

Heineken bắt đầu mua lại Tiger ở thị trường châu Á

Tác Giả: Đác Tâm

Thứ Sáu, 28 Tháng 9 Năm 2012 11:21

Heineken mua lại APB, Tiger là một thị trường lợi mang tính chiến lược



Sau hơn hai tháng cạnh tranh với một đối thủ Thái Lan, ngày hôm nay, 27/09/2012, tập đoàn sản xuất nước giải khát Hà Lan Heineken đã thành công thôn tính và thu tóm hãng sản xuất bia Tiger, nổi tiếng tại châu Á, nhằm mở rộng thị trường châu lục này.

Trong cuộc hợp nhất thị trường để hội nhập các công ty địa phương Tiger, gần 99% các công ty đồng Singapore Fraser and Neave (F&N) đã chấp thuận đề nghị của Heineken mua lại 40% số cổ phiếu trong tập đoàn Asia Pacific Breweries (APB, bia Tiger), với số tiền là 5,6 tỷ đô la Singapore, (3,56 tỷ euro).

APB không chỉ sản xuất bia Tiger, mà còn quản lý kho hàng ba chục công ty sản xuất nước giải khát 14 quốc gia, trong đó có Trung Quốc. Do vậy, Heineken đã nhận lại vị trí đầu tiên của Tiger

Heineken bắt đầu Tiger để mở rộng thị phần tại châu Á

Tác Giả: Đác Tâm

Thứ Sáu, 28 Tháng 9 Năm 2012 11:21

trong chiến lược chinh phục thị trường châu Á, rất năng động và đầy tiềm năng, trong lúc thị trường châu Âu hết sức ảm đạm, kém sinh khí.

Thông cáo của Heineken cho biết, tập đoàn này hiện sở hữu trực tiếp hoặc gián tiếp, 55,6% số cổ phiếu của APB. Sau khi mua thêm cổ phiếu lần này, Heineken sở hữu tới 95,3% tổng số cổ phiếu của APB.

Tập đoàn giải khát Hà Lan không che giấu ý định của mình : « APB sẽ giúp cho Heineken tiếp cận trực tiếp hai thị trường đang trở nên đầy đáng quan tâm nhất trên thế giới : đó là Đông Nam Á và Thái Bình Dương cũng như Trung Quốc ».

Phó chủ tịch Heineken tuyên bố, việc mua lại APB sẽ tăng cường khả năng cạnh tranh của tập đoàn tại một trong những vùng năng động nhất thế giới. Tuy nhiên, Heineken có những mối lo ngại về thị trường để mở rộng thị phần trong khu vực.

Theo số liệu thống kê của Euromonitor, công ty nghiên cứu và đánh giá thị trường, có trụ sở tại Luân Đôn, Anh Quốc, trong năm 2011, lượng tiêu thụ bia tại 9 quốc gia chính ở Đông Nam Á đã tăng 6%, lên tới 6,84 tỷ lít, trong số này, dẫn đầu là Việt Nam, Thái Lan và Philippines.

Theo giới kinh tế gia, việc chi 3,56 tỷ euro trong thị trường này, thực là cao gấp 35 lần nhu cầu hiện nay của Heineken, cho thấy tập đoàn đánh giá cao APB. Bởi vì, ngoài bia Tiger và bia Bintang (bia của Indonesia), APB còn dẫn đầu, chiếm tới 50% thị phần bia ở Indonesia, Malaysia và Singapore.

Trong quý hai năm nay, APB có mức doanh thu là 781,3 triệu đô la Singapore (493 triệu euro), tăng 10% so với cùng thời kỳ năm ngoái.

Các chuyên gia cho rằng việc Heineken mua lại APB, Tiger là một thị trường mới mang tính chiến lược. Các triển vọng về thị trường châu Âu dường như rất ảm đạm trong những năm do khủng hoảng. Heineken quay sang châu Á để phát triển. Trung Quốc, Ấn Độ, Đông Nam Á dường như đánh giá là các thị trường có mức tăng trưởng cao trên thế giới, trong lĩnh vực giải khát.

Heineken bắt đầu chiến đấu giành thị phần tại châu Á

Tác Giả: Đác Tâm

Thứ Sáu, 28 Tháng 9 Năm 2012 11:21

Trong cuộc chiến đua giành thị phần bia Tiger, tập đoàn Heineken đã phải cạnh tranh với đối thủ Thai Beverage (ThaiBev). Hồi tháng Bảy, Heineken chào giá là 5,1 tỷ đô la Singapore để mua lại 40% số cổ phiếu của ABP và sau đó phải tăng lên đến 5,6 tỷ.

Thậm chí, tập đoàn Thái Lan đã thông báo ý định mua lại 70% cổ phiếu của Fraser and Neave, với giá 8,7 tỷ đô la Singapore (5,5 tỷ euro).

Cùng với nhau, hai tập đoàn này đã đi đến thỏa thuận chung: Heineken mua lại lĩnh vực sản xuất nước giải khát, còn ThaiBev thu tóm phần tài sản để hình thành lại Fraser and Neave.