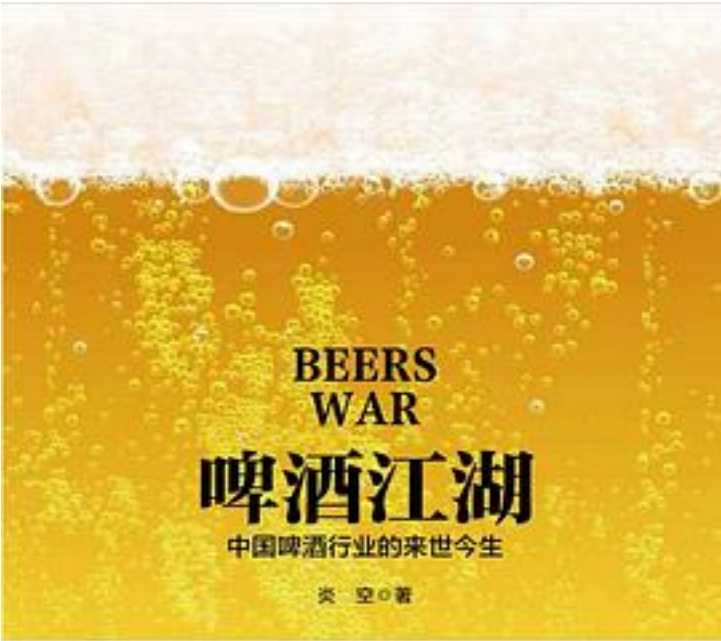


啤酒江湖



啤酒的味道千差万别，啤酒的品牌不计其数，啤酒的江湖有你想不到的精彩故事和人物传奇——
想了解中国啤酒行业的前世今生和风云变幻，自当翻开这部《啤酒江湖》，便可一探究竟——



[啤酒江湖_下载链接1](#)

著者:炎空

出版者:上海交通大学出版社

出版时间:2015-1-1

装帧:平装

isbn:9787313123619

本书从一个在啤酒行业工作过长达11年的资深专业人士的角度，对作为中国快速消费品行业中非常具有代表性的啤酒产品的市场发展历史、行业特点、消费者洞察和行为变化，进行了详细深刻却不乏幽默睿智的描写，揭示了目前中国啤酒市场发展的规律，总结了行业中主要品牌公司成败的原因，同时对该行业的未来进行了科学大胆的预测与展望

。可以说是对中国啤酒行业30年演变历史的高度提炼与总结，对该行业甚至快速消费品行业的利益相关者（消费者、销售渠道成员、公司员工及投资者等）有非常重要的启发作用，在一定程度上也揭示了改革开放阶段中国的市场经营生态与消费者的演变历史，以史为鉴，可以窥探未来，从而可以给人以启迪与思考。

作者介绍:

炎空，本名杨松林，1992年毕业于无锡轻工业大学精细化工专业，华盛顿大学圣路易斯分校奥林商业院EMBA，职业经历丰富，历任：广州宝洁公司销售经理；上海获特满饮料有限公司（现为雀巢集团企业成员）全国销售经理、北京分公司总经理；狮王啤酒全国高档啤酒销售总监；百威英博投资有限公司全国销售能力发展总监、合资公司总经理、亚太区人事发展总监。

目录: 第一篇 大江东去——啤酒行业的过去
第一章 被遗忘的啤酒历史
第一节 中国人的血液里流淌着五千年的酒香
第二节 泡沫与苦涩沉淀下的西方文明载体:啤酒
第三节 舶来品的中国本土之路:中国现代啤酒发展探幽
第四节 逍遥何处：啤酒的销售渠道及特点
第五节 大浪淘沙：中国啤酒行业的发展历史
第二章 谁在啤酒的泡沫中狂欢——中国的啤酒消费者
第一节 你是中国啤酒粉丝的一员吗
第二节 内敛的中国人何时也会狂饮
第三节 中国人在哪里才会开怀畅饮
第四节 中国式啤酒体验：中国人如何喝啤酒才开心
第五节 一醉方休：中国人能喝多少啤酒
第三章 你中招了没有——盘点啤酒江湖的文韬武略
第一节 啤酒行业为什么自嘲为啤酒江湖
第二节 打不过你我把你买进：兼并与收购
第三节 我有靠山我怕谁：地方保护
第四节 你以为你是谁：暴力袭击员工
第五节 拆桥战术：策反经销商
第六节 不攻自破：窜货
第七节 釜底抽薪：买断售点
第八节 瓶盖的诱惑：贿赂店员
第九节 晒酒：破坏消费者体验
第十节 造谣：怕不怕
第十一节 收酒：想喝无门
第十二节 让我一次喝个够：买一瓶送一箱
第十三节 游击战无处不在：假货与水货战争
第四章 那些关于啤酒的品牌记忆
第一节 消失的青春记忆：那些消失的中国啤酒品牌
第二节 折戟沙场的洋人们：那些退出的外资啤酒品牌
第三节 俱往矣数风流人物：那些退出啤酒江湖的人物们
第二篇 从春秋战国到准三国鼎立——啤酒行业大佬们
第一章 中国啤酒行业的准三国时代
第二章 华润篇：全球单品牌销量最大的塑箱王雪花啤酒
第一节 庞然大物家族的鸡肋生意
第二节 雪花还是翠花：品牌家族
第三节 红色资本的顺水推舟：公司战略
第四节 东北人都是活雷锋：华润人才特色
第五节 中央集权PK诸侯争霸：公司运营模式

第六节 绿色旋风：塑箱王是如何炼成的
第七节 我的地盘我做主：与南非酿造的关系处理
第三章 青岛篇——大碗喝酒的梁山好汉
第一节 激情成就的中国梦想
第二节 以青岛和德国的名义：青岛啤酒品牌家族
第三节 跑马圈地的梁山英雄：公司战略
第四节 宋江大哥的位置：青岛人才梯队建设
第五节 擒贼先擒王：公司运营模式
第六节 大口吃肉与大碗喝酒：餐饮大王的诞生
第七节 借船出海还是草船借箭：青岛与合资外方的同床异梦
第四章 燕京篇——挣扎于来自首都的民族品牌
第一节 小三梦的底气
第二节 器官主义的危机：燕京品牌家族
第三节 以北京的名义：公司战略
第四节 梦回唐朝：燕京的人才观
第五节 钦差大臣与父母官的斗法：公司运营模式
第六节 领鲜世界还是清爽感动北京：燕京的生存法则
第七节 “孤独的剩女”：民族品牌的大旗还能扛多久
第五章 百威英博篇——巴西帮主导的全球啤酒老大的野蛮生长
第一节 世界霸主的“中国老二梦”
第二节 “妻妾成群”：百威英博的品牌家族
第三节 从被动挨打到四处放火：公司战略
第四节 巴西帮的世界大梦：百威英博的人才梯队建设
第五节 一统天下：公司的运营模式
第六节 灯红酒绿的盛宴：夜店王的疯狂扩张
第七节 称霸世界的秘笈
第八节 昂贵的学费：百威英博在中国的失利与反思
第六章 南非酿造——美乐篇：你不了解的郁闷的老二
第一节 无奈的低调
第二节 坐享其成的恐惧
第三节 狗咬刺猬
第七章 嘉士伯篇——败退东部的西部王
第一节 往事不堪回首
第二节 谦虚还是心虚：嘉士伯品牌家族
第三节 东方不亮西方亮：公司战略
第四节 杂牌军的优势与劣势：嘉士伯人才特色
第五节 防水养鱼还是放虎归山：公司运营模式解析
第六节 啃下硬骨头：嘉士伯整合重庆啤酒的决心
第八章 生与死的选择——岌岌可危的其他啤酒公司
第一节 傲慢海盗的伤心之旅
第二节 珠江流向大海
第三节 金星还是流星
第四节 找个好人就嫁了吧
第三篇 即将平复的泡沫——中国啤酒行业的未来猜想
第一章 还有多少好时光：行业发展趋势预测
第二章 世界霸主的“中国梦”：百威英博的机会与危机
第一节 等待秋天来临：百威英博与消费升级
第二节 张开大嘴吃遍天下：继续擅长的兼并与收购
第三节 美梦成真还是南柯一梦
第四节 失去哨兵的航空母舰：文化还是政治
第五节 穷得只剩下钱的悲哀：员工激励方案的误区
第三章 中国霸主的未来：华润啤酒的机会与挑战
第一节 珍惜伴侣共创明天
第二节 利剑出鞘：利用集团优势整合供应链与销售渠道

第三节 塑箱王与城镇化的利好
第四节 雷锋叔叔故事的结局
第五节 “成也萧何”：单一的品牌风险
第四章 国际化只能是梦想：青岛啤酒的隐忧
第一节 墙外开花墙内香
第二节 破釜沉舟的勇气来自何方
第三节 世界不是平的
第五章 战争的硝烟飘向何方：N种可能的江湖格局
第一节 王者归来：雪花与南非酿造的觉醒
第二节 百威英博的两腿狂奔：夜店王的霸业与饮料大王的联盟
第三节 终极整合：百威英博与南非酿造美乐的世界级结盟
第四节 回归欧洲霸权的怀抱：嘉士伯与青岛的合纵连横
第五节 剩女终于钓到金龟婿：燕京与喜力的晚婚
第六节 游击战士们的攻守同盟
后序 有成为江湖人物不是你的错
· · · · · (收起)

[啤酒江湖_下载链接1](#)

标签

啤酒

商业

投资

行业

商业、管理

行业分析

职场

管理

评论

啤酒行业业内人士科普，有些部分像行研报告加公司简介摘抄，不过促销和竞争手段的章节写出了拼销售与拼渠道的行业的特点——路子是真野，脑子是真活，胆子是真大。

介绍了中国啤酒产业主要玩家的发展历史。很多关于公司的介绍是照抄公司宣传稿，只有一些小故事是作者自己的见解

读起来像极了酒桌上的闲侃，有道听途说的二手故事，有亲身经历的夸张版本，有照搬权威的数据文字，佐料也不少。算是扩充版的啤酒江湖风云录，喜欢吃商界小瓜的可以读来看看。

中国式悲剧！在一个资本密集的行业里，朝气蓬勃而融资乏术的私人企业被管理平平而财大气粗的官办企业以财力优势绞杀殆尽；而内在内行的官办企业又在同样财大气粗的西洋巨头品牌与管理双剑合璧的凌厉攻势下节节败退。红石梁啤酒老板为家乡贫困学子提供学费、假期实习机会、工作岗位，让寒门才士有施展手脚的舞台；华润雪花、青岛啤酒赋关系户以清闲肥差、待普通员工以低薪盘剥，有为青年沉沦下僚、门路通天者青云直上。前者闪烁着高贵的人性、后者弥漫着腐朽的官气，但卑鄙者居然碾碎了高尚者！

三大国内品牌加三大国际品牌，构成了一个啤酒的江湖。国内第一大品牌华润，以其国资背景在啤酒的江湖里横冲直撞，百威英博以其世界第一大啤酒制造商的身份在啤酒的江湖里大肆收购，书的前半部分就是讲这几家公司怎么抢占市场的，不择手段才能生存；后半部分算是介绍这几家的企业文化，着重讲的百威英博的等级体系、招聘体系和内部斗争。想知道和啤酒工艺相关的知识，那这本书是完全没有的，想了解为啥这些年啤酒品牌越来越少，那或许这本书可以稍微解惑。

科普小说，对啤酒行业好好普及了一把。

表面光鲜的行业。感谢作者用了心，呼唤密码本...

为本地品牌们被啤酒巨头吞并惋惜。资本运营后的同质化，又何止是啤酒：华润吞了金威，拆了湖贝。扼腕的深圳人又能怎么样，不喝怡宝、不去华润万家么？还是有科普读物的意思。至于经管指南和用人哲学，就没什么兴趣了。

肤浅无趣的现代中国工业啤酒史。

2017-22 也曾听过杨老师上过啤酒江湖的第一课…@Kindle

这周走路吃饭洗澡时听的一本有声书。从作者对各品牌集团介绍时的详略程度以及字里行间的用词表述来看，作者估摸着是百威英博旗下的某个浙江品牌的管理人员。书的前1/4很有阅读价值，啤酒行业种种或黑或白的竞争手段要不是在这个行业浸淫多年，旁人是真想不出还有这些门道。后部分对各品牌的介绍太流水账了，文字水平约等于百度百科，信息的密度还不如百度百科，权当科普好了。要不是这本书我也不会知道，原来国内的啤酒行业已经整合到了如此的程度，说是寡头垄断完全不为过了，这大概也是快消品行业的宿命。

啤酒业内人对于行业的讲述，啤酒这个行业，基本上主要就是拼销售。所以各种超限的竞争手段等内幕情况都有很多，这本书列举了制造谣言、买断售点、暴力袭击、晒对手啤酒、挖经销商等十来种方法，可以一窥中国消费品市场的竞争模式。里面有一段说，百威啤酒以喝酒来考察销售人员，公司的二把手即销售总管差点喝死，销售人员个个都喝得百病缠身，至今在网络上还能搜索到百威啤酒销售员喝死的新闻。

没想到有从业者写这样一本中国啤酒百科全书，有行业分析，也有行业故事。有些章节写的很引人入胜（比如写华润），有的就偏流水账了（比如写燕京），总体上来讲外行要了解中国啤酒行业这本书是很不错的入门。另外一点，华润真是投资公司，宁高宁是个投资高手，看到青岛啤酒的招股书就知道这个行业现金流好，而且选择了一个适合模式的发展方式-并购，如果他是个私营企业家，或许能办成中国的3G资本。

半科普性值

喜欢看前半部 后半部枯燥介绍各司企业文化略无趣 啤酒业等待再一次洗牌

青啤比赛参考用。确定了方向。

优点：对啤酒行业有比较全面的科普。缺点：写法四不像，不是小说、不是商业传记、不是管理或营销案例；不敢用真名，内容大段拼凑；等等；不一而足。

能快速粗浅地了解整个中国啤酒行业，有些章节看起来像是摘抄的。

啤酒这样的快消品其实销售和市场都是不复杂的事情，而雪花和青岛已经称霸了中国市场，老三百威也是非常的厉害。今后的格局会朝着这三家发展，让我们拭目以待

对中国啤酒业发展的梳理，各家公司的战略布局，渠道建设和成败的回顾，挺全面。

[啤酒江湖_下载链接1](#)

书评

到目前为止，我觉得啤酒是世界上最好喝的饮品。从学生时代最初尝试啤酒觉得味道非常奇怪，就像很多过来人说的那样，啤酒的味道像马尿。但是这种马尿味道的啤酒越喝越有一种特别的风味，让人渐渐感受到了她的美味。这种独特的味道就是书中说的，啤酒花提供的苦味和香味。夏天饮...

关于啤酒的各方面都有写到，啤酒的生产与销售、行业巨头的历史与发展、各企业的战略与管理、企业家的能力与风格等等，让人对啤酒行业有了一个整体而清晰的认识。啤酒行业作为快消品行业的一个代表性细分，其市场竞争的激烈程度可想而知，在市场份额第一的中国市场更是如此。由...
