

摘 要

一般啤酒包裝不外乎是玻璃瓶及鋁罐，長期以來，玻璃瓶包裝有氣爆之風險及運輸成本之不利因素，而鋁罐則因啤酒新鮮度無法長期保存之問題，此兩種包裝對市場消費者而言，皆有無法滿足之缺點。

因此，針對滿足消費者需求上，相關業者看準新包裝技術的發展將有很大之突破空間，進而發展出新型PET瓶包裝來應用於啤酒產業，經過技術的改良後，經奈米塗膜技術處理過的PET瓶，強化了對氧氣及二氧化碳的阻隔性質，因此可以達到啤酒6個月保鮮期的包裝要求。

除此之外，品牌、價格、口味及保存期限為消費者最重視的四大因素，本研究將針對啤酒產業的現況及整體發展趨勢，試圖以個案的方式來探討特定企業的經營策略制定的流程，以及了解企業如何使策略的制訂更能符合消費者需求。

經本研究發現，合資公司選擇以企業核心能力為其行銷策略制定之最大考量因素，並在結合無差異市場區隔下之產品定位，以無品牌代工經營模式為公司之行銷策略，提供包括代工啤酒釀造、代工充填包裝及on-site充填包裝等產品/服務。