

投稿類別：法政類

篇名：

金門的另類社會福利：金酒公司年節家戶配酒之探討

作者：

呂佳穎。國立金門高級中學。二年十班

邵于倫。國立金門高級中學。二年三班

葉于菁。國立金門高級中學。二年三班

指導老師：

林慧英老師

壹●前言

一、研究動機

金門酒廠實業有限公司是金門的「金雞母」，每年上繳幾十億元盈餘給金門縣政府公庫，金門縣民跟著受惠，社會福利堪稱是全國最好的縣市。金門縣民福利包括：國中小學生就學免學費、營養午餐免費、縣民搭乘公車或大小金門間之交通船免費、全職媽媽照顧未滿五歲年幼子女還可月領三千元津貼、六十五歲以上老人每月可領六千元敬老金等，因此有不少人將戶籍遷來或遷回金門。這些福利措施想必羨煞許多人，但其中最具有金門特色的福利，則非金酒公司「年節家戶配酒」莫屬。此項「年節家戶配酒」係採限量發售的，發放主要對象是金門縣民，目前金門縣政府規定，凡符合「成年人設籍在金門滿一年」，得以較優惠的價格，購買金門縣政府於「三節」(即春節、端午節、中秋節)發售的「年節家戶配酒」，每個成年人限購高粱酒一打。這專屬金門人的「好康」十分受到縣民歡迎，因此引發了我們想要更深入探討金門這項全國獨一無二的福利—金酒公司「年節家戶配酒」是起源於何時？辦法依據為何？這項措施對金酒及金門縣民收益有何影響？縣民對這項措施與做法的評價如何？有何建議或修正意見？以上所述，乃是引起我們想對金酒公司「年節家戶配酒」加以探討的動機之所在。

二、研究目的

- (一) 探討金酒公司「年節家戶配酒」實施的緣起、辦法及其歷年重要的修改要點。
- (二) 探討金酒公司「年節家戶配酒」的實施對金酒價值影響的情形。
- (三) 探討金酒公司「年節家戶配酒」的實施對金門縣民經濟收益影響的情形。
- (四) 探討金門縣民對金酒公司「年節家戶配酒」實施的評價情形。
- (五) 探討金門縣民對金酒公司「年節家戶配酒」實施辦法的意見。
- (六) 探討金門縣民對金酒公司「年節家戶配酒」實施有何建議或修正意見。

三、研究方法

為達成以上研究目的，本研究特採用以下二種方法：

- (一) 文件分析法：透過閱讀與分析金門縣志及相關書籍、金門縣政府財政局有關公務文件等資料，以瞭解金酒公司「年節家戶配酒」的源起、實施辦法內容及其歷次修正的要點。
- (二) 結構性訪問法：設計訪問題目，透過便利抽樣方式訪問縣民，以瞭解金門縣民對金酒公司「年節家戶配酒」有關措施與做法的評價、看法及建議或修正意見。

貳●正文

「社會福利是含有社會服務性、物質性、精神性的社會救助意義」(註一)，有關社會福利的定義相當分歧，但一般社會福利學者皆認為社會福利包含：社會保險、社會救助、社會津貼以及社會服務。

金酒公司「年節家戶配酒」這項行政措施為金門縣民帶來了一些經濟上的利益。這些利益是在一般政府施政的社會福利措施之外所額外增加的福利，也是其他縣市的社會

大眾所未能享有的好處。因此，常被其他縣市的民眾及金門本縣的民眾稱為「另類的社會福利」。本研究將針對金門縣政府的這項頗具地方特殊性的福民利民措施－金酒公司「年節家戶配酒」分別從各有關方面，加以探討如下：

一、金酒公司「年節家戶配酒」實施的由來、辦法及歷年重要的修正要點：

民國 41 年 9 月，「九龍江酒廠」成立（註二），開始量產金門高粱酒，而在民國 45 年更名為現在眾所皆知的「金門酒廠」，金門酒廠所產出的高粱酒以其甘醇、芳香、濃郁聞名，受大眾喜愛，營業額逐年上升。目前金酒公司一年來營業額已經超過新台幣一百億元了，金門縣政府為了實質回饋金門的鄉親，及因應三節（端午節、春節、中秋節）期間縣民對金門高粱酒的需求，便利鄉親購置金酒，於是訂定了家戶配酒實施計畫，此乃金門酒廠實施「年節家戶配酒」之緣起。

有關家戶配酒制度最早的作法，是在民國 82 年端午節時開始實施家戶配就，當時是以「戶」為單位，每戶可配售「陳年大特酒兩瓶、白金龍兩瓶、黃金龍兩瓶」（註三），都是按公定零售價販售，因為是以「戶」為單位，所以有不少人常為了獲得此項利益而將原本一家拆成多戶。其後因金酒售價提高，與市面價的價差縮減，已較無利潤可圖，各家戶購買配售酒的意願也逐漸降低，這項「便民利民」的措施，便宣告取消。

民國 93 年，三節高粱酒配售的制度又恢復了，仍採取以「戶」為單位的配售方式。每戶可配售 0.75 公升 58 度的金門高粱酒一打，亦即每戶配售一打 12 瓶，每瓶 250 元，總計價格為 3000 元整。（註四）

民國 94 年，金酒辦理春節「家戶年節配酒」辦法有了重大的改變，因適逢金門建縣九十週年，因此除了一年三節日配售的高粱酒之品類與往年相同外，並另增加配售金門建縣九十週年紀念酒，而且在配售的方式上也做了很大的改變，廢除以前以「戶」為單位之方式，改為以「個人」為單位，凡年滿二十歲以上，且在配售作業戶籍設定基準日前設籍在金門一年以上的公民，即具有獲配售之資格。凡符合配售資格之縣民，每人可獲配售 0.75 公升 58 度的金門高粱酒一打，整打購買不能拆售，每瓶單價 250 元，每打總計價格為 3000 元整。（註五）

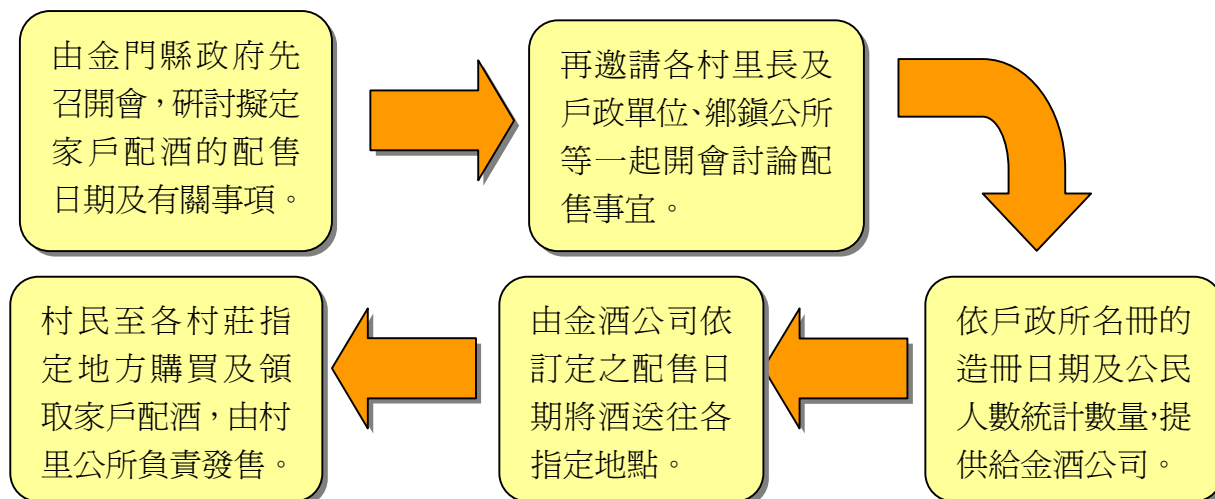
民國 96 年辦理春節「家戶年節配酒」時，配售對象的資格又有了一些的改變，規定必須於 96 年 2 月 18 日年滿 20 歲以上，且設籍本縣滿一年以上之縣民，或 96 年 2 月 18 日年滿 20 歲以上，且實際居住本縣滿一年以上，受限於戶籍法等規定未能設籍本縣，且其配偶符合本計畫配售對象之規定者，但於 96 年 1 月 1 日以後設籍本縣者，應設籍滿三年，始符合申購資格。符合資格者每人可獲配售 1 公升 58 度的金門高粱酒一打，每瓶單價 400 元，總價格為 4800 元整。（註六）

民國 99 年秋節辦理家戶配酒時，又將配售資格規定放寬改回只須年滿二十歲以上，且設籍在金門滿一年以上的公民即符合申購資格。「99 年中秋節家戶配酒實施計畫」中，凡符合前述此資格之縣民可獲配售 1 公升 58 度特選金門高粱酒 1 打，每瓶單價 400 元，總價格為 4800 元整。（註七）

今年（民國 100 年）的春節家戶配酒實施計畫中，金門縣政府訂定的配售對象為須年滿二十歲以上，且於民國 99 年 2 月 3 日日前「設籍本縣滿一年，或實際長期居住本

縣滿一年以上」，但受限於戶籍法等規定未能設籍本縣，且其配偶符合本計畫配售對象之規定者亦具有配售資格。(註八)

二、金酒公司「年節家戶配酒」配售流程：



(圖一) 金酒公司「年節家戶配酒」配售流程圖

從上面的配售流程圖，可知金酒公司「年節家戶配酒」的配售流程依序為以下五個步驟：1. 由金門縣政府先召開會，研討擬定家戶配酒的配售日期及有關事項。2.再邀請各村里長及戶政單位、鄉鎮公所等一起開會討論配售事。3.依戶政所名冊的造冊日期及公民人數統計數量，提供給金酒公司。4.由金酒依訂定日期將酒送往各指定地點。5.村民至各村莊指定地方購買及領取家戶配酒，由村里公所負責發售。

二、金門縣民對金酒公司「年節家戶配酒」的感受及看法：

為了解金門縣民眾對金酒公司「年節家戶配酒」的感受及看法，本研究乃採用結構性訪問法，立意訪問了不同年齡、性別、行業、鄉鎮的民眾 10 人，然後再根據其意見加以綜合歸納與分析如下：

(一) 受訪者資料(姓名不公開)：

(表一) 受訪者資料一覽表

姓名	年齡	性別	職業	現居住地
楊先生	30	男	教師	金門縣金湖鎮
戴小姐	45	女	公務人員	金門縣烈嶼鄉
曾小姐	39	女	會計人員	金門縣金城鎮
曾太太	60	女	畜牧場員工	金門縣金城鎮
邵先生	41	男	修車場老闆	金門縣金城鎮

呂先生	40	男	金酒員工	金門縣金寧鄉
楊先生	41	男	商人	金門縣金沙鎮
蘇小姐	28	女	教師	金門縣金沙鎮
呂先生	50	男	里長	金門縣金湖鎮
陳先生	52	男	警察	金門縣金寧鄉

(二) 民眾感受和看法：

1. 請問您認為金門縣政府實施「年節家戶配酒」是否對金酒的價值有影響？如果有，請問它的影響怎樣？			
呂先生	有影響，台灣人最喜歡金門的家戶配酒，大大的打出金門酒廠的名號。	戴小姐	有影響，增加金門人的福利，進而願意支持金酒，並宣傳。
		楊先生	應該不會有影響，反而有這麼多人可以購買金酒，成為金酒的忠實客戶。
曾小姐	有影響，但是正面的，因為那是行銷手法之一。	蘇小姐	有影響，增加流通量，縣民亦會幫忙宣導。
曾太太	沒有什麼影響。	邵先生	沒有影響。
陳先生	沒有什麼影響。	楊先生	沒有什麼影響。
綜合分析	由上面的訪問結果可知，多數受訪者認為家戶配酒的實施不會影響金酒的價值，但仍有部分的受訪者認為有影響，但其影響為正面的，主要是可增加金酒的流通量，經由縣民的廣為宣傳，可使金酒知名度大增。		

2. 請問您覺得金門縣民「年節家戶配酒」，如果您將酒出售後是否增加了您額外的收入？如果是，請問每次配售時您大約可增加多少額外的收入？			
楊先生	是，從 2300~3700 元不等。	呂先生	是，一打增加的收入約 2400~3000 新台幣。
戴小姐	是，不一定，約 3000 元上下。	楊先生	是，約 2000 元。
曾小姐	是，約多出 1 倍。	蘇小姐	是，約 3000 元。
曾太太	是，大約 3200 元。	呂先生	是，大約 2500~3000 元。
邵先生	是，約 1 倍左右。	陳先生	是，約 2500 元。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，將酒出售後的價格約可增加 2000 ~ 3700 元不等，但最高則有約 1 倍左右。		

3. 請問您認為金門「年節家戶配酒」是否可稱為金門縣民的「另類社會福利」？如果是，請問您認為這項福利是否應該繼續實施？為什麼？			
---	--	--	--

楊先生	是，只要金酒有盈餘當然希望繼續實施，對家家戶戶不無小補。
戴小姐	是，繼續，當金門福利愈好時，才能吸引更多人才前往金門且留得住人才。
曾小姐	是，也應該繼續而且要擅用各種日子發行 一來為金酒寫歷史 成為一本“金酒現代史”，二來讓金酒為縣民謀福利 也滿足商人愛炒作的天性。
曾太太	是，有酒可以領又可以增加收入 當然要繼續。
邵先生	是，應該繼續，這樣才有酒可以賣和賺價差。
呂先生	是，應該持續，因為可以增加百姓的額外的收入，活絡經濟。
楊先生	是，應該繼續，算是給縣民的紅利。
蘇小姐	是，彌補離島交通不便之憾。
呂先生	是，應該持續，可以藏富於民。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，大部分的人都認為家戶配酒算是另類社會福利，且認為此政策應該繼續實施。

4. 請問您認為金門「年節家戶配酒」制度有什麼優點和缺點?	
楊先生	優點：雨露均沾，人人可為金酒代言。 缺點：無。
戴小姐	優點：福利越好金門就越留得住人才。 缺點：易造成幽靈人口移入。
曾小姐	優點：增加縣民的收入。 缺點：以設籍的人口作配銷的對象，不盡周全，有些雖然設籍於此，但非居住於此，只享受權利，並不負擔義務。
曾太太	優點：可依留著自己使用，也可以賣出賺價差。 缺點：對於那些住在外地的人，沒有貢獻卻只想配售酒，並不很恰當。
邵先生	優點：讓縣民有酒可以配售，可以轉賣。 缺點：導致酒商和台灣人炒作價格的歪風。
呂先生	優點：增加金酒收入。 缺點：瓶裝一成不變，只是貼紙改變。
楊先生	優點：對縣民而言可以獲得福利。 缺點：會造成設籍而不在籍的人口暴增。
蘇小姐	優點：提供縣民福利，增加對金酒的認同感。 缺點：無。
呂先生	優點：對不常喝酒的人可以增加額外的收入。 缺點：愛喝酒者容易酗酒。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，大部分的受訪者認為年節家戶配酒主要的

	優點為增加縣民額外的收入，雨露均沾，人人可為金酒代言，增進縣民福利，增加縣民對金酒的認同感；而其缺點主要為易造成幽靈人口移入，以及導致酒商和台灣人炒作金酒價格的歪風。
--	---

5. 目前金門縣政府規定購買「年節家戶配酒」的資格必須是「戶籍設在金門滿一年，且年齡滿 20 歲的人民」，請問您認為這樣的規定適當合理嗎？如果不適當，您認為怎樣規定較為適當合理？	
楊先生	如果金門縣府還有餘力，每位縣民皆可最好 但一定要限金門籍的。
戴小姐	不合理，易造成幽靈人口的移入，我想至少五年吧！
曾小姐	不合理，如原本就是金門人，應不受設籍的限制；如為外來人口，條件應更嚴苛。
曾太太	不適當，設籍年限要設長一點。
邵先生	不合理，戶籍遷入年限應該要延長，才能避免幽靈人口繼續增加。
呂先生	不合理，建議：1. 限在地金門人，長時間固定居住，且設籍在金門滿 20 歲者，可配售 2 份年節家戶配酒。2. 設籍於金門，且滿 20 歲者，可配售年節家戶配酒 1 份。3. 在地金門人，且為中低收入戶者，可再多配售 1 份。
楊先生	不合理，應該至少設籍 3 年以上。
蘇小姐	不合理，設籍滿一年太短。
呂先生	合理。
陳先生	不合理，應改為 3 年以上才合理。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，大部分的人都認為此資格限制須設籍金門滿一年以上，時間太短不合理，而其中有大部份人認為應該把設籍在金門的時間改為要滿 3 到 5 年才算合理，以避免幽靈人口繼續增加。

6. 請問您通常如何利用「年節家戶配酒」？您是將購買權讓售給酒商以獲得權利金呢？自行購買以備使用或存放等待增值呢？或做其他用途，請簡要說明一下。	
楊先生	起初自己購買存放備用，最近出售一部份，一部分自用。
戴小姐	由家人處理。
曾小姐	我會自行買賣。
曾太太	留著自己用。
邵先生	自行買賣，才賺得比較多。
呂先生	酒商所出的權利金價高所得，若價錢太低時先存放，等待增值再售。
楊先生	將購買權讓售給酒商，以獲得權利金。

蘇小姐	有時轉賣；有時存放日後贈送朋友。
呂先生	存放，以等待增值。
陳先生	自己賣給台灣朋友。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，每個人對家戶配酒的處理方式都不太一樣，有的人留著自己使用，有的人賣給酒商，有的人自行轉賣。

7. 請問「年節家戶配酒」給您個人帶來什麼好處？給金門地區帶來什麼好處？	
楊先生	多存些酒自用，多點額外的收入，藏富於民。
戴小姐	若販賣則多收入，人們生活更滿意。
曾小姐	增加額外的收入，也為金門打廣告。
曾太太	可以以比較低的價格買到酒，也可藉機打響金門高粱的知名度。
邵先生	賺取額外的收入，使金門人可以賺取更多錢。
呂先生	個人：增加額外收入。 金酒：營業額增高，相對的金門縣政府財政充足，有能力提供縣民免費公車搭乘、中小學營養午餐免費等福利及公共建設等。
楊先生	對個人算是一點零用金，對金門地區的好處倒說不上來。
蘇小姐	提供贈送朋友之伴手禮。
呂先生	當成投資儲蓄；活絡地方經濟。
陳先生	增加額外收入，製造另類商機。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，多數的人認為可以增加收入，藏富於民，而有些人則是拿來當做伴手禮，還有人認為可以推廣更多公共建設。

8. 請問金門「年節家戶配酒」配售的對象，除了設籍金門的縣民之外，還擴及到金門旅 各同鄉會，您認為這樣的作法恰當嗎？為什麼？	
楊先生	視金門縣府財力而定。
戴小姐	無意見。
曾小姐	不恰當，只不過是巧立名目去圖利某些人罷了。
曾太太	恰當，他們也是金門的一份子。
邵先生	合理，但是配酒的數量要和一般縣民一樣才平等。
呂先生	不恰當，因為旅居台灣及世界各地的金門人何其多，若未加入同鄉會者，此項配售失去其意義。
楊先生	不恰當，應以在地設籍者為限，好好照顧在地的金門人才對。
蘇小姐	不錯，可增進金酒之流通量。
呂先生	恰當，只要能照顧旅外鄉親就是好事，因為鄉親有一天也會回饋地方。
陳先生	不恰當，資格限制應為在地的金門人著想。
綜合分析	由上面的訪問內容可知，將近一半的認為不恰當，不應該將金門同鄉會納入家戶配酒的一環；而另外近一半則是認為合理他們認為同

	鄉會可以為地方打廣告，也相信他們有一天能回饋地方。
--	---------------------------

9. 您認為金門「年節家戶配酒」制度是否有需要改進的地方？如果有，請問哪些地方需要改進？怎樣改進？	
楊先生	這樣的制度很好，不需改進。
戴小姐	將設籍時間改五年以上。
曾小姐	要多為縣民著想，對外來者的資格應更嚴格。
曾太太	不一定只能在三節發放 也可以再增加其他節日發放配酒。
邵先生	要再增加更多配酒節日。
呂先生	瓶裝、包裝要更新，要創新，要有創意。
楊先生	是，資格應設定設籍且是常住金門者。
蘇小姐	有，印製的瓶罐或貼條可在美觀些。或因應每次配酒節日設計提袋。
呂先生	沒有。
陳先生	增加多一些發放節日。
綜合分析	關於「家戶年節配酒」制度有無須改進之處，有些人認為應該多增加一些節日發放配酒；也有些人認為應限制須設籍在金門且長住者，對外來者資格條件應該要更嚴苛，而不是逐漸放寬；酒瓶或酒標貼紙可再美觀些，或因應每次配酒節日設計精美的提袋。

10. 目前金門「年節家戶配酒」是由各鄉鎮的村里公所來負責代辦銷售工作，您認為方便嗎？您對他們服務滿意嗎？			
楊先生	方便，滿意。	楊先生	方便，滿意。
戴小姐	方便，滿意。	蘇小姐	方便，滿意。
曾小姐	這是最不方便中的方便，他們的服務也很熱心。	呂先生	方便，尚可。
曾太太	方便，服務態度很好、很熱心。	陳先生	方便，滿意。
邵先生	很方便，滿意。		
呂先生	是方便，但建議為：每逢三節配售時，應由五大鄉鎮社會課配售，並僱請各鄉鎮中低收入戶人員擔任搬送工，給予酬勞，另酒廠人員車輛調派，可以委請民間協助，如此全縣權利金可以統一，大盤、中盤商不必東奔西跑，勞師動眾。		
綜合分析	大部分的人都認為很方便，其中以呂先生的看法最為各方面著想。		

叁●結論和建議

一、結論：

綜合文件分析及上述受訪者回答之內容與意見，吾人可獲得以下之結論：

- (一) 金酒公司實施「年節家戶配酒」最早開始於民國 82 年端午節，中間曾中斷過，至民國 93 年春節又恢復辦理，直到現在仍繼續存在。94 年以前配售係採取以「戶」為單位，94 年以後為遏止拆戶歪風乃改採以「人」為單位。實施「年節家戶配酒」之目的係金酒公司、金門縣政府為實質回饋金門的鄉親，及因應端午節、春節、中秋節等三節期間縣民對金門高粱酒的需求，便利鄉親購置金酒，於是訂定了家戶配酒實施計畫。
- (二) 大部分的受訪者認為家戶配酒的實施不會影響金酒的價值，但仍有部分的受訪者認為有影響，但其影響為正面的，主要是可增加金酒的流通量，經由縣民的廣為宣傳，可使金酒知名度大增。
- (三) 大部分的受訪者將配購的「年節家戶配酒」出售後，每打酒約可增加的價格為 2000 至 3700 元不等，但最高則有約 1 倍左右，利潤可謂相當不錯。
- (四) 大部分的受訪者都認為「年節家戶配酒」可增加民眾額外收入，算是另類的社會福利，且都認為此政策應該繼續實施。
- (五) 大部分的受訪者都認為「年節家戶配酒」大部分的受訪者認為「年節家戶配酒」主要的優點為增加縣民額外的收入，雨露均沾，人人可為金酒代言，增進縣民福利，增加縣民對金酒的認同感；而其缺點主要為易造成幽靈人口移入，以及導致酒商和台灣人炒作金酒價格的歪風。
- (六) 大部分的受訪者都對目前「年節家戶配酒」的配售資格規定必須是「戶籍設在金門滿一年，且年齡滿 20 歲的公民」，此項資格限制設籍金門滿一年即可配售，時間太短不合理，應該把要求設籍在金門的時間增長，改為設籍滿 3 以上，甚至滿 5 年才合理，以減少幽靈人口的遷入和繼續的增加。
- (七) 大部分的受訪者表示：每個人對「年節家戶配酒」的處理方式都不太一樣，有的人留著自己使用，有的人賣給酒商，有的人自行轉賣。
- (八) 大部分的受訪者認為「年節家戶配酒」可以縣民增加收入，藏富於民，而有些人則是拿來當做伴手禮，還有人認為金酒增加金門縣政府財政收入，可以推廣更多的公共建設。
- (九) 將近一半的受訪者認為不應該將金門同鄉會納入「年節家戶配酒」的一環；而另外近一半則是認為合理。他們認為同鄉會可以為地方打廣告，也相信他們有一天能回饋地方，看法呈現紛歧的現象。
- (十) 關於「家戶年節配酒」制度有無須改進之處，有些人認為應該多增加一些節日發放配酒；也有些人認為應限制須設籍在金門且長住者，對外來者資格條件應該要更嚴苛，而不是逐漸放寬；酒瓶或酒標貼紙可再美觀些，或因應每次配酒節日設計精美的提袋。
- (十一) 大部分的受訪者認為「年節家戶配酒」由各鄉鎮的村里公所來負責代辦銷售工作對民眾很方便，其中以呂先生的看法最為各方面著想。

總之，整體而言，大多數的金門縣民給予金酒公司「年節家戶配酒」這項措施的評價是正面的，認為既可增加金酒的價值和知名度，又可藏富於民，增加民眾額外的收入和經濟利益，受到縣民高度的肯定。因此，這項措施堪稱金酒創造的一頁「金酒傳奇」，稱為「金門的另類社會福利」誠屬實至名歸，深獲絕大多數縣民之認同。另目前的由村里公所代為配售的服務亦深獲縣民稱便，至於「年節家戶配酒」的配售對象資格限制須「戶籍設在金門滿一年，且年齡滿 20 歲的公民」，此資格限制大部分之受訪者認為不甚合理，而且其中有部份人認為，易造成幽靈人口的移入，實際卻未居住金門，對金門也沒有什麼貢獻，只是分食金門的這項福利大餅，應該把設籍時間改為 3 到 5 年才算合理，且須限制為金門縣民。

二、建議：

根據以上之結論及綜合受訪者之意見，本研究提出以下之建議：

- (一) 為防止「幽靈人口」虛設戶籍，移入金門，分食金門「年節家戶配酒」的這項福利大餅，金門縣政府應該把設籍時間滿 1 年，改為至少 3 年為宜，或訂定其他更周全的防弊的辦法，以抑止「幽靈人口」這種不良的現象繼續發生，確實的站在在地金門人的角度為金門人設想。
- (二) 為提升金門高粱酒的形象與品牌，及增進金酒的價值感，金酒公司應在「包裝」上有所改變，應該適時推陳出新，不要一成不變；可以因應各節日做出專屬的包裝，或者是設計專用的手提袋，如此既可為金門酒廠打廣告，又可加深廣大消費者對金酒的印象，用來餽贈親友也較為體面。

最後，由衷地希望我們的研究與建議，能讓此項福縣利民的金酒公司「年節家戶配酒」制度可長可久，讓金門「金雞母」的金酒公司能永續經營，越來越好！

肆●引註資料

- 註一：江亮演（2009）。社會福利與行政。台北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 註二：金門酒廠實業有限公司（2008）。金門高粱酒。金門縣：金門酒廠有限公司。
- 註三：金門縣政府（2007）。金門縣誌。金門縣：金門縣政府。
- 註四：金門縣政府（2005）。金門縣 93 年春節家戶配酒銷售計畫。金門縣：金門縣政府財政局。
- 註五：金門縣政府（2005）。金門縣 94 年春節家戶配酒計畫。金門縣：金門縣政府財政局。
- 註六：金門縣政府（2007）。金門縣 96 年春節家戶配酒銷售實施計畫。金門縣：金門縣政府財政局。
- 註七：金門縣政府（2010）。金門縣 99 年秋節家戶配酒銷售實施計畫。金門縣：金門縣政府財政局。
- 註八：金門縣政府（2011）。金門縣 100 年春節家戶配酒銷售實施計畫。金門縣：金門縣政府財政局。