

调查：国产啤酒业向何处去？

除主流啤酒品牌之外，越来越多的进口啤酒和精酿啤酒出现在了消费者尤其是年轻消费者的餐桌上，口味新奇、品种多样、渠道易得令它们迅速聚拢起一批粉丝，给相对稳定的国内啤酒市场格局带来挑战。

中国拥有世界上最大的啤酒消费市场，面对“搅局者”，我国啤酒业出现了哪些变化？未来将向何处去？记者近日对此进行了调研。

啤酒消费市场渐趋多元化

近日，记者走访北京市多家商超及餐饮场所看到，消费者对啤酒的选择随不同区域、不同渠道呈现出不同的特点。

在欧尚超市西红门店，记者看到琳琅满目的啤酒产品摆满了货架，黑啤、白啤、黄啤应有尽有，国产啤酒和进口啤酒基本各占半壁江山。销售人员告诉记者，消费者普遍倾向于购买价格更实惠的国产啤酒，进口啤酒销量相对一般。在华联超市五道口店，销售员国女士认为，国产啤酒的销量明显优于进口啤酒，而进口啤酒中科罗娜、瓦伦丁、福佳白啤等品牌比较受欢迎，购买者大多为20多岁的年轻人。她向记者透露，由于国内消费者对进口啤酒了解不多，特价、试喝等促销手段往往对消费者很有吸引力。

品种多样是进口啤酒的一大卖点。在位于北京三里屯的“渔娘”私房菜，进口啤酒品种多达二三十种。餐厅工作人员告诉记者，330毫升的瓶装进口啤酒售价在20至30元左右，500毫升的国产啤酒价格一般在8元左右。“卖得都挺好的，就看喝不喝得惯进口啤酒了。”在东城区东直门内大街一家面积不足20平方米的小店，记者看到，售卖的进口啤酒多达400多种，主要来自德国、英国、美国、比利时和法国等国家。工作人员告诉记者，由于品类丰富，这里吸引了很多

外国人、留学生前来聚会。

精酿啤酒也逐渐受到青睐。2013年，潘丁浩创立了自己的品牌“熊猫精酿”，目前已推出白酿啤酒30多种，并且根据季节变化调整啤酒的组合。他告诉记者，精酿的消费群体主要是白领、大学生、留学生、外国人等，他们一般对价格不太敏感，而是更在意啤酒的口感和品质。他坦言，虽然国内的高端精酿市场还处于萌芽状态，但他对这一市场前景非常看好。

韩国普莱特精酿啤酒有限公司首席运营官、韩国国家啤酒协会资政尹镇熹介绍说，美国举行的世界啤酒杯大赛将啤酒分为96个种类，但中日韩等亚洲国家，乃至全世界大多数啤酒公司生产的大部分啤酒只是其中的一种，也就是拉格啤酒，它具有口感清凉爽口的特点。对长时间喝这种啤酒的消费者来说，精酿啤酒的口感和味道是相当有冲击性魅力的。

进口啤酒加速增长占比仍低

数据显示，2011—2015年，我国啤酒进口量从6.41万吨增长到53.83万吨，进口额从0.91亿美元增长到5.75亿美元。5年间进口量增长8.4倍，进口额增长6.3倍。今年1至9月，进口啤酒总量达到51.29万千升，接近去年全年总量。

进口啤酒的迅猛增长，搅动了“一池春水”。业内人士指出，由于进口啤酒单品价值相对较高，目前已基本占据中高端啤酒市场。“进口啤酒逐步占据了我国啤酒行业金字塔的‘塔尖’。随着消费者的增多，进口啤酒的体量和品牌越来越多，已开始向‘塔腰’渗透。”食品饮料行业研究员朱丹蓬认为，这对国内啤酒企业是个不容忽视的挑战。

对此，中国酒业协会常务副秘书长何勇分析指出，进口啤酒之所以表现如此抢眼，很大的一个原因在于基数小所以增速快，

但进口啤酒的整体占比依旧不高，仅占百分之一多点。而且，进口啤酒主要抢占的是北上广深等高消费城市的尝鲜消费人群，并在大卖场和电商渠道表现突出，这些渠道比较容易吸引眼球，容易使人产生占有率很高的误解。相比其他成熟的啤酒市场，我国进口啤酒的比例还是很低的。

“啤酒具有两大属性，即有限创造性和极致新鲜化。”何勇表示，啤酒创新的前提是保证食品安全，而不能随意发挥。此外，啤酒品质的高低首先取决于产品的新鲜度，为了最大化保证啤酒的新鲜，啤酒厂商往往按照属地化销售的原则来经营。当前，我国啤酒产业的整体布局已经基本完成，但产品创新性仍有待进一步提升。“现在的啤酒消费正在从‘喝饱’向‘喝好’转变，多元化、个性化的消费需求，使得一些消费者对进口啤酒创造性的追求，胜过了对其新鲜度的要求。”何勇说。

进口啤酒的品质一定比国产啤酒好吗？何勇认为，啤酒进入中国虽然已有100多年，但还没有形成自己的消费文化，很容易被国外的啤酒文化输入和侵蚀。事实上，啤酒的生产工艺是世界通畅型的，中国啤酒业作为输入型行业，加工设备和装备水平甚至比很多发达国家都要先进。此外，我国的啤酒消费以社交分享型为主，产品因此也以淡爽型啤酒为主，浓醇型啤酒作为细分市场，应用相对较少，“但这并不代表中国啤酒企业生产不了，只是目前需求还没有想象中的大而已”。

海通证券食品行业分析师表示，2014年我国啤酒进口数量与金额增速分别达到顶峰后，2015年开始下滑，2016年上半年增速进一步放缓。进口啤酒均价不断下降，国产啤酒均价稳中有升，反映出国内消费者面对进口啤酒的理性程度不断提高，预计未来进口啤酒市场占有率

难以超过5%。

“高大强”将与“小而美”并存

作为一个高度国际化、市场化、集约化的行业，各大啤酒巨头往往通过并购中小啤酒厂等方式走规模化扩张的道路。据啤酒行业专家方刚介绍，目前，华润雪花、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒和嘉士伯五大啤酒集团占据了我国啤酒市场80%以上的份额，其余份额由珠江、金星等各地区区域性品牌占据，未来啤酒行业将呈现出“高大强”与“小而美”并存的格局。

何勇表示，中国啤酒的产销量连续14年位列世界第一，主要来自市场和资本的合力推动。上世纪80年代后期到90年代初，以及2000年前后，两轮外资的投入造就了中国啤酒的今天。

未来，进口啤酒通过资本运作方式快速切入的机会有多大？对此，朱丹蓬认为，当前中国啤酒市场“跑马圈地”“大鱼吃小鱼”的时代已经结束，可供并购的区域品牌已经不多，进口啤酒想通过这种方式快速进入中国市场的机会并不大。下一步的整合可能发生在“大鱼”与“大鱼”之间。今年，华润回购了华润雪花49%的股份，“从顶层设计出发，如何形成中国内资品牌的巨头和航母，这是必须做的”。朱丹蓬说。

抢抓消费升级分享新红利

自2014年以来，我国啤酒业连续两年出现负增长。中国酒业协会有关报告指出，现阶段，我国啤酒产品结构过于单一和啤酒总体消费需求趋于饱和仍是主因，也是内因，而啤酒消费市场的结构性变化是外因，例如进口啤酒的大幅增长、预调酒和亲民低端白酒对啤酒消费产生的跨界影响等。此外，消费者对酒类产品健康和理性消费意识的提升，也对规模化市场的产

品份额产生叠加效应。

青岛啤酒有关负责人认为，过去25个月的市场萎缩显示，中国啤酒行业正在告别高增长，由成长期走向成熟期，进入结构调整阶段。未来3至5年，波段上行将是中国啤酒业未来几年的基调。

朱丹蓬告诉记者，虽然啤酒行业的总体量在下降，但其单值却在上升，这是行业朝着中高端演进的一个标志。啤酒消费低龄化、高端化的新趋势将继续拉动行业总体量的扩大。对于国内啤酒企业而言，能否抓住这一契机，分享消费升级带来的红利，是一个很关键的问题。

方刚表示，目前啤酒行业出现的调整只是微调，从结构来看，中高端啤酒在增长，而低端消费在下滑，传统产品结构金字塔模型的基部开始萎缩，啤酒业的形态将从金字塔向橄榄形转变。

未来，具有品牌、品质、规模等优势的企业无疑将有更大的发展空间。面对市场的变化，近年来我国国产啤酒企业积极调整产品结构，加大中高端产品的布局。比如华润雪花的“脸谱”，青岛啤酒的“鸿运当头”“奥古特”“经典1903”“IPA”，燕京啤酒的原浆白啤，珠江啤酒的雪堡精酿系列等，已逐渐成为企业发展的新增长点。

以青啤为例，2015年，“奥古特”“经典1903”和纯生、听装、小瓶啤酒等高端产品同比增长4.82%；2016年前三季度，高附加值产品共计实现销量136万千升。在渠道创新方面，青岛啤酒除了在天猫、京东、1号店、1919等第三方网购平台之外，还搭建自有电商渠道，如微信端的“青岛啤酒微信商城”、自有APP青啤快购，多渠道满足消费者的网购需求。今年上半年，在全球经济不振及出口疲软的情况下，青岛啤酒海外市场销量实现逆势增长，同比增长16%。

(中经网)

■ 企业动态

贝因美今年前三季度净利润预亏四亿元

本报讯 日前，国内知名品牌奶粉企业贝因美婴童食品股份有限公司（简称“贝因美”）发布的一则业绩修正预告引起了业内的高度关注：今年前三季度净利润预计亏损3.9~4.2亿元。

据了解，成立于1992年11月的贝因美是一家高新技术企业，其主要产品包括婴幼儿配方奶粉、营养米粉、其他婴幼儿辅食和婴童用品。此前在2016年半年报中，贝因美曾预计今年前

三季度亏损2.9~3.2亿元。贝因美2015年前三季度亏损21590.88万元，亏损额呈现出日趋扩大的态势。

贝因美称，因公司销量下降、相应收入及毛利也随之下降，故出现较大幅度亏损。贝因美同时认为，报告期内公司营业收入虽季度环比略有增长但仍远低于预期，同时终端竞争激烈，营销费用投入依然较大，故归属于上市公司股东的累计净利润进一步亏损。

■ 行业信息

国产婴幼儿乳粉行业集中度将提至70%

近日，在2016中国食品发展大会上，工信部和信息化部消费品司司长高延敏表示，今年工业部继续推动婴幼儿配方乳粉企业重组，婴幼儿配方乳粉前10家国产品牌的行业集中度预计将从去年的65%提高到70%。

高延敏介绍，目前我国乳制品行业正从规模速度型向质量效益型转变，总体呈现较好的发展格局。今年前三季度，乳制品产量约

为2200亿元，同比增长约6%；利润190亿元，同比增长约20%。此外，《食品工业企业诚信管理体系》等3项食品相关国家标准报批稿已完成，近期将发布实施。追溯体系上，目前实施“一盒一罐一码”，已纳入6家企业共计4亿多条信息。消费者只需扫描奶粉罐底二维码就可获得产品生产信息。

另据国家食品药品监管总局食品监管一司司长张靖

透露，该局从2013年开始规定乳企必须具有自建自控奶源基地，对原辅料进行查验。目前我国乳制品监督抽检合格率在各类食品中最

(新华网)