

出國報告（出國類別：考察）

105 年廣東、福建白酒及啤酒市場 訪察出國報告

服務機關：財政部臺灣菸酒股份有限公司

姓名職稱：董事長	徐安旋
高級研究員兼代國際事業處處長	林國民
廣州辦事處主任	洪司杰
董事長室秘書	王玫萍
國際事業處代理課長	田鴻偉

派赴國家：中國大陸廣東、福建

出國期間：105 年 02 月 29 日至 105 年 03 月 04 日

報告日期：105 年 05 月 10 日

出國報告摘要

頁數：11 含附件：是 否

出國報告名稱：105 年廣東、福建白酒及啤酒市場訪察出國報告

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
徐安旋	臺灣菸酒股份有限公司/董事長	(02)23214567
林國民	臺灣菸酒公司高級研究員/國際事業處 兼代處長	(02)23214567 分機 585
洪司杰	臺灣菸酒公司國際事業處/主任	+86-20-87565101
王玫萍	臺灣菸酒公司董事長室/秘書	(02)23214567 分機 601
田鴻偉	臺灣菸酒公司國際事業處/代理課長	(02)23214567 分機 255

出國類別： 1. 考察 2. 進修 3. 研究 4. 實習 5. 其他

出國地區：中國大陸廣東及福建省

出國期間：民國 105 年 2 月 29 日至 3 月 4 日

報告日期：105 年 5 月 10 日

分類號／目：DO/綜合 (財政類)

關鍵詞：廣東、福建、白酒、啤酒

內容摘要：

本次本公司前往中國大陸廣東及福建地區，訪查白酒及啤酒於主要賣場通路佈建及鋪貨情況，同時蒐集競品之市場資訊。另拜訪本公司啤酒經銷商及其下游分銷商，藉以瞭解本公司現有經銷商市場經營情況，並就廠商對本公司產品市場營銷之規畫進行意見交流，以利本公司後續開發新產品及拓展當地市場之參考。

目錄

壹、	目的與依據.....	4
	一、 目的	4
	二、 依據	4
貳、	成員、行程與任務.....	4
	一、 成員	4
	二、 行程	4
	三、 任務	4
參、	參訪歷程.....	5
	一、 有關酒類市場訪查歷程.....	5
	二、 有關經銷商訪查部分.....	9
肆、	心得與建議.....	10

壹、目的與依據

一、目的

本公司產品品牌與品質皆深獲大陸消費者信賴與肯定，在鄰近的沿海地區如福建、廣東省的消費者對本公司的品牌及企業形象的認知程度較高，亦為本公司酒類及啤酒類產品於大陸地區主要之經營市場。惟大陸地區幅員遼闊，且啤酒及酒類產品大多由習慣及口味主導市場，本公司酒類及啤酒類產品雖已進軍大陸多年而擁有部分的消費群支持，但是仍面臨大陸當地廠商及外資企業品牌的激烈競爭，為蒐集相關白酒及啤酒市場資訊，特以廣東及福建地區做為訪查地點，拜訪主要賣場通路及本公司啤酒經銷商及其下游分銷商，以了解現有市場競爭及經銷商市場經營狀況，俾利於後續新產品開發及進一步拓展市場之參考。

二、依據

臺灣菸酒股份有限公司 105 年 2 月 5 日臺菸酒人字第 1050002692 號。

貳、成員、行程與任務

一、成員

臺灣菸酒股份有限公司徐董事長安旋、林高級研究員兼代國際事業處處長國民、廣州辦事處洪主任司杰、董事長室王秘書玫萍及國際事業處代理課長田鴻偉。

二、行程

- (一)105 年 2 月 29 日(週一)：啟程，經由桃園機場飛往大陸深圳寶安機場。
- (二)105 年 3 月 01 日(週二)：拜訪經銷商(采泰)及其分銷商深圳黛孟德酒業有限公司以及訪查廣州市「台芝」台灣食品店。
- (三)105 年 3 月 02 日(週三)：訪查廣州白酒及啤酒市場，拜訪經銷商(國貿泰達廣州)、訪查通路(廣州沃爾瑪、廣州好又多)。
- (四)105 年 3 月 03 日(週四)：訪查梅州白酒及啤酒市場，訪察通路(梅州大潤發)。
- (五)105 年 3 月 04 日(週五)：訪查廈門白酒及啤酒市場，拜訪經銷商(國貿泰達廈門)及訪查廈門大學「鷺銀海」超市以及「鴻潤福」連鎖超市，由廈門機場返回松山機場。

三、任務

本次訪察時間為 105 年 2 月 29 日至 3 月 4 日，主要係為實地瞭解本公司白酒及啤酒於中國大陸廣東及福建地區主要通路佈建及鋪貨情況，拜訪該地區主要賣場及超市，蒐集相關產品及競品價格資訊，同時拜訪本公司啤酒經銷商及其下游分銷商，以瞭解本公司現有經銷商市場經營情況，並就廠商對本公司產品市場營銷之規畫進行意見交流。

參、參訪歷程

一、有關酒類市場訪查歷程

本次共計查訪廣州市「台芝」台灣食品店、廣州市沃爾瑪賣場、廣州市好又多賣場、梅州市大潤發賣場、廈門大學「鷺銀海」超市以及「鴻潤福」連鎖超市等賣場通路。訪查情形摘要如下：

	
廣州市「台芝」台灣食品店	廣州沃爾瑪
	
廣州好又多	梅州大潤發
	
廈門大學「鷺銀海」超市	「鴻潤福」連鎖超市

(一)訪查廣州市「台芝」台灣食品店，該店販售多種台灣食品，亦販售本公司白酒及啤酒類產品。該店金牌台灣啤酒售價為特價 3 罐人民幣 10 元，惟產品於 105 年 5 月到期，屬於即期品促銷活動，符合本公司價格標準；另該店另販售本公司多款玉山、原窖白酒、威士忌及白蘭地禮盒，店家表示因本公司白酒價格帶位於人民幣 200-300 元之間，相較於大陸國產白酒價位高出許多，故本公司產品銷量有限。

(二)有關廣州沃爾瑪、好又多及梅州大潤發等賣場白酒及啤酒市場通路訪查情形，說明如下：

項次	品項	售價及現場情形	本公司產品建議售價
1	大陸本土啤酒(0.33L)	本土品牌：人民幣 2-5 元 雪花：2.3 元 哈爾濱：4.5 元 海珠：2.99 元 青島：4 元 朝日：5 元 麒麟：4.9 元 藍帶：3.6 元 青島清醇啤酒 330ML 六罐一組，11.8 元，每人限時限購 6 瓶。 國外品牌：人民幣 7-9 元 百威：7 元 喜力(海尼根)：7.5 元 嘉士伯：8.9 元	
2	進口啤酒(0.5L)	萊斯蒂格：7.9 元 沃德古堡黑啤酒：10.9 元 奧丁格：11.8 元 凱撒西蒙：12.9 元 瓦倫丁黑啤：11.9 元 窖藏啤酒：9.9 元 碧特博格啤酒：15.8 元 愛士堡瓦倫丁：9.9 元 金城堡：11.8 元 0.5L 罐裝德國啤酒為大宗，價格落在 7-15 元之間	1. 金牌台灣啤酒(0.33L)5.5-6.5 元。 2. 果汁系列(0.33L)8-10 元。
3	大陸本土產紅酒(0.75L)	以 0.75L 為大宗，價格落在 33.8-128 元之間。長城干屬較低價位產品，張裕則屬較高價位產品。	
4	進口紅酒(0.75L)	進口紅酒從 30-800 元均有，價格落差大，進口紅酒品項極為眾多。 1. 特價葡萄酒有明顯星型價格標貼。 2. 設有陳列架，集中陳列進口葡萄酒。 3. 購買任六瓶再打 9 折。	
5	白酒(0.5L)	以 0.5L 為大宗。 貴州茅台：998 元	1. 玉山原窖 52 度台灣高粱酒

		茅台國賓酒：168 元 茅台珍品酒：69.8 元 五糧液：688 元 五糧醇：99 元 蘆洲老窖：218-298 元 陳壇老窖：49.8 元 白雲邊：89-238 元 汾酒百年老壇：288 元 賣場走廊旁設置端架陳列。	(0.6L)290 元。 2. 玉山原窖 38 度台灣高粱酒 (0.6L)242 元。 3. 玉山台灣 58 度高粱酒 (0.6L)210 元。 4. 玉山台灣 38 度高粱酒 (0.6L)185 元。 5. 玉山台灣紅高粱酒(0.5L)488 元。 6. 中山先生紀念酒(0.7L)560 元。
6	洋酒 (1.5L)	洋酒價格從 382-3688 元 以馬爹利、人頭馬、軒尼詩(1.5L) 為主。 1. 中國國產聖瑪 XO 白蘭地(0.7L) 單瓶 39.8 元。 2. 中國國產威特尼斯 VSOP 白蘭地 (0.7L)單瓶 68 元。	台灣玉山威士忌 (0.7L)262 元。





1. 白酒部分：

- (1) 本公司白酒價格位於人民幣 200-300 元之間，而大陸國產白酒大眾化價位為人民幣 100 元上下，部分低價酒品(皆以濃香型為主)甚至位於人民幣 50 元以下，輔以堆頭陳列及醒目價格牌吸引消費者注意，搭配折價或 APP 網路促銷活動致銷量提升，故價格及促銷活動為影響本公司白酒銷量主要原因。
- (2) 紅色及瓷瓶仍為大陸白酒主流瓶型，輔以紙盒或塑膠盒外殼精美包裝吸引消費者注意，配合促銷活動進一步刺激消費者購買慾望。
- (3) 部分酒品於賣場通路配置酒促銷售人員，經與現場促銷人員訪談，藉由

促銷及試飲活動，可向消費者介紹產品特色及口味特性，與未配置酒促銷售人員之酒品相比，確實有助於提升產品知名度及銷量。

2. 啤酒部分：

- (1) 本公司金牌台灣啤酒實際賣場售價位於 4.8-5.5 元之間，果汁系列則為 8.8-10 元，大陸本土啤酒價位則位於 2-5 元，大陸當地生產之國外品牌則位於 7-9 元，進口啤酒則位於 7-15 元之間，本公司產品價格係屬於中間價位。
- (2) 因賣場啤酒類商品眾多，部分啤酒商品亦於賣場通路配置酒促銷售人員，同時搭配限時低價搶購活動，經訪查銷售人員及消費者，確實有助於提升產品知名度及銷量。

(三)訪查廈門大學「鷺銀海」超市以及「鴻潤福」連鎖超市，均販售本公司 330ML 罐裝金牌啤酒及台灣啤酒 MINE，售價為每罐人民幣 5 元，店家表示台灣啤酒系列產品銷售狀況不錯，主要是台灣啤酒屬於中間價位，消費者對於品質及口味反應還不錯，以年輕人追求時尚及嘗鮮的心理，較易選擇價格較本土品牌貴的進口品牌啤酒。

二、有關經銷商訪查部分

共拜訪包括采泰及其分銷商深圳黛孟德、國貿泰達廣州及廈門經銷商等，洽談情形摘要如下：

- (一)采泰及深圳黛孟德：黛孟德酒業有限公司主要透過采泰進貨本公司金牌及水果啤酒，銷售通路為量販店(沃爾瑪)、餐飲通路及夜店、KTV 等，該公司陳茂弘總經理表示廣州人喜歡喝甜一點的啤酒，故本公司的水果啤酒迴轉較快，另建議本公司水果啤酒包裝可以朝向更鮮豔方式修改，以突顯水果的鮮甜方式吸引消費者購買，同時除傳統電視廣告投放外、可搭配數位媒體廣告，在優庫網、愛奇藝及樂視網等知名網站投放片頭廣告，以強制收視方式增加品牌知名度。
- (二)國貿泰達廣州及廈門經銷商：國貿泰達何東暉總經理表示，大陸啤酒市場面臨進口啤酒低價競爭以及年輕人嘗鮮心理，未來台灣啤酒產品內容及包裝必須以精緻化、多樣化方式經營。另表示過去市場經營面臨削價競爭及越區銷售導致影響市場價格，建議本公司須適度干預和管理市場，以避免竄貨或削價競爭。本公司廣州辦事處前於 104 年 11 月 18 日就啤酒各階通路售價已與各經銷商開會研商並取得共識，價格混亂及越區銷售情形目前已有改善。

	
拜訪采泰及其分銷商深圳黛孟德	拜訪國貿泰達
	
討論產品包裝	討論市場經營及管理
	
致贈采泰分銷商黛孟德本公司酒品	致贈經銷商國貿泰達本公司酒品

肆、心得與建議

- 一、本公司白酒類產品末端零售價較大陸一般飲用級國產白酒價格高出許多，惟產品具台灣在地化生產及品質優良特色，仍可吸引部分特定消費者族群，應開發包裝精美之低價具競爭力酒品，針對不同通路以不同產品包裝來迎合大陸消費者喜好，以拓展超市、賣場等低價酒品通路；再輔以廣宣品、廣告、品評會及參與台灣名品博覽會、大陸春季及秋季糖酒會，以及透過經銷商進行賣場酒促人員宣傳促銷方式，持續對大陸消費者進行產品特性介紹及推銷，將有助於提升本公司白酒市占率。
- 二、本公司水果啤酒及果微醺商品具特殊性及銷售潛力，考量大多數消費者選擇商品都是以「外表」為第一考量，其次才是品質跟價錢，因此未來產品包裝可以突顯水果鮮甜感方式設計，以吸引大陸消費者目光及購買意願。
- 三、中國大陸的行動數位媒體廣告收視人口隨著行動上網的普及持續成長，已逐漸取代傳統電視媒體廣告，為積極推廣本公司酒類及啤酒類產品，未來將規劃同步於傳統電視媒體、行動數位媒體、戶外及賣場等各式媒體投放本公司產品廣告，以

增加品牌曝光度。

四、部分酒類產品與賣場通路合作，以 APP 商品於賣場網頁或是實體廣告傳單刊登方式進行宣傳，現場陳列櫃並提供 QR code 掃描方式給予折扣，吸引消費者加入該公司微信專屬網頁，以此方式除可以達到商品廣告宣傳效果，亦以不定期提供優惠或折扣方式吸引固定客群，此類行銷方式值得本公司及經銷商未來作為商品行銷之參考。