

啤酒：中外混战 卡位高端

数据显示,2017年1-9月,中国啤酒行业累计产量同比增长0.5%,但行业整体销售情况实际下滑,国产啤酒仍处于调整期。中国经济环境消费升级,使中高端、高端和超高端啤酒市场需求增大,国产啤酒与进口啤酒在这三个价格区间竞争激烈,同时在精酿啤酒这一新兴业务板块进行拼杀。其中,国产啤酒企业主要在产业结构方面进行布局,而进口啤酒集团则通过资本并购进一步打入中国高端啤酒市场。业内人士指出,中国啤酒正在向多元化、品质化发展,国内啤酒企业产品仍主要聚集在中低端,虽然部分国内啤酒企业已经开始布局中高端进行转型,但在与进口啤酒博弈中仍存短板。

记者手记

近两年来,国内大部分啤酒企业顺应消费趋势,在中高端啤酒业务方面发力。同时,随着进口啤酒的价格出现下沉,两者之间的差距在缩小,面临的竞争日趋激烈。虽然国产啤酒占据中国啤酒市场大部分份额,且具有本土化优势,但从市场来看,低价销售仍然是二三线国产啤酒品牌的生存法则,进口啤酒仍然在中高端、高端市场占据上风。

此外,高端精酿啤酒的兴起为中国啤酒市场带来契机,但精酿啤酒仍然属于小众产品,真正介入的本土酒企并不是很多,独立小众精酿啤酒品牌体量更加有限。且精酿啤酒作为舶来品,国内大部分消费者对精酿啤酒的认知度不高,消费意识不强。国产酒企如果想在内忧外患的发展环境中抓住风口,仍面临一定挑战。

专家建言

啤酒专家方刚：

2017年对于国产啤酒而言,是充满挑战和机遇的一年。国产啤酒酒企应该重新梳理和理解消费者需求,这样在产品研发以及市场销售方面就会有更多的机会。从规模上看,国产啤酒持续波动和下滑成为常态。其实,国产啤酒的性价比并不输于进口啤酒,只是在消费升级的背景下,进口啤酒在品牌优势相对明显。事实上,国产啤酒仍占据中国啤酒消费市场大部分市场份额,产业链条布局完善,且贴合中国消费者的饮酒习惯。国产啤酒如果能够补足现有短板,整体发展应该会很好。未来国内啤酒发展或迎来三个关键点,第一是啤酒营销和消费更加注重品质,第二是企业开始捍卫或提高啤酒品类的影响力,第三是具体的品牌发展。

行业TOP 5大事件

1 复兴集团将斥资66亿港元接替朝日成为青岛啤酒第二大股东

2 昔日的“西北啤酒王”兰州黄河内部股东矛盾持续升级

3 珠江啤酒拟投资逾2亿元,为广西、东莞、湛江、湖南四个地区的精酿业务进行资金输血

4 重庆啤酒为断臂止损,以20元交易对价出售两子公司全部股权

5 百威英博子公司ZX Ventures收购首个中国精酿品牌上海拳击猫



增长乏力

消费升级

高端遇考

产量走低

近三年来,中国啤酒年产量始终处于下滑状态。数据显示,2016年产量为4506.4万千升,同比下降4.4%。虽然今年1-8月中国啤酒产量达3297.6万千升,同比增长0.5%,但8月中国啤酒产量为505.2万千升,同比减少2.5%,行业的整体销售情况实际仍在下降。

值得一提的是,虽然中国啤酒产量增速乏力,但在经济环境消费升级的情况下,国产啤酒企业业绩表现相对稳定,并有部分企业呈现营收下降、盈利上升的现象。据各啤酒公司2017年三季报显示,青岛啤酒1-9月营收233.85亿元,同比增长1.51%;利润18.69亿元,同比增长1.6%。珠江啤酒1-9月营业收入30.93亿元,同比增长6.27%,归属于上市公司股东的净利润

1.71亿元,同比增长57.67%。惠泉啤酒1-9月实现营业收入4.96亿元,同比下降4.1%;实现归属于上市公司股东的净利润812.17万元,同比增长1136.48%。重庆啤酒1-9月实现营业收入26.87亿元,同比下降0.06%;实现归属于母公司所有者的净利润3.16亿元,同比增长19.91%。业内人士指出,消费升级推动中高端啤酒市场扩容,传统啤酒企业已经开始调整产品布局进行转型。国产啤酒企业利润实现增长,意味着其产品单价出现上涨空间。但是在此之前,国内大部分啤酒企业主要依靠低价产品谋生,加码中高端业务将与近两年占据大量中高端、高端市场的进口啤酒形成竞争,市场或将进一步承压。

盈利升级

随着中国经济的持续稳定增长,国内啤酒行业的消费升级带动产品结构优化和价格提升,啤酒市场消费由增量向提质转变,差异化、低浓度、高品质啤酒成消费趋势。

事实上,自2016年起,中国啤酒行业的竞争战略已经从低价抢份额向升级盈利转型。各大啤酒企业除布局高端啤酒业务外,同时对极具增长潜力的精酿啤酒产生浓厚的兴趣。据了解,精酿啤酒作为舶来的高端啤酒,近两年在年轻消费者中快速圈粉。虽然国内精酿啤酒所占市场份额约0.1%,但却以40%的速度实现增长,未来或将达到3%的体量。目前,国内青岛、燕京、珠江等大型啤酒企业纷纷聚焦中高端精酿啤酒生产业务,使市场“量缩价升”的迹象更加明显。

业内人士表示,随着整个中产阶级新生代的崛起以及商务人群消费需求提升,精酿啤酒将逐渐发展成高端啤酒潮流、趋势以及风口。但是,目前中国市场中精酿啤酒仍然以进口精酿为主,进口精酿与国内精酿啤酒的占比大概为9:1。

众所周知,除本土精酿品牌外,大量进口精酿啤酒品牌已涌入中国市场。其中,全球啤酒巨头百威英博在中国精酿市场动作频频。早于今年3月,百威英博正式收购上海精酿啤酒品牌拳击猫;2月,为去年底引进国内市场的美国精酿啤酒品牌鹅岛开设同名精酿酒吧;且早在今年初,ZX Ventures收购比利时风味精酿啤酒酒吧开巴,收购之后很快进行了门店扩张。

布局高端

虽然国内啤酒市场复苏,但行业仍面临着多重复杂因素。国产啤酒老大青岛啤酒曾在公告中指出,消费者消费需求多元化和消费结构升级给知名企业带来了更多的机会,但受中高端餐饮消费不振、外资啤酒和进口啤酒市场冲击影响,行业产能过剩矛盾仍较突出。

数据显示,进口啤酒类高价产品销量最近五年复合增长率超过50%。今年1-9月,中国进口啤酒53.8931万千升,同比增长5.2%;金额为37.7923亿元,同比增长9.4%。9月,中国进口啤酒6.9362万千升,同比增长28.9%,金额为4.9738亿元,同比增长28.5%。

业内人士指出,近两年,百威英博、嘉士伯等国外酒企在中国市场重点押宝高端产品。随着消费意识的提升,消费者对进口酒的认识不断增加。且年轻人群

逐渐成为消费主力,为追求更好的口感体验,会对进口啤酒格外青睐。此外,以进口啤酒为代表的高端啤酒市场消费趋于大众化,进口啤酒价格呈现逐年下降趋势,这将对国产啤酒市场形成进一步挤压。中国进口啤酒市场体量逐渐增大,利润逐渐变薄,长久以来主要靠低价销售谋利的国产啤酒,想要在高端市场占领高地,实际上面临更加激烈的竞争。

“消费升级的环境下,国内啤酒市场出现新品类、新业态,均对传统国产啤酒的发展形成威胁。目前部分国产啤酒企业在产品运营方面手法还比较单一,难以跟上当下啤酒市场潮流化、年轻化、多元化的消费趋势。在激烈的市场竞争中,国产啤酒能否利用本土化优势实现有效增长,仍有待观察。”啤酒专家方刚说道。