Damm在开设首家非洲工厂后瞄准2030年营收40亿欧元

这家西班牙啤酒商报告营收为20.1亿欧元，国际业务已占其整体业务的30%。

2026年6月29日星期一



Damm在2025年以20.1亿欧元营收收官，并表示公司正进入新的增长阶段，目标是在2030年前将这一数字翻倍。与此同时，这家西班牙啤酒和饮料集团正在扩大其在英国的生产，并开设其在非洲的首个制造基地。

本周在巴塞罗那举行的年度股东大会上，公司公布EBITDA为3.2亿欧元，净利润为1.55亿欧元。Damm表示，其品牌目前销往130多个国家，自有品牌出口覆盖88个市场。

据公司称，2025年国际业务继续增长，目前占Damm整体业务的30%。这一扩张包括在塞内加尔达喀尔启用一座新的软饮料生产设施，以及在英国从Greene King收购Old Speckled Hen艾尔啤酒品牌。

Damm执行董事长Demetrio Carceller Arce表示，公司的国际战略重点是更贴近其经营所在市场，增

加本地生产，并更快响应客户和消费者需求。他说，新的非洲业务以及Damm在英国业务的加强，支持一种更本地化、也更能适应各个市场的模式。

Damm近年来已在贝德福德的The Damm Eagle Brewery投资超过8000万欧元，约合7000万英镑，以提升产能、增加生产线，并扩大其无酒精饮料和软饮料方面的能力。公司表示，在塞内加尔，达喀尔工厂将为该国客户以及周边西非市场供货，同时支持进一步的区域增长。

Damm去年还通过与雀巢达成协议，在西班牙扩大了产品组合，新增Nestea。该协议赋予Damm在西班牙、安道尔、直布罗陀和葡萄牙生产、营销和分销这一冰茶品牌的权利。公司表示，这项协议强化了其在非碳酸软饮料领域的地位。公司已将产品线扩展至Nestea Red Fruits & Açaí和Sugar-Free Passion Fruit Green Tea等产品。

在迎来150周年之际，Damm表示，其到2030年的计划包括强化品牌、拓展新的食品和饮料机会，以及提升国际影响力。

Damm UK总经理Luke White表示，该集团也在为不断变化的饮酒习惯做准备。他说，随着全球消费者饮酒量下降，Damm的无酒精和低酒精啤酒以及软饮料组合使其在该细分市场中具备良好的增长条件。

White表示，随着世界拉格类别在全球持续扩张，Estrella Damm在Damm经营的大多数国家都拥有强劲存在感。他补充说，随着水果啤酒获得更多关注，Damm Lemon也正越来越多地进入国际市场。

White称，在英国，截至2026年目前为止，按场外销售额计算，Estrella Damm在世界拉格品牌中排名第10。他还表示，其同比销量增长强于前10大品牌中的大多数。在场内销售渠道，他说Estrella Damm是增长最快的拉格品牌之一，销量增长30%，销售额增长39%。

公司扩大产能并拓展覆盖范围的举措，其影响可能不止于自身资产负债表。Estrella Damm及其他品牌更大的国际布局，可能会影响欧洲各地的分销规划和竞争格局，尤其是在世界拉格以及无酒精和低酒精品类中，因为各家啤酒商都在努力匹配不断变化的需求。