

出國報告（出國類別：考察）

105 年中國大陸廣東考察當地啤酒代工 生產、拜訪經銷商並視察通路銷售情形 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

吳容輝

啤酒事業部協理

吳輝煌

國際事業處處長

毛麗菁

董事長室秘書

楊念群

國際事業處課長

田鴻偉

派赴國家：中國大陸廣東

出國期間：105 年 11 月 17 日至 105 年 11 月 19 日

報告日期：106 年 01 月 20 日

出國報告摘要

頁數：9 含附件：是 否

出國報告名稱：105 年中國大陸廣東考察當地啤代工生產、拜訪經銷商並視察通路銷售情形出國報告

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
吳容輝	臺灣菸酒股份有限公司/董事長	(02)23214567
吳輝煌	臺灣菸酒公司啤酒事業部/協理	(02)23214567 分機 220
毛麗菁	臺灣菸酒公司國際事業處/處長	(02)23214567 分機 585
楊念群	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/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：中國大陸廣東省

出國期間：民國 105 年 11 月 17 日至 11 月 19 日

報告日期：106 年 1 月 20 日

分類號／目：DO/綜合 (財政類)

關鍵詞：廣東、啤酒

內容摘要：

本次本公司前往中國大陸廣東地區，考察當地啤酒生產代工情形，共拜訪金星及燕京兩大啤酒廠，以了解當地啤酒廠生產環境及代工條件。另拜訪本公司啤酒經銷商，藉以瞭解目前經銷商市場經營情況，並就廠商對本公司產品市場營銷及行銷活動之規畫進行意見交流，以利本公司後續拓展當地市場之參考。同時訪查啤酒於主要賣場通路佈建及鋪貨情況，並蒐集相關競品之市場資訊

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.....	4
一、	有關啤酒代工廠訪查歷程.....	5
二、	有關通路訪查部分.....	6
三、	有關經銷商訪查部分.....	7
肆、	心得與建議.....	8

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，尤其大陸鄰近沿海地區的消費者對本公司的品牌及企業形象的認知程度較高，例如廣東及福建省亦為本公司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，啤酒市場面臨大陸當地廠商及外資企業品牌的激烈競爭，為有效擴大本公司市場占有率、降低相關產品成本，故特以廣東地區做為訪查地點，拜訪當地主要啤酒生產廠、賣場通路及本公司啤酒經銷商，以了解相關啤酒生產環境及代工條件資訊、以及現有市場競爭及經銷商市場經營狀況，俾利於後續規畫啤酒於當地代工生產、本公司進一步規畫市場營銷策略以及協助經銷商拓展市場之參考。

二、依據

臺灣菸酒股份有限公司 105 年 11 月 17 日臺菸酒人字第 1050021793 號。

貳、成員、行程與任務

一、成員

臺灣菸酒股份有限公司吳董事長容輝、啤酒事業部吳協理輝煌、國際事業處毛處長麗菁、董事長室楊秘書念群及國際事業處課長田鴻偉。

二、行程

(一)105 年 11 月 17 日(週四)：啟程，經由桃園機場飛往大陸廣州白雲機場，並訪查廣州 1919 酒類連鎖店及沃爾瑪超市。

(二)105 年 11 月 18 日(週五)：拜訪金星啤酒廣東中山廠、經銷商(昆山友勁昆欣公司)以及訪查東莞市「大嶺山」台貨店。

(三)105 年 11 月 19 日(週六)：拜訪燕京啤酒廣東佛山廠，由廣州白雲機場返回桃園機場。

三、任務

本次訪察時間為 105 年 11 月 17 日至 11 月 19 日，主要係為實地瞭解廣東當地啤酒廠相關生產環境及代工條件、啤酒於中國大陸廣東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，以作為後續規畫啤酒當地代工生產之參考，並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行銷活動規畫進行意見交流。

參、參訪歷程

一、有關啤酒代工廠訪查歷程

本次共計訪查金星啤酒廣東中山廠以及燕京啤酒廣東佛山廠，訪查情形摘要如下：

	
與金星啤酒洽談代工條件	金星啤酒廣東中山廠
	
金星啤酒中山廠廠區參訪	金星啤酒中山廠槽化線參訪
	
金星啤酒中山廠包裝線參訪	金星啤酒中山廠生產線參訪

(一)金星啤酒集團是 1995 年 10 月成立於河南鄭州的啤酒製造商，前身是 1982 年建立的金星啤酒廠，純民營企業。在 10 省建有 17 個生產基地，旗下擁有金星、藍馬兩大系列共 30 多個產品，年產量最高 200 萬噸，目前為 120 萬噸，在中國市占率約 2.4%。廣東中山廠於 2004 年設立，2016 年產量約 3.5 萬噸，最大產能 7 萬噸，其中 50-60%產量為代工，目前外銷新加坡、馬來西亞等國，現有員工約 90 多人，共有 1 條瓶裝線，1 條罐裝線。



與燕京啤酒洽談代工條件	燕京啤酒廣東佛山廠
	
燕京啤酒佛山廠廠區參訪	燕京啤酒佛山廠廠區展售中心參訪
	
燕京啤酒佛山廠廠區體驗館參訪	燕京啤酒佛山廠廠生產線參訪

(二)燕京啤酒股份有限公司創建於 1980 年，為中國最大啤酒企業集團之一，世界啤酒產銷量前十名，整體總年產量 700-800 萬噸，全中國市場占有率約 10%，排名第 4。其廣東佛山廠於 2005 年設立，2016 年產量約 42 萬噸，共有 4 條瓶裝線，1 條罐裝線，使用澳麥，現有員工約 1 千多人，近期始開放代工生產業務，而該廠產能利用率僅約 50%。

(三)本公司與上述 2 家啤酒廠洽談代工事宜，因目前代工占大陸市場約十幾個百分點，整體市場皆在下滑，大陸許多的啤酒廠面臨產能利用率愈來愈低的問題，甚至部分廠僅剩下百分之四、五十產能利用率，因此現在均積極尋找代工客戶，於洽談時 2 家啤酒代工廠即表達有意願為本公司代工。

二、有關通路訪查部分

有關廣州 1919 酒類連鎖店、沃爾瑪超市及東莞市「大嶺山」台貨店等賣場啤酒通路訪查情形，說明如下：

	
訪查廣州 1919 酒類連鎖店	訪查廣州沃爾瑪超市

	
<p>訪查東莞市「大嶺山」台貨店</p>	<p>本公司金牌及水果啤酒</p>
	
<p>大陸低價瓶裝啤酒</p>	<p>啤酒商品促銷</p>

(一)訪查廣州沃爾瑪超市及東莞市「大嶺山」台貨店，均有販售本公司 330ML 罐裝水果系列啤酒鳳梨及芒果口味，售價分別為每罐人民幣 8.8 元及 6.5 元，店家表示台灣啤酒系列產品銷售狀況不錯。有關售價部分，大陸部分本土啤酒價位位於 2-5 元，部分品牌如哈爾濱啤酒甚至以 6 罐人民幣 11.5 元進行低價促銷，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。經觀察因賣場啤酒商品眾多，以限時促銷折扣方式較易吸引消費者購買。

(二)訪查廣州 1919 酒類連鎖店，本公司玉山台灣高粱酒於架上銷售，經訪問賣場人員，若於賣場通路配置酒促銷售人員，同時搭配相關價格優惠活動，確實有助於提升產品知名度及銷量，另該連鎖店推行 APP 直接手機訂購送貨活動，較易吸引年輕人於該網站訂購。另外該店亦有提供葡萄酒試飲機，搭配 QR-Code 掃描，即可進行試飲，亦容易吸引消費者目光。

三、有關經銷商訪查部分

本次主要拜訪本公司啤酒經銷商昆山友勁昆欣公司，洽談情形摘要如下：

(一)昆山友勁昆欣公司主要進貨本公司罐裝金牌及台灣啤酒，亦有少量進貨本公司水果系列啤酒，銷售通路為量販店(沃爾瑪)、超市及餐飲通路等，該公司潘建芳董事長表示傳統電視廣告投放較無實質效果，現在較流行手機 APP 等數位媒體廣告，再搭配贈品方式，較易打開本公司啤酒知名度及增加銷量。

(二)該公司表示若本公司選擇當地代工，以水果啤酒開始代工較有機會，惟其目前仍希望先從台灣進口本公司啤酒方式打開大陸市場，再來考慮代工，

目前 2017 年經銷金額以超過新台幣 2 億元為目標。

(三)該公司提出 2017 年台啤年度行銷活動初步計畫，並就計畫內容與本公司交換意見，本公司將輔導該公司執行相關行銷活動並給予補助。

	
拜訪經銷商昆山友勁	討論市場營銷情況
	
討論 2017 年行銷活動規劃	致贈經銷商昆山友勁本公司酒品

肆、心得與建議

- 一、本公司與金星啤酒廣東中山廠及燕京啤酒廣東佛山廠洽談代工事宜，2 家啤酒廠均表示願意代工。本公司水果啤酒及果微釀商品具風味特殊性及銷售潛力，且目前從台灣進口水果啤酒至中國大陸需課徵 40%進口關稅，故水果啤酒適合於當地代工，可節省進口關稅。目前代工方式有 2 種，第一種係以本公司自有配方，另一種係當地啤酒廠配方，若採當地配方掛上本公司台啤品牌，風味較差。第二種係使用本公司配方，惟如此之執行困難度及品管要求會更高。建議評估大陸當地啤酒代工時，可規劃使用啤酒廠之基酒再以本公司所用之果汁製作成水果啤酒後於大陸市場銷售，風味較易控制，未來並且可從大陸外銷全球市場。
- 二、隨著行動上網的普及，消費者花在上網的時間逐步增加，亦逐漸取代收視傳統電視，導致傳統電視媒體廣告收視效果不如行動數位媒體廣告，為積極推廣本公司酒類及啤酒類產品，未來將配合經銷商相關行銷活動規劃，以行動數位媒體為主要投放主體，搭配戶外及賣場等各式媒體以及經銷商相關促銷活動投放本公司產品廣告，以增加品牌曝光度。
- 三、本次訪查 1919 酒類連鎖店，該店以 APP 商品於賣場網頁或是實體廣告傳單刊登方式進行宣傳，現場並陳列葡萄酒分酒機，並提供 QR code 掃描方式讓消費者加入該公司微信後即給予試飲，葡萄酒自動分酒機確實吸引許多消費者目光並藉由活動讓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

商未來作為酒類商品行銷之參考。