

啤酒：谋破业绩瓶颈

2014年以来，国内啤酒销量持续下降，截至今年8月，中国啤酒销量结束了25个月的下滑，似乎让整个啤酒行业步入了调整期的尾声。国内啤酒市场的下滑让众多企业不寒而栗，纷纷开始谋划高端产品以图自救。另一方面，进口啤酒无论是品牌还是销量，都加剧蚕食中国啤酒市场的份额，在进口啤酒日渐激烈的市场竞争中，国内啤酒面临着亟须调整产品结构。在业内人士看来，未来国内啤酒应该是从金字塔形向橄榄形过渡，低档萎缩、腰部增加、高端部分继续拉长。同时，在个性化消费、潮流啤酒消费需求增长方面，国内啤酒企业仍然存在一定短板。

啤酒大事记TOP5

百威英博1000多亿美元并购南非米勒

华润啤酒收购雪花49%股权

朝日啤酒73亿欧元并购东欧5品牌

青岛啤酒首推线上高端啤酒

嘉士伯在华关厂达11家

记者手记

2016年对于中国啤酒行业来说就是在突破瓶颈。在国内啤酒行业持续下行的背景下，国内啤酒企业纷纷谋求高端产品寻求突破口。

然而，在高端啤酒市场早已被进口啤酒占领之时，国内啤酒企业在高端市场与进口啤酒将展开更为激烈的厮杀。

事实上，进口啤酒不断下沉的价格和渠道，也在不断冲击着国内啤酒企业的优势。

当前，在中国消费市场升级的背景下，年轻人成为啤酒市场兴起的新一代生力军，除了更加趋向高端啤酒，同时也更加趋于个性化。

国内啤酒企业除了在高端啤酒产品上下功夫之外，也应该更加注重啤酒文化、包装上面的推广，同时，多样化的产品组合也是当下年轻人所愿意尝试的。

未来，啤酒企业多品牌化发展才是市场发展的主流趋势。

专家建言

中国品牌研究院食品饮料行业研究员 朱丹蓬：

目前中国啤酒市场人均消费水平已经接近国际水平，达到了一个瓶颈期。未来国内啤酒消费市场主要依靠“85后”、“90后”的增量。国内整个高端啤酒市场实际上还未完全形成，“塔尖”部分依然被进口啤酒所占领。

从趋势上看，当前进口啤酒人均消费价格下降，品牌数量增多，也证明进口啤酒由“塔尖”逐渐向“塔腰”蚕食，对国内啤酒企业威胁比较大，这也是国内啤酒企业应该注意的。

未来“塔尖”部分还是以进口啤酒为主，而“塔腰”则会以国内大型啤酒企业为主，“塔基”则是一些低端产品和区域产品，总体预测明年啤酒市场变化不大。

关键词

反差

突围

止损

销量“内”降“外”增

近年来，进口啤酒不断涌入国内市场，与之相反，国内啤酒销量则出现下滑，形成鲜明“反差”。

据中国国际啤酒网相关数据显示，2016年1-8月，中国进口啤酒为45.9124万千升，同比增长26.4%。进口啤酒金额为30.6685亿元，同比增长27.3%。与此相反的是，国内啤酒则继续呈现下降的趋势。同样据中国国际啤酒网相关数据显示，2016年1-8月，中国啤酒行业产量为3275万千升，同比减少2.3%。

业内人士表示，国内啤酒产量的下降还体现在企业的财报上。据了解，众多国内啤酒企业今年前三季度营业收入均呈现下降的趋势。国内大型啤酒企业燕京啤酒与兰州黄河今年前三季度营业收入分别为103.72亿元和5.57亿

元，同比分别下降为9.4%和6.02%。

针对国内啤酒市场出现的“内”降“外”升，中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬表示，整个中国啤酒市场目前呈现梯形，国内啤酒企业占到了整个市场的塔腰和塔基部分，塔尖部分全部由进口啤酒市场份额占领。近年来中国啤酒整体的消费虽然在上升，但国内啤酒企业业绩却出现下滑，主要是国内啤酒的上升空间全部被进口啤酒吃掉了。

然而，值得一提的是，今年10月，据国家统计局发布的数据显示，中国8月啤酒产量同比增长4.2%，这意味着中国啤酒业结束了长达25个月的连续负增长。业内人士认为，当前中国啤酒行业下行趋势已经接近谷底。

布局高端突围

面对国内啤酒市场下滑的趋势，国内啤酒企业纷纷布局高端来突围进口啤酒。据了解，珠江啤酒推出了精酿系列等高端产品，以此来突围进口啤酒的挤压。

北京商报记者还了解到，燕京啤酒早在2013年时便推出了原浆白啤，并定位中高端啤酒市场。青岛啤酒旗下鸿运当头、奥古特、经典1903和纯生等一系列中高端啤酒也在越来越多地抢占市场份额，据青岛啤酒2016年半年报显示，上半年青岛啤酒共实现销售量212万千升，其中听装、小瓶、纯生啤酒、经典1903、奥古特等高端产品共实现销量89万千升，几乎占到青岛啤酒销量的1/3。青岛啤酒方面还表示，

陆续推出的中高端产品销售量均有所上升。此外，青岛啤酒还在“双11”期间针对线上年轻人推出高端啤酒“皮尔森”，以图抢夺年轻人啤酒市场。

与此同时，进口啤酒依然不断涌入国内，抢占中国高端啤酒市场。上海进口啤酒馆大区总裁邹国新甚至表示，目前仅上海就有进口啤酒超过200种，入局者还会持续增多，竞争也会越来越激烈。对此，业内人士表示，一方面国内啤酒企业面对结构调整纷纷布局高端啤酒市场，另一方面进口啤酒却如山洪海啸般冲进国内并不断抢占市场份额，而进口啤酒大量的增长几乎抢占了高端啤酒市场的红利。

断腕止损自救

嘉士伯旗下重庆啤酒前不久发布公告称，董事方军涛因工作原因辞职。实际上，这是重庆啤酒自去年10月以来不断关厂之后的人事变动。

实际上，2013年重庆啤酒被嘉士伯要约收购后，当时重庆啤酒董事会便进行“大换血”。重庆啤酒曾发布公告称，公司三名董事、监事会主席纷纷以书面形式提交辞职报告。

近一年来，由于啤酒市场下滑，重庆啤酒不断关闭工厂停产去产能。据重庆啤酒2015年年报显示，2015年实现啤酒收入32.37亿元，虽然较前一年增长4.9%，但归属于上市公司股东的净利润却亏损6567.84万元，同比下降189%。

受业绩拖累，重庆啤酒早就开始对分公司进行生产关停实行自救。从2015年10月开始，重庆啤酒对安徽九华山等分公司停产；今年1月，重庆啤酒又关停黔江分公司；2月，重庆啤酒方面关闭重庆啤酒集团六盘水啤酒有限责任公司。

北京商报记者粗略统计发现，近一年来嘉士伯旗下重庆啤酒关停分、子公司的数量至少8家。在业内人士看来，重庆啤酒作为嘉士伯子公司在华不断关厂，很大一部分原因是因为业绩不好，而关厂正是止损的策略之一。此外产能的下滑也让嘉士伯逐渐滑出了国内啤酒市场的第一梯队。

北京商报记者 关子辰