

啤酒市场渐趋高端化,女性果味啤酒消费主力…… 夜经济助力 餐饮业复苏

夏季来临,随着夜经济和餐饮业复苏,啤酒开始迎来消费高峰。享用黄啤、黑啤、精酿啤酒等种类繁多的啤酒成为了人们夜生活不可缺少的一环。有数据显示,4月份啤酒相关企业注册量已超去年同期,二季度全国新注册啤酒相关企业达到3975家。而进入夏季后,啤酒产量同比增长更是带动啤酒企业业绩迎来爆发。

随着啤酒业加速行业整合与升级,啤酒品类也在发生改变。继华润啤酒、青岛啤酒和百威啤酒之后,6月底嘉士伯啤酒也完成了资产整合。高端啤酒市场成为整合后啤酒企业的重点发力方向。精酿、原浆桶啤、黑啤、白啤等的中高端啤酒产品逐渐成为企业业务主线,更精致的啤酒也丰富着人们的餐桌。

■策划:新快报记者 罗韵 ■统筹:新快报记者 罗韵 ■采写:新快报记者 郑栩彤 ■制图:廖木兴



啤酒消费强势反弹 5月啤酒产量同比增14.6%

随着国内疫情好转,4月起啤酒消费行业迎来强势反弹。据天眼查数据,由于疫情影响,今年一季度国内新注册啤酒相关企业1487家,同比下降超三成。但今年4月,国内新注册啤酒相关企业数量达到1460家,同比增加67家。啤酒消费也在回暖。据国家统计局数据,今年4月、5月国内规模以上啤酒企业的产量分别同比增长7.5%和14.6%。国开证券表示,国内疫情逐渐平稳后,家庭小聚恢复更快速,带动啤酒消费。“地摊经济”也有效增加消费场景,提升了消费者信心。此外,今年4月以来,国内多地高温天气较多,也使啤酒旺季销售特征显现。

据新快报记者统计,与啤酒消费同时回暖的,是其主要消费场景酒吧和烧烤行业。今年一季度,全国新注册酒吧2481家,同比下滑25%。1-2月份,烧烤相关企业注册量则为4448家,同比大降31%。但自3月起,烧烤相关企业注册量便开始回暖。4月,酒吧企业注册量

也开始反超去年同期。

夏季啤酒消费也显著提振了啤酒厂商的业绩。受疫情影响,今年一季度青岛啤酒、珠江啤酒、重庆啤酒和燕京啤酒净利润下滑33.48%、31.06%、60.2%和518%。但自4月起,啤酒销量便强势反弹。珠江啤酒接受投资者调研时表示,其4、5月份销量分别增长近10%和6%。4月份,青岛啤酒销量维持双位数增长,5月份增长态势良好。据悉,华润啤酒4、5月份整体经营状况也逐渐好于去年同期。而据珠江啤酒近日发布的半年报预告,今年上半年珠江啤酒预计盈利2.33亿元-2.75亿元,同比大增10%-30%。

相关股票价格也水涨船高。7月13日,青岛啤酒股价涨至80.85元/股的上市以来新高,珠江啤酒也以10.69元/股的股价创下年内最高。4月1日至7月13日,A股重庆啤酒、燕京啤酒和港股华润啤酒股价分别累计上涨62.1%、23.7%和35.1%。

夏日消暑佳品来一杯? 喝的也是情怀

炎炎夏日,来一杯当地品牌的啤酒成为夜间消费的一种情趣。而若到不同的地方旅行,喝喝当地品牌的啤酒也是一种不错的选择。即便近年来大啤酒厂开始资产整合,收购事件也时有发生,但不少啤酒品牌仍带有浓厚的当地特色,更承载着当地民众的集体回忆和情怀。

仅从名称上看,青岛啤酒发源于青岛,珠江啤酒地处广州,重庆啤酒和燕京啤酒则分别是重庆和北京的啤酒品牌。此外,黑龙江有哈尔滨啤酒,西藏有青稞啤酒,贵州和甘肃分别有茅台啤酒和黄河啤酒,宁夏有西夏啤酒。部分啤酒品牌还有着更浪漫的地域色彩,例如云南的风花雪月啤酒。将全国历史悠久的啤酒品牌搜集起来,便能形成一幅啤酒地图。

实际上,啤酒进入中国是在20世纪初。1900年,俄国人在哈尔滨建立了哈尔滨啤酒的前身乌卢布列夫斯基啤酒。1903年,英国人和德国人在青岛合营创办了英德啤酒公司,该啤酒厂即青岛啤酒厂的前身。随后,五星啤酒、五羊啤酒等老牌啤酒也分别在北京、广州等地出现了。1985年,我国开始实施“啤酒专项工程”,几十亿资金投入了啤酒产业。各大城市于是纷纷建立了自己的啤酒厂。当时,重庆有山城啤酒,广东有珠江啤酒和金威

啤酒,上海有力波啤酒,天津有长城啤酒,北京则有燕京啤酒和五星啤酒,“一城一啤”的格局出现。如今,部分啤酒产地仍保留着独特的啤酒饮用习惯,如青岛人喜欢购买刚刚生产出来的啤酒并用塑料袋装着带回家。

经过了上世纪70年代至90年代的市场扩容期,国内啤酒产量从1979年的50万吨增加至1995年的1546万吨。但自1995年起,啤酒行业迎来了市场整合期。据川财证券《啤酒行业系列深度研究报告》显示,青岛啤酒在1999至2001年收购了36家啤酒厂,其后,宿迁市啤酒厂、五星公司等啤酒厂商的大量股份也被青岛啤酒收购。1993年,华润啤酒与原沈阳啤酒厂合作,成立了沈阳华润雪花啤酒有限公司,随后收购的啤酒厂包括安徽圣泉啤酒、大连棒棰岛啤酒、四川蓝剑啤酒、安徽相王啤酒和西湖啤酒等。

在市场整合中,随着大量地方性啤酒厂被并入,有大量品牌消失。但少数行业巨头则浮出了水面。按2018年的消费量计算,华润啤酒、青岛啤酒、百威亚太、燕京啤酒和嘉士伯的市占率已超七成。川财证券研报认为,与美国及主要亚太成熟市场CR5(备注:规模最大的前5家企业的行业集中度)市占率在85%以上相比,国内啤酒巨头的市占率未来仍有持续提升的空间。

疫情缓解 夏日来临 啤酒强势回归

