sup>4</sup> 毛利率=1-成本率。

32.07%，占108年度營收約41%，0.6L-58度金門高粱酒成本漲幅約35.04%，其餘品項成本漲幅約7-24%。

3、101至108年銷貨毛利比較，年度平均毛利率100年為50.6%，101年為53.89%，108年為46.5%，101至108年衰退逾7%。

4、因應策略：

(1) 落實產品精簡化：為擷節成本並有鑑於市場產品、價格、通路、促銷、整合行銷、庫存、消費行為等競爭問題，策略規劃產品定位調整；檢討酒基類別與等級簡化架構對應價格，以利消費者認知及酒基庫存管理等方向並同步檢討產品種類掌握八二法則，汰弱(刪減毛利低、銷售小、同質性高)留強(銷額高、毛利高、開發系列化酒品)之原則進行包材採購、包材管理、成本庫存管理等方向，擷節費用。

(2) 調整各通路產品評價獲利原則：適度反映各項成本調整各通路產品評價獲利原則。

(3) 實施漲價規劃：因應各項原、物料與包材取得成本大幅增加及公務人員調薪等導致製造成本不斷攀升，適度調漲各通路產品價格。

5、調漲建議：

(1) 建議漲價時機：

〈1〉108年末迄今遭遇新冠病毒肆虐，該公司亦受累其中，尤以國內免稅通路、廈門子公司及臺灣地區二大總經銷等影響大，於此刻調漲產品價格不免易遭外界非議，然據市場訊息顯示，競爭對手臺灣菸酒公司已多次調漲產品售價，亦於109年7月通知所屬經銷商價格調漲，漲幅約7-14.2%。

〈2〉考量農曆春節前後為該公司產品銷售旺季，季，季，經衡酌消費者、窗口經銷商、零售店、久盤、KA通路等面向，為減少市場因漲價所造成的批評與混亂，降低負面效應，故擬建議於110年3月1日起進行調漲事宜。

(2) 建議漲價幅度：初步規劃大宗普飲系列酒品約6-8%，餘為7-10%。

6、金酒公司總經理楊駕人批示「呈董事長指導及裁決」。

7、金酒公司董事長李增財於109年8月8日批示：「悉。俟機再議」<sup>5</sup>。

(三)金酒公司110年3月調漲酒品價格過程：

1、金酒公司調漲價格內部簽核情形<sup>6</sup>：

(1) 該公司自101年2月1日調整價格以來，已逾9年未做調整，期間各項原、物料與包材取得成本大幅增加及公教人員調薪等導致製造成本不斷攀升，該公司均以凍漲方式貼近消費者，惟為企業永續經營發展，遂有調漲大宗酒品價格之規劃。

(2) 依據成本比較分析資料顯示，該公司58度大宗酒品普飲系列成本平均漲幅約32.07%，占108年度營收約41%。0.6L-58度金門高粱酒成本漲幅約35.04%，其餘大宗常態品項成本漲幅約7%至24%。

(3) 銷貨毛利分析：101至108年銷貨毛利率比較，年度平均毛利率100年度為50.60%，101年

---

<sup>5</sup> 金酒公司指稱：「有關本公司109年8月7日陳報總經理及董事長之產製酒品售價調漲評估報告，經董事長批示「俟機再議」，其意旨應為視經濟環境與市場銷售情況，尋找適當時機再議調漲內容與期程規劃，並非表示本次不漲之意……」

<sup>6</sup> 110年2月25日金酒公司業務處簽辦產製酒品調價案。

度為53.89%，108年度為46.92%，101至108年衰退約近7%。

- (4) 適度調漲各通路產品價格，研議後提列瓶裝普飲、盒裝普飲、罈裝普飲、陳年系列、二鍋頭等五大類，35個品項，並按臺灣地區總經銷商、金門地區批售商戶、公民配售酒、福委會門市、直營門市、外銷FOB及供銷免稅店等7類通路進行售價規劃。
- (5) 本案經陳核該公司行政副總經理陳啟展、總經理楊駕人後，董事長李增財批示：「原則同意。細項調整由總經理主持評價委員會討論，決定後發佈。」

## 2、金酒公司產品評價情形<sup>7</sup>：

- (1) 自101年2月起迄今已多年未調漲酒品價格，為因應公司多項營運成本不斷增加及市場機制，本次調漲主要原因：
  - 〈1〉原物料成本上漲(尤其109年12月大陸東北高粱轉作玉米、黃豆戰略物資，造成高量大漲)。
  - 〈2〉人事成本每年增加4%支出(晉薪級)。
  - 〈3〉1例1休增加人事成本支出。
  - 〈4〉參考臺灣菸酒公司109年價格調幅7-14%。
- (2) 純糯米產品(原釀21)因應購買原物料成本，故調整較高。
- (3) 陳高因應老酒牌價價格整體性考量價格，故調整較高。

## (四)金酒公司110年3月調漲酒品價格發布情形：

- 1、3月2日正式調價，同時請行銷處發布新聞稿。

---

<sup>7</sup> 110年3月1日110年度金酒公司產品評價第3次會議。

- 2、3月2日總公司0820由行政副總召集相關人員說明調價事宜，並統一說詞。
- 3、3月2日臺灣門市0820由業務處召集相關人員說明調價事宜，並統一說詞。
- 4、ERP系統新價格請相關人員於3月1日完成更新，以利3月2日正常運作。

三、金酒公司酒品調漲之主要原因係101年2月1日調整價格以來，已逾9年未做調整，期間各項原、物料與包材取得成本大幅增加及公教人員調薪等導致製造成本不斷攀升，為企業永續經營發展，遂有調漲大宗酒品價格之規劃。該公司「產製酒品售價調漲評估報告」評估「58度大宗酒品普飲系列成本平均漲幅約32.07%，占108年度營收約41%，0.6L-58度金門高粱酒成本漲幅約35.04%，其餘品項成本漲幅約7-24%。」然依據該公司財務報表資料顯示，銷貨成本率由105年之48.17%上漲至109年之53.29%(詳表12、13)，上漲5.12%，即使102年銷貨成本率47.66%，亦僅上漲5.63%。雖該公司稱「此次酒品調整幅度約6-12%，平均漲幅為10%，其中再根據酒品供銷通路態樣及酒品市場現況給予不同的幅度比率，經銷商態樣平均漲幅約為6-7%，門市零售價格平均漲幅約10-11%，另些許酒品考量流動性低及低競爭力，且原價格獲利能力已偏高，故調整幅度僅約3-5%」然本次調漲酒品價格主要係反映成本增加，惟該公司相關成本上漲及價格訂定評估資料並無法顯示本次酒品價格上漲幅度與成本上漲幅度之合理性，且因新冠肺炎疫情影響，營收下滑，亦將造成成本率提高。致引發外界質疑該公司有過度調漲酒品價格之情形。另，該公司酒品價格調漲對財務之影響評估亦付之闕如。該公司允應訂定公開透明之酒品價格調整機制。

表1、金酒公司105至109年損益概況-金額

單位：新臺幣千元

	105年	106年	107年	108年	109年
銷貨收入	12,114,517	12,431,545	11,747,528	12,063,300	9,932,769
銷貨成本	5,836,079	6,134,235	6,094,634	6,454,098	5,293,528
營業毛利	6,278,438	6,297,310	5,652,894	5,609,202	4,639,241
營業費用	5,321,197	5,484,415	5,017,159	4,756,355	4,054,559
行銷費用	418,275	336,780	449,033	400,931	363,136
管理費用	4,859,485	5,110,809	4,529,042	4,327,168	3,672,146
營業利益	957,241	812,895	635,735	852,847	584,682
營業外收入	48,911	154,461	312,292	277,902	140,302
營業外費用	98,733	77,840	23,913	57,947	106,076
稅前淨利	907,419	889,517	924,114	1,072,802	618,907
本期盈餘	745,451	751,469	766,224	906,500	513,657

資料來源：金酒公司提供，經本院整理。

表2、金酒公司105至109年損益概況-比率

單位：%

	105年	106年	107年	108年	109年
銷貨收入	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
銷貨成本	48.17	49.34	51.88	53.50	53.29
營業毛利	51.83	50.66	48.12	46.50	46.71
營業費用	43.92	44.12	42.71	39.43	40.82
行銷費用	3.45	2.71	3.82	3.32	3.66
管理費用	40.11	41.11	38.55	36.87	36.97
營業利益	7.90	6.54	5.41	7.07	5.89
營業外收入	0.40	1.24	2.66	2.30	1.41
營業外費用	0.81	0.63	0.20	0.48	1.07
稅前淨利	7.49	7.16	7.87	8.89	6.23
本期盈餘	6.15	6.04	6.52	7.51	5.17

資料來源：金酒公司提供，經本院整理。

四、綜上，金酒高粱酒在國內白酒市場市占率高達75%，穩居領導品牌地位<sup>8</sup>。獨特的風味、極高的市占率，創造出金門高粱酒無可取代之地位。是以，價格調整對消費者之影響甚深。金酒公司110年3月調整酒品價格約6-12%，平均漲幅為10%，主要係因101年調整酒品價

<sup>8</sup> <http://ibook.taiwantrade.com/Template/RWD3.0/bestarticle.jsp?articleID=394>。

格後，多年未做調整，反映成本上漲。然依據該公司財務報表資料顯示，銷貨成本率由105年之48.17%上漲至109年之53.29%，上漲5.12%，即使102年銷貨成本率47.66%，亦僅上漲5.63%。該公司相關成本上漲及價格訂定評估資料並無法顯示本次酒品價格上漲幅度與成本上漲幅度之合理性，且對財務影響等評估亦付之闕如，致引發外界質疑有過度調漲酒品價格之情形。該公司允應訂定公開透明之酒品價格調整機制，以維護消費者權益。

**參、處理辦法：**

- 一、抄調查意見，函請金門酒廠實業股份有限公司研處見復。
- 二、調查報告之案由、調查意見及處理辦法上網公布。

調查委員：賴振昌

賴鼎銘

鴻義章

林文程

中 華 民 國      1 1 1      年   6      月      8      日

本案案名：金酒漲價案

本案關鍵字：金酒公司、酒品價格、酒品調漲