

内外资品牌酣战啤酒市场 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/275/2021_2022__E5_86_85_E5_A4_96_E8_B5_84_E5_c67_275269.htm 2000年至今，外资在我国啤酒行业的投资规模已经达到150亿元人民币。如果按其所持股份对应的销售额来说，外资在我国啤酒市场的销售额已经达到我国啤酒销售总额的40%以上，并呈继续扩增之势。这与上世纪80年代末至90年代中后期，外资啤酒巨头在我国许多投资都以失败告终、不得不撤出中国市场的情形形成鲜明对照。美联储主席伯南克上一年的工资为18.35万美元，今年上涨到18.66万美元…… 外资的新版图 摊开地图，外资啤酒巨头在我国的庞大势力一目了然。其中，世界排名第一的美国A-B公司(Anheuser-Busch)在我国战略布局最为有利。在我国人口密集、经济发达的东部地区，从北至南，美国A-B公司的布点一字排开，分别拥有东北的哈尔滨啤酒、华中的武汉百威啤酒两家高端啤酒公司以及正在华南兴建的佛山26万吨新厂。此外，美国A-B公司还拥有全国性品牌青岛啤酒(行情资讯)27%的股权，并参与到青啤的经营管理中。丹麦的嘉士伯啤酒则主要专注于我国的西部地区，在新疆、甘肃、宁夏、西藏、云南等省份控股、参股了10多家啤酒公司，产能达到130万吨以上。此外，嘉士伯啤酒在广东省以及北京、上海、广州、成都等大城市全资拥有子公司及分公司。公开宣称要做我国啤酒行业老大的比利时英博啤酒集团，势力主要集中在长江流域和珠江流域的广大东部地区，其在湖南、湖北、江苏、浙江、福建、江西、广东、广西等8省参股、控股了近30家啤酒公司，全部产能合计350万吨。南非SABMiller在

华的业务拓展主要依赖华润啤酒在全国的扩张。荷兰喜力啤酒集团的势力范围相对较小，只有海南和上海两个分厂，以及参股深圳金威啤酒集团有限公司，全部产能约40万吨左右。此外，日本的朝日啤酒、麒麟啤酒、三得利啤酒和菲律宾的生力啤酒也在我国的上海、北京、广东等重点区域布点。

外资从台前到幕后的秘密 尽管外资频频大手笔收购国内的知名啤酒品牌以及地方品牌，在我国啤酒行业的势力日渐庞大，但是从普通消费者的感受来看，并没有看到太多外资的身影，一切好像没有发生什么变化。许多区域的消费者购买的仍是原来的品牌，青睐的仍是多年来早已习惯的口味。外资与国内啤酒企业正面竞争、短兵相接的情况并没有明显体现。这与90年代初期，外资疯狂投资建厂，并大力主推自己的啤酒品牌情形截然不同。很显然，经历过初期投资失败教训的外资巨头都选择了幕后掌控，而不是亲自拼杀。外资采取这种策略，一方面可以避免以前因盲目推出新品牌不被市场接受而遭受失败的风险。另一方面，这样的策略有多方面的益处。如果这些参股控股的公司经营成功，那么外资可以轻松获得高额的投资回报；如果经营失败，至少也会很大削弱中国的竞争对手，等到双方两败俱伤的时候再坐收渔利。更为重要的是，外资巨头可以凭借这些参股、控股公司的成熟销售渠道推广自有品牌，将自有品牌与中国品牌相区别，避开中低端啤酒的激烈竞争，打造自有品牌的高端形象，占领利润更为丰厚的高端市场。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com