

# 出國報告 (考察)

## 赴越南胡志明市 SAPPORO 啤酒廠 商討台灣啤酒代工事宜

**服務機關:**台灣菸酒股份有限公司

**姓名職稱:**國際事業處高級研究員兼代處長 林國民  
啤酒事業部協理 張黎明  
烏日啤酒廠廠長 許永禎

**派赴國家:**越南

**出國期間:**103 年 7 月 28 日至 103 年 7 月 31 日

**報告日期:**103 年 9 月 23 日

## 出國報告摘要

頁數：12 含附件：是 否

出國報告名稱：赴越南胡志明市 SAPPORO 啤酒廠商討台灣啤酒代工事宜

出國計畫主辦機關／聯絡人／電話：

財政部臺灣菸酒股份有限公司／林怡君／(02)23214567

出國人員 姓名／服務機關／單位／職稱／電話：

出國人姓名	服務機關單位/職稱	電話
林國民	國際事業處/高級研究員兼代處長	(02)23214567 分機 585
張黎明	啤酒事業部/協理	(02)23214567 分機 220
許永禎	烏日啤酒廠/廠長	(04)23381216 分機 200

出國類別：1. 考察 2. 進修 3. 研究 4. 實習 5. 其他

出國地區：越南

出國期間：103 年 7 月 28 日至 7 月 31 日

報告日期：103 年 9 月 23 日

分類號／目：DO/綜合（財政類）

關鍵詞：越南啤酒市場、Sapporo 越南廠

內容摘要：

越南啤酒市場由經銷商，傳統市場或超市、大賣場等銷售，與台灣市場相類似，市場品牌非常多，有 Heineken、Tiger、Carlsberg、San Miguel、Sapporo、Sigon、333、Larue、Hanoi、Halida、Huda 等；前五項外來品牌走中高端市場；後六項為當地品牌，走中低價位；依市場銷售量的數據，以 Sabeco、Habeco、VBL(Heineken 及 Tiger 品牌)及 Carlsberg 等四大啤酒企業為主，占比達 97%，其它品牌占 3%，其中 Sabeco 及 Habeco 等國營企業(但皆已釋出 20 多%的股權)領先市場，占比達 66%。

Sapporo 越南廠位於龍安省，是啤酒消費量最大的南越，占比達 59%；2011 年建廠完成，初期產能 40 萬公石，以”Sapporo Premium”國際品牌走高端路線，是新廠，製程條件與台啤類似，衛生條件良好，是選擇代工的最好對象。

## 目 次

	頁數
壹、目的.....	4
貳、行程.....	4
參、任務範圍.....	4
肆、執行過程.....	4
伍、心得感想.....	11
陸、建議事項.....	11

## 壹、目的：

為開拓東南亞國家協會(簡稱東協)市場，奉派前往越南胡志明市 SAPPORO 啤酒廠商討台灣啤酒代工事宜。

## 貳、行程：

103 年 7 月 28 日至 7 月 31 日止，計四天。

## 參、任務範圍：

- 一、胡志明市考察啤酒市場
- 二、參訪三寶樂越南公司龍安啤酒廠(Sapporo Vietnam LTD. Long An Brewery)

## 肆、執行過程：

- 一、胡志明市考察啤酒市場

首先參觀當地的一家傳統經銷商(CAM)、有十五家分店，主要經銷啤酒及葡萄酒。啤酒種類主要有 Saigon、Sapporo、Heineken 及 Tiger 等四種品牌，尤其 Sapporo 之 20L 桶裝啤酒銷售量達 45%(如照片 1、2)，一般以機車載送至零售商，(如照片 3)。



照片 1



照片 2



照片 3

傳統之批發也集中於整條街，儲運系統設備相當簡陋，如 CTY TNHH .LOC .VLNH SANH 這家公司尚稱具有規模，但也堆積著滿滿貨物(如照片 4、5、6、7)，有些公司只用鋼架搭蓋帆布的遮雨棚(如照片 8、9、10)等。



照片 4



照片 5



照片 6



照片 7



照片 8



照片 9



照片 10

越南零售市場被視為最具吸引力的市場之一，尤其加入 WTO 之後，零售市場蓬勃發展，每年皆以兩位數字成長，國內外廠商無不尋找機會進入市場，已進入之知名外商有 Big C, Metro Cash & Carry 等，相較於外商雄厚資本，當地雖然也有 co-op, Hapro, Citimart 等企業，但總體發展上有區域性，且單店規模較小。

Big C 為法國 Casino 集團所投資，目前已有 27 家分店(如照片 11、12 Big C 店門入口)，主要集中於河內，胡志明市、順化、峴港、榮市、南定、永福等大都市，類似台灣的家樂福和愛買等，相關罐裝之零售價格，分述如下：

Biere Larue	8,900 VND/罐	211,400 VND/24 入(省 2,200 1%)
Saigon 333	8,800 VND/罐	208,000 VND/24 入(省 3,000 1.5%)
Huda	8,400 VND/罐	199,500 VND/24 入(省 2,100 1%)
Daiviet	8,500 VND/罐	202,000 VND/24 入(省 2,000 1%)
Zorok	8,500 VND/罐	
Halida	9,100 VND/罐	208,000 VND/24 入(省 10,400 4.8%)
Saigon Special	12,500 VND/罐	289,000 VND/24 入(省 11,000 3.6%)
Tiger	12,500 VND/罐	290,000 VND/24 入(省 10,000 3.3%)
Heineken	15,900 VND/罐	360,200 VND/24 入(省 21,400 5.6%)
Red Rock	14,800 VND/罐	86,500 VND/6 入(省 2,300 2.6%)
Sapporo	16,200 VND/罐	93,800 VND/6 入(省 3,400 3.5%)
Bit burger	32,900 VND/罐	
Sapporo	56,400/650ml 罐	663,300 VND/12 入(省 13,500 1%)
Budweiser	16,900 VND/罐	403,800 VND/24 入(省 1,800 0.4%)
San Miguel	13,600 VND/罐	315,000 VND/24 入(省 11,400 3.5%)
San Miguel(Light)	13,600 VND/罐	319.900 VND/24 入(省 6,500 2%)
Kostritzer	44,700 VND/罐(500ml)	175,200 VND/4 入(省 3,600 2%)



照片 11



照片 12

Metro Cash & Carry，為德商投資之公司，類型看似 Big C，但客戶對象為批發商，不是一般消費者，有如台灣的好市多(Costco)，麥德龍(METRO)現有十七家分店，未來再擴增十家，主要每年營業額有 40%以上之成長速度，啤酒種類多，主要以進口品牌為主。

Heineken	94,380VND/6 入	364,500 VND/24 入
Tiger	70,900 VND/6 入	281,790 VND/24 入
Sapporo	99,000 VND/6 入	369,000 VND/24 入
Bit burger	183,264 VND/6 入	659,670 VND/24 入
Singha	151,470 VND/6 入	
Budweiser	109,670 VND/6 入(355ml)	412,500 VND/24 入
Sapporo	56,400 VND/罐(650ml)	
	355,410 VND/6 入(650ml)	665,280 VND/12 入
Bitburger	643,800 VND/罐(5L)	
Pilsner	253,330 VND/6 入(瓶裝 330ml)	
Corona	240,240 VND/6 入(瓶裝 330ml)	

超市(Super market)部份，主要由越南當地零售商直接投資、合資或授權方式等連鎖店形式的通路系統，商店數量每年增加中，較具知名有 Co.opmart、Fivimart、Hapromart、Maximart 等，其中屬 co.op 共有六十多家，河內貿易公司(Hapro)有四十多家及其商業中心專賣店等，有關各品牌啤酒之售價如下：

Saigon 333	9,200VND/罐	
Zerok	8,900 VND/罐	
Tiger	12,500 VND/罐	
Saigon Special	12,600 VND/罐	
Carlsberg	16,000 VND/罐	
Heineken	16,300 VND/罐	
Sapporo	17,000 VND/罐	395,000 VND/24 入
	57,500 VND/罐(650ml)	
Budweiser	18,000 VND/罐	
Chimay	130,000 VND/罐	
Duvel	103,000 VND/罐	

依據上述超市及量販店，大賣場等現代通路分析，其啤酒售價，比較結果如表一所示，一般超市價格較貴，唯差異不大，只在 3-7%左右。

表一、各品牌啤酒在不同通路售價差異

啤酒品牌 \ 通路商 售價	Co.opmart	Big C	Metro (平均單罐)	最大差異
Saigon	9,200	8,800	-	4.5%
Tiger	12,500	12,500	11,817	5.8%
Heineken	16,300	15,5900	15,730	3.6%
Bitburger	-	32,700	30,544	7.1%
Sapporo	17,000	16,200	16,500	4.9%

Sapporo 啤酒在每個超市或賣場皆有特製專櫃，內含 LED 燈，特別醒目，更引人注意，且配有 PG 小姐促銷，如照片 13、14、15。



照片 13



照片 14



照片 15

## 二、參訪三寶樂越南公司龍安啤酒廠

總部設於胡志明市(HCMC)的第一區，總經理為岸裕文(Hirofumi Kichi)，主要經營啤酒製酒生產及酒精性飲料的銷售，資本額為 3,900 萬美金，三寶樂占 71% 股權，越南國營煙草公司(Vietnam National Tobacco Corporation)佔 29%。

啤酒廠位於越南龍安省(Long An Province)，Duc Hoa 第III工業區，於 2010 年 7 月 1 日動工，隔年 2011 年 11 月 24 日落成，工廠外觀(如照片 16、17)，短短不到一年半就完工，速度之快難以想像。



照片 16



照片 17

初期產能為 40 萬公石，主要生產三寶樂品牌“Sapporo Premium”這是三寶樂

國際上最著名的戰略性品牌，也由於在越南地理上的優勢，計劃由此銷售亞洲鄰近國家。

主要產品為小瓶裝 330ml，罐裝 330ml 及銀杯(Silver Cup)650ml 罐裝及桶裝 20L 等四種(如照片 18)酒精濃度為 5.0%，但銀杯啤酒為 5.2%。

整個工廠面積為 6.5 公頃，原料部門有四個麥芽倉及二個米倉，各為 200 噸，乙套糖化設備，每次 450HL，每日平均為六批次，與本公司烏日啤酒廠極為相似，且使用白米為副原料；醱酵部門有 16 個單一戶外醱酵貯酒槽，每槽容量為 3000HL，可裝五批次糖化麥汁，這些桶槽於上海製作完成後，整個桶槽再運送到廠，搬運過程相當浩大。

包裝部門有瓶罐裝生產線，瓶裝為 0.33L，不回收瓶(one-way)，罐裝 0.33L 及銀杯罐裝 0.65L 每小時皆為 18,000 罐(瓶)，速度算慢，且共同使用乙台隧道式殺菌機，殺菌單位為 22PU.，桶裝為 20 公升，每小時可包 30 桶，無經過殺菌工程，常溫可保存 1.5 個月，製程衛生條件算是相當良好。

整個廠房面積不大，生產流程設備簡單，整潔乾淨，包裝工場因產品數量不多，標示清楚、井然有序，周圍環境:草坪等修剪乾淨亮麗，(如照片 19)顯示出日本人個性。



照片 18



照片 19

全廠員工有 79 人，只有四位日本籍幹部，但營業行銷人員達 700 人，可見市場競爭行銷之重要，初期產能 40 萬 HL，預計明年第二期擴充至 100 萬 HL，至 2019 年第三期擴充至 150 萬 HL，約佔市場 3-5%。

### 三、討論代工事宜

越南對進口啤酒徵收三類稅，進口稅 47%、特別消費稅 45%、和增值稅 10%，對國內生產之啤酒只課徵特別消費稅 45%，之前 2009 年稅率為 75%。

廠長花澤先生(Mr.Hanazawa)初步報價瓶、罐裝，每箱(24 個)分別為 6.25 及 6.0 美元，皆為 0.33L，換算台幣相當於每瓶、(罐)為 7.8125 元及 7.5 元。

每批訂購量為 1200HL，約為 30,000 打，瓶、罐裝(0.33L)，二個月乙次，一年約有十八萬打量。

#### 四、參訪越南台商協會

拜訪平陽台商協會，會館大門修理中，因 513 暴動有受損，並留影於巧聖廟前(照片 20)，目前台灣企業在越南有一千多家，約有六萬貳仟多人，這些台商主要集中於越南南部，即胡志明市附近的平陽、同奈、隆安等省份，對於台啤在隆安省代工生產，台商協會一致表示支持歡迎，且願意為台啤產品作後盾。



照片 20

#### 伍、心得感想

- 一、經過市場分析結果，越南本土品牌如 333(越語巴巴巴)，Saigon ,Hanoi ,Larue , Halida ,Huda 等皆屬中低價位的啤酒，而外來品牌如 Tiger , Heineken , Carlsberg , San Miguel , Sapporo 等皆屬中高端啤酒，尤其 Sapporo 於 2011 年進入市場，即嚴重威脅到 Heineken，但因整個市場會擴大，每個廠商皆能獲利，影響不大。
- 二、根據越南工商部 2012 年統計，Sabeco , Habeco , VBL(Heineken 及 Tiger 品牌) 以及 Carlsberg 等特成為越南市場的四大啤酒企業，分占市場 44.6%、21.9%、21.6%及 9%，其它品牌只占 2.9%，意味著當地啤酒品牌與進口之品牌競爭日益激烈，尤其國際大品牌 AB-InBev 也紛紛搶進這個市場，日本的 Kirin ,Asahi 等虎

視耽耽，Heineken 也提高生產率，擴充市場，但 Sabeco 及 Habeco 等仍領先市場，合計占有率達 66%，因皆集中於普通產品，高檔啤酒的市場卻屬於 Heineken(占比 70%)，依市場研究報告，Heineken 啤酒消費量只有 Sabeco 的一半，但利潤二萬億越盾/年，與 Sabeco 相當。

- 三、越南是國際啤酒商爭取開發的新興市場，最先進入市場的是荷蘭的 Heineken，丹麥的 Carlsberg 等，主要越南 9,000 萬人口，平均年齡為 27.8 歲，又喜歡豪飲啤酒；雖然中國有十三億人口，但平均年齡達 35.5 歲，且一胎化政策下，人口成長緩慢，啤酒市場受到衝擊，故東南亞各國等是最具潛力的市場，Sapporo 自 2004 年由中國市場撤出，目前在越南的產量逐年增加中，預估 2015 年可達 100 萬公石，2019 年可達到 150 萬公石，占市場的 3-5%。
- 四、越南啤酒去年的銷售量為 31.3 億公升，為台灣銷售量的六倍，平均每人的消費量達 34.7 公升，僅次於日本及中國。若以河內市面上的平均啤酒價格(中低價位啤酒)，每公升為 2.2 萬越盾，每年越南喝了超過 30 多億美元的啤酒下肚。
- 五、代工生產報會 Sapporo 初估罐裝每箱約為 6 美元，換算台幣每罐約為 7.5 元，若進一步談判應有降價空間，且國際品牌大廠(Sapporo 啤酒集團排名第 32 大)代工加持，對台灣啤酒在東南亞市場行銷應有相當的助益。

## 陸、建議事項

- 一、Sapporo 啤酒於超市、大賣場均有自己獨特的啤酒專櫃，特別醒目、引人注意，每個櫃，購價約八百美元，可作為本公司產品行銷業務參考。
- 二、越南啤酒市場依過去歷史，每年成長 9-11%，至 2015 年預估每年成長 12-15%，2016-2025 年每年成長 8%，且主要飲酒人口 20-40 歲，預估年成長 5%，每年約增加 170 萬消費人口，故在亞太啤酒市場極具成長潛力，台啤應積極加入此市場，再由此市場進入東協(ASEAN)諸國等 6.18 億人口的市場。
- 三、Sapporo 越南龍安廠，原材料配方與製程條件，與本公司啤酒廠相似，又是新廠，製程衛生條件極佳，且該產品訂位於高端啤酒市場，若給予代工生產，對台啤有正面意義。