

啤酒行业高端化发展趋势进一步凸显

□ 孟刚

啤酒行业力推中高端产品

目前,我国啤酒行业已被华润啤酒、青岛啤酒、百威亚太、燕京啤酒、重庆啤酒五大巨头牢牢占据。从不久前五大啤酒巨头公布的2021年年报中可以发现,除了创新、转型、协调发展之外,五大啤酒企业都实现了从规模向结构的转变,消费结构不断升级,其中,高端化是头部酒企不约而同坚持的方向。

随着夏季啤酒消费高峰到来,啤酒企业特别是五大巨头也在力推自家的中高端产品。此外,自2021年以来,百威、青岛、华润雪花等多家头部啤酒企业推出售价千元左右的超高端啤酒,释放出品牌高端化信号。

对于企业力推中高端产品,中国酒业智库专家蔡学飞认为,中国啤酒产业的高端化是啤酒企业发展的必然过程。在无法做大市场规模的情况下,必然要做“高”产品结构。

数据显示,我国啤酒产量呈逐年下降趋势,与2013年5061.5万千升的峰值相比,2021年我国啤酒产量减少了近1500万千升。与此同时,中国酒业协会啤酒分会数据显示,国内人均啤酒消费量于2013年达到最高值37.2升后,其逐年递减趋势明显。另据国家统计局数据,从2013年起,啤酒行业中经济型啤酒(单价5元以下)的销量占比持续下降至71.2%,中高档啤酒(5元

气温不断攀高,啤酒消费进入旺季,啤酒市场逐渐呈现出高端化特点,精酿啤酒、无醇啤酒等个性化消费产品高速增长。采访发现,目前啤酒行业高端化发展趋势凸显,市场上中高端产品铺货较多,啤酒行业高端化正进一步加速。

以上)近几年均维持10%左右的增长。目前,中高端啤酒市场还没有形成有显著优势的国产啤酒品牌,仍处于品牌混战之中。

竞争手段单一 价格战频繁

啤酒产品向高端化发展的同时,价格也在节节攀升。近日走访发现,市场上啤酒新品单价主要在5元以上,10元一听的价格也很普遍,经济型啤酒在线下超市货架上已被边缘化。

日前,在京客隆超市北京定福庄店内,发现各种啤酒已经成为超市的重点促销产品。促销啤酒多数为听装,店内啤酒主货架上也均为听装产品,种类则越发丰富,有黑啤、白啤、果啤、纯生等。在价格方面,啤酒货架上的产品多数超过5元/听,各品牌普遍推出了优惠活动。

在电商平台搜索发现,啤酒企业在线上推广的活动力度更大,中高端啤酒价格多在5—20元/瓶(听)。

对于中高端产品的打折促销行为,蔡学飞认为,啤酒在消费高峰期打折促销是常规操作。通常来讲,打折的产品多数是企业的主力产品,而一些形象产品包括明

星产品,实际上折扣还是比较低的。对于一些消费者忠诚度比较高的品牌,打折短期内会带来销量的提升,但是长期来看会损害品牌形象。目前来看,国产啤酒品牌意识还不够强,导致品牌跟品牌、产品跟产品之间的替代性较强。

高端产品鲜见 产品差异化不足

近日发布的《中国啤酒市场现状报告》指出,预计到2023年,中国高端及超高端啤酒消费量将突破100亿升,市场规模将达627亿美元。

蔡学飞认为,国内啤酒品质虽然在升级,但是由于国内啤酒工业体系尚待完善,消费者的品质教育又存在滞后性,国内的啤酒高端与次高端品牌长期被国外品牌垄断,国产啤酒尚未建立相应的优势,导致消费者存在认知混乱,如消费者对品牌与品类的价值认知度并不够,感知度也很有限,很多消费者只能通过价格来判断一个产品价值的高低,这也是啤酒厂商热衷于推出高价啤酒的原因,试图通过高价来建立自己的高价值形象和高品牌形象。目前来看,国内啤酒高端化尚处于

初级阶段。

酒类营销专家肖竹青表示,我国尚未制定高端啤酒的界定标准,目前高端啤酒的分类标准,应该是根据业内消费共识与结构占比等指标进行分析而得出的。

数据显示,我国高端啤酒市场大部分被百威亚太这一外来品牌所占据。从吨酒价格来看,2020年百威亚太以4495元/千升的价格位居榜首。

在专家看来,国内啤酒品牌的高端化发展还需要注重产品品质。蔡学飞指出,国内啤酒品牌如果想迎合新生代消费者,就必须抛弃工业淡啤的量化生产体系,走差异化道路,重塑品牌高端价值。而频繁促销会伤害品牌形象,不利于中高端产品的推广与销售。中高端产品的竞争更多的是在品牌文化、品质概念、消费者公关这三个层面。

“面对新一代消费者,目前啤酒企业打造高端产品,做品牌效应这个节点是合适的,企业特别要注重在新生代人群中打造影响力,而且要更多地关注产品品质。”中国食品产业分析师朱丹蓬如是表示。

中国酒业协会啤酒分会秘书长元月公开指出,产业高端化及产品崛起是啤酒行业高质量发展的重要体现之一。高端产品需要具备高品质、极致化的产品特性,并满足部分个性化需求等条件。不仅如此,啤酒行业高端化发展是一个长期过程,而不是一个短暂的行业目标,未来仍有很长的路要走。

贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—

中康一品

中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

广告