

機械系校友掌金門酒廠總經理 吳秋穆返鄉貢獻能力 金酒營收創新高 吸納人才共逗陣

專訪

【記者李又如專訪】被喻為「財政金雞母」的金酒，每年為金門縣政府挹注豐厚的財源，讓金門成為「福利縣」。民國100年度，生產金酒的金門酒廠營收創史上新高，高達135億元，較前年成長9.8%，也上繳金門縣庫50億元。讓金酒大放異彩的幕後推手，是於100年2月接任的總經理，本校機械系校友吳秋穆。

73年畢業的吳秋穆，至今仍會常常回到淡江校園，「因為我女兒也是淡江人，而且我們這屆的畢業生，每年都還會辦同學會。最懷念的，就是每天趕火車上課，爬上克難坡的畫面！」提起求學時光，他表示，本校很早就開始資訊化，開設了許多資訊課程，也因興趣使然，吳秋穆選修了不少資訊課程，無形中累積了第二專長，讓他之後的就業路並不狹窄，增加了許多工作機會。

畢業後，他進入擎亞工程顧問公司擔任助理工程師，後來進入中山科學研究院，擔任機構設計研發工程師，累積10年的研發經驗中，陸續參與電子商城、飯店機電系統設計等資訊化工作。吳秋穆感謝學校的遠見，這些課程幫助他在不同的專業領域中，可以得心應手，「有些學習並不是立即就能見效，可能當下看起來沒什麼用的技能，卻會在未來的某一天幫你一把。」

離鄉背井在臺灣多年的他，「想家」的心情油然而生，毅然放下擎邦國際科技工程股份有限公司協理、茂能科技工程股份有限公司代理總經理、中衛發展中心顧問、國際合作發展基金會顧問等30年工程界資歷，於99年回到家鄉金門，擔任金門酒廠的工務組長，他感性地說，「孩子都大了，而且父母年紀也大了，也想回來多陪家人。這是我出生、成長的地方，18歲高中畢業以前我都在這裡，有我最美好的回憶。」100年2月，吳秋穆升任總經理兼任行政副總，他著重研發新品，替金酒注入創新的靈魂，99年就有20款新品上市，同時主攻禮品市場，創下高營收的契機，除了為節慶配酒設計不同的包裝，金酒贊助的馬拉松和金廈泳渡比賽等都有特殊的紀念酒，「金酒有自己的堅持的信念，秉持古法釀造的中心精神，是比較固執的企業，所以我保留金酒的企業精神，但在新品裡為傳統注入新的氣象。而且金酒一直以來都和在地文化緊密結合，承襲這樣的連結，讓每一瓶酒都有不同的故事，喝起來就不一樣了！」

2月14日才過60歲的金門酒廠，度過了一甲子歲月，即將邁入新的紀元。轉換跑道的吳秋穆，以嫻熟的管理經驗經營金門酒廠，他表示，真正的挑戰是在金酒本身，「

金門酒廠不同於一般的酒廠，也不是普通的公營事業，它有融合當地文化的獨特性，也需要行銷通路的多元性，因此，除了著眼內銷，更要放眼世界。」所以，他面對的是金門酒廠全球化的未來趨勢，「60年前的金門，需要努力衝高銷售量及營業額，但是我覺得，現在是面對下個階段的開始，需要不斷創新、朝向永續發展邁進。」

所以，吳秋穆計畫提升儲酒品質為目標，短期內先完成高容量的儲酒設備，「不是把釀的賣完就好了，只要拉長儲酒時間和維持品質，就能幫金酒提升價值。」不但如此，他還計畫和金門縣政府共同推動人才培育，除培育當地人才，也希望能招攬優秀人才返鄉服務，「因為這樣可以讓金門酒廠更進步，讓金酒能夠繼續傳承，也會讓金門縣變得更好。」

金門的地利之便，加上小三通的优势，很早就和廈門有貿易往來，因此95年起便在廈門成立分公司，銷售額大幅成長，但市佔率仍無法突破，吳秋穆表示，「大陸白酒市場有2000億商機的潛力，還有很大的發展空間，未來還會繼續研擬宣傳和行銷政策，金酒還要行銷全世界。」

但是，面對原物料的價格飛漲，人事成本的改變，金酒勢必要在價格上有所因應，以維持利潤，而面對這樣的嚴峻的困境，吳秋穆表示，「坦白說，壓力很大，這當然不是我們期待的結果，我們也都持續觀察市場狀況，之後也會謹慎對待。」

「年輕人的思維當然可以求新、求變，但是萬變不離其衷！」吳秋穆勉勵學子，除了盡到學生讀書的本分，也不要封閉自己，應把握大學時期，開拓自己的視野，並善用手邊資源好好學習，「要有付出的心胸，才可以學到更多！」

面對全新的局面，在豐富多采的資歷中，吳秋穆秉持一如以往的開闊心胸，吸納新知並勇於接受挑戰，讓他在各領域中都游刃有餘。未來的他將帶領金門酒廠，積極拓展大陸市場，將傳統金酒釀出新意，讓飄香一甲子的金酒，繼續的馳名海內外，朝世界邁進。

2012/02/20

吳秋穆秉持一如以往的開闊心胸，吸納新知並勇於接受挑戰，讓他各領域中都游刃有餘。（圖／吳秋穆提供）

