

# 中高端量价齐升 啤酒业强者更强

酷暑季节,啤酒进入了消费旺季,行业呈现销量增速高于行业均价增速的特点。数据显示,6月份啤酒销售量同比增长16.24%,销售均价同比提升9.74%。业内人士认为,销量增长成为推动销售额提升的主要原因。

川财证券食品饮料行业首席分析师欧阳宇剑介绍,细分来看,青岛啤酒、哈尔滨啤酒销售额分别为3798.97万元、1585.65万元,分别同比增长95.22%、20.04%。在销售均价方面,主要企业同比均实现增长。在市场集中度方面,青岛啤酒线上市场占有率从2018年6月份的11.2%提升至2019年6月份的17.1%;除青岛、燕京、哈



尔滨、重庆四大啤酒品牌外,其他品牌的市场份额进一步压缩,从2018年6月份的79.09%下滑至74.34%。由此看来,啤

酒行业集中度进一步提升。中高端啤酒价格凸显。“今年以来,啤酒平均销售价格呈现持续提升趋势,主要源

于中高端产品占比提升,拉动了整体销售价格上涨。由于消费升级、产品结构调整以及年轻人消费习惯越来越个性化,在某种程度上影响了传统啤酒品类的消费,中高端啤酒呈现出明显高于行业平均增长的态势。”北京理工大学管理与经济学院副教授张永冀表示。

今年二季度,继4月份啤酒产量同比下滑5.6%后,5月份行业下滑趋向平缓。数据显示,5月份啤酒行业产量同比下滑幅度收窄至3.3%。“究其原因,今年初夏气温并未像往年一般炎热,气温偏低影响了前两个月的啤酒销售;同时,当前部分酒企仍在消化一季度的库存。”欧

阳宇剑说。

从中长期看,受益于产品结构升级、产能及成本费用优化,啤酒行业情况有望持续改善。欧阳宇剑表示,青岛啤酒5月份销量情况好于去年同期,6月份销量已恢复正增长,其中经典、1903等中高档酒保持了较高增速。期间,电商举办促销活动,行业龙头青岛啤酒销售额同比增长338%,成交额比去年年底电商活动时增长了4.2倍。同时,青岛啤酒旗舰店销售额也同比增长了75%。在行业集中度不断增强的情况下,青岛啤酒等龙头企业在旺季销量稳定增长,结构和渠道均逐步优化。

(中国经济网)

## ■ 资讯平台

### 天津口岸上半年进口饮料超四万吨

本报讯 张道正 进入盛夏,饮料销售也进入旺季。近日从天津海关获悉,今年上半年,天津口岸进口饮料4000多批次,重量4.10万吨,货值4.39亿人民币,货值同比增长3.29%。

天津口岸进口饮料种类比较全面,包括果蔬汁饮料,碳酸饮料,咖啡饮料,蛋白粉、果蔬粉等固体饮料,冰棍、雪糕、冰激凌等冷冻饮品等等。上半年,共有来自60个国家和地区的进口饮料从天津口岸进入国内市场。按照货值计算,天津口岸进口饮料最多的五个国家分别是巴西、美国、韩国、泰国和法国。

天津海关严格把关保障进口饮料安全,进口时严格执行国家监督抽检要求,对抽中查验送检进口饮料采取标签检验、现场查验和实验室检测等方式,查看配料有无我国禁止添加的成分,检测微生物、重金属等项目是否合格,确保进口饮料符合我国标准。

天津海关上半年检出不合格饮料74批次。不合格原因大部分是未加贴中文标签或中文标签标注内容不合格,这些进口饮料经整改后准予入境销售。也有部分产品因为违规或超量使用食品添加剂、添加非食用化学物质以及微生物检测超标,依法被予以退运或销毁处理。

进口饮料如今已经走入寻常百姓家,消费者可以在各大超市购买到进口饮料。天津海关也提醒消费者,购买时注意查看中文标签,并非由印满外文的包装材料包装的饮料就是合格进口饮料。按照我国要求,进口饮料销售时必须加贴合格的中文标签,标注产品名称、配料、原产国、生产日期、保质期、经销商名称和联系电话等内容;对于未加中文标签的进口饮料,我国禁止其上市销售。

## 澳大利亚葡萄酒对我国市场出口额持续走高

截至今年6月底的12个月中,澳大利亚葡萄酒的出口总额增长了4%至28.6亿美元。其中,对中国市场的出口额持续增长7%,创下12亿澳元新高。

与此同时,澳大利亚葡萄酒的总出口量减少了6%,至8.01亿升(相当于8,900万桶9升装);这主要是受到价格区间低于2.50澳元/升(离岸价)的葡萄酒出口量降低的影响,降幅达到了7%。这也导致了澳大利亚葡萄酒的出口平均价格上升了10%至3.58澳元/升,这是自2009年以来的最高值。

澳大利亚葡萄酒管理局首席执行官 Andreas Clark 先

生表示,澳大利亚葡萄酒出口额的增长和低价位葡萄酒出口量的下降对一直致力于增长价值而非提高数量的葡萄酒行业来说是一个好消息。

澳大利亚葡萄酒在中国表现非常良好。回顾2019年的前5个月,澳大利亚在进口额上成为中国大陆排名第一的葡萄酒进口来源国。同时,在全球葡萄酒进口市场总量下挫22%的情况下,澳大利亚葡萄酒在中国大陆的表现依然强势,其市场份额相比于2015年增长了13%,达到了进口总量的24%。澳大利亚巩固了其作为中国市场优质葡萄酒主要供应商的显赫地位。

Clark先生说,澳大利亚葡萄酒对中国市场的出口额(包括香港和澳门)刷新了财年记录。截至2019年6月底的这一财年,出口总额增长了7%至12亿澳元。而出口总量则降低了16%至1.54亿升(相当于1,700万桶9升装)。这主要是受到价格区间低于2.50澳元/升(离岸价)的葡萄酒出口量较低的影响。

“澳大利亚葡萄酒平均价值的强势增长对于葡萄酒行业和更宽泛的经济来说是一个令人振奋的好消息,因为它不仅提升了葡萄酒的商业投资回报率,而且通过更高的葡萄价格刺

激了区域经济。在我们上周公布的2019年澳大利亚酿酒葡萄收获报告中显示,葡萄的均价连续第五年增长至664澳元/吨,这是自2009年以来的最高值。”Clark先生说。

Clark先生最后指出,澳大利亚葡萄酒的供应在中期来看将保持紧绌。根据上周公布的澳大利亚酿酒葡萄收获报告显示,2019年共压榨酿酒葡萄约173万吨,仅低于10年平均水平的1%。这意味着澳大利亚葡萄酒的供应,尤其是主导澳大利亚葡萄酒出口表现的红葡萄酒的供应将继续保持稳定。(中国新闻网)

## 冷饮火热 本土茶饮品牌崛起

随着高温的来临,长沙人雪糕、奶茶等冷饮消费日益火爆。近日,饿了么发布数据,6月1日以来,长沙冷饮外卖订单同比增长46%。雪糕国货品牌占主导地位,长沙本土茶饮品牌迅速崛起。长沙理工大学成为6月以来长沙冷饮订单量最高区域。

**雪糕:网红双蛋黄雪糕订超8倍**

饿了么数据显示,夏季以来,长沙人点外卖最爱的雪糕品牌前五分别是伊利、蒙牛、奥雪、美怡乐和和路雪,可见国产品牌在今夏更受到长沙人喜爱。

尤其是制造了诸多网红雪糕的东北雪糕品牌奥雪,凭借珍珠奶茶和双蛋黄

进入长沙市场,订单排名从去年的第11晋升到第3,外卖订单量较去年同期增长超8倍。除了奥雪,红宝石和礼拜天等东北品牌今夏的外卖订单量同比增幅也均在5倍以上。同时,和路雪、雀巢和梦龙等国外雪糕品牌单量也均以50%以上增速增长。

饿了么数据显示,长沙人最喜爱的雪糕单品前五分别为伊利四个圈、伊利巧乐滋、蒙牛绿色心情、伊利苦咖啡和美怡乐广蛋,可见长沙人相当怀念童年经典。从偏好来看,长沙人最偏爱的是美怡乐,该品牌在长沙雪糕中的订单份额是全国其他城市的24倍,可见这个品牌长沙人“情有独钟”。



**茶饮:长沙本土品牌持续增长**

饿了么数据显示,夏季以来,长沙人外卖最爱的茶饮品牌前三分别是书亦、一点点和COCO。在外卖茶饮单量前十榜单中,一般品牌来自内陆地区,包括来自湖南的果呀呀、知乎茶也和几个果子,来自成都的书亦和武汉的益禾堂。其余上榜

品牌包括上海的厝内小眷村和快乐柠檬、台湾的一点点和COCO、福州的澜记老香港茶点。其中上榜的本地品牌主打的都是新式茶饮。

长沙本土茶饮品牌迅速崛起。VeVe奶茶、果呀呀、知乎茶也等外卖订单量同比增幅也均在50%以上。几个果子订单排名从去年的第17晋升到第9,外卖订单量较去年同期翻番。

饿了么数据显示,夏季以来,长沙人外卖最爱的饮品品牌前五分别是百事、雪碧、可口可乐、统一和康师傅,市场格局较去年基本稳定。随着国潮复兴趋势的来临,今夏以来,冰峰和李子园等国货饮品均有增长。

(《长沙晚报》)