2025年捷克啤酒消费量降至历史最低水平

捷克人均啤酒消费量降至121升，较2007年低近25%，反映健康意识增强和代际变化。

2026年10月8日星期四



2025年，捷克啤酒消费量降至有记录以来的最低水平，人均消费121升。饮酒习惯的变化、健康意识的增强以及代际更替，持续重塑着这个欧洲最具传统的啤酒市场之一。

捷克酿酒行业代表公布的数据以及Novinky.cz援引的Eurostat最新数据均显示，捷克啤酒消费量目前比2007年低近25%；当年人均年消费量接近159升。2010年前后，人均消费量跌破150升，此后在疫情前徘徊于140升左右，并在新冠疫情期间进一步明显下滑。2022年虽短暂回升，但未能持续。

尽管消费量有所下降，捷克仍是欧洲市场中的一个特例。当地啤酒人均年消费量仍接近欧盟平均水平67升的两倍。

产量也反映出这一变化，但捷克仍是重要的酿酒中心。据该国酿酒商协会数据，捷克啤酒厂2025年生

产了近20亿升啤酒，占欧盟总产量的5.8%。去年欧盟各成员国啤酒厂共生产344亿升啤酒，低于前一年。德国仍是欧盟最大的啤酒生产国，产量远超其他国家，其后为西班牙和波兰。

行业人士表示，消费下滑反映的是消费者行为的整体转变，而非需求突然崩塌。捷克酿酒商与麦芽制造商协会执行董事Tomas Slunecko向Novinky表示，人们总体上饮酒减少，更注重保持活跃，也更加关注健康生活方式。他还指出，这一变化具有代际特征：年轻消费者寻求更多选择，越来越倾向于风味啤酒、无酒精啤酒或精酿啤酒，而非传统拉格啤酒。

这一趋势表明，啤酒市场各细分领域受到消费下滑的影响并不相同。国有啤酒厂Budejovicky Budvar首席执行官Petr Dvorak表示，消费者往往喝得更少，但会选择品质更好的啤酒。他说，较高价位的产品受到的冲击较小，这与欧洲其他地区的趋势一致。

这些数据在捷克尤其引人关注，因为啤酒与该国的身份认同和经济紧密相连。捷克的酿酒历史逾1,000年，最早关于啤酒生产的文字记载可追溯至1088年。1842年，该国也在全球酿酒史上留下重要一笔：酿酒师Josef Groll在Plzen酿出了第一批淡色皮尔森风格拉格啤酒，这种风格后来传播至世界各地。自2008年起，“Czech Beer”在欧盟获得受保护地理标志地位。

不过，传统并未使市场免受长期社会和经济变化的影响。疫情扰乱了酒吧和餐馆的销售，也似乎加速了原有趋势。与此同时，酿酒商还面临能源、原材料、包装和配送等运营成本上涨的压力。Novinky的报道主要聚焦需求，但在消费走弱之际，许多生产商也在努力应对成本压力，并在一个对价格更敏感的市场中守住利润率。

对于整个饮料行业而言，捷克的数据或将受到密切关注，因为该国长期以来被视为全球最强劲的啤酒市场之一。一个成熟且啤酒消费根基深厚的市场若持续下滑，可能意味着生产商和经销商需要调整产品组合、销售渠道和产能规划，以适应一个更受节制消费而非销量增长主导的未来。这可能推动企业进一步投资高端啤酒、低酒精和无酒精产品，以及其他符合消费者偏好变化的品类。

这一转变也引发了关于啤酒消费场所及其对销售影响的问题。尽管来源报道指出，消费者正从传统酒馆饮酒转向居家饮酒，但对生产商而言，更广泛的影响在于，消费场所变化可能改变包装需求、定价能力和产品选择。酒吧和餐馆等餐饮渠道的销售，通常与面向居家消费的零售销售在利润率和品牌定位上有所不同。

可以确定的是，捷克消费者并未彻底放弃啤酒。该国人均啤酒消费量仍远高于欧洲平均水平，啤酒也仍是其饮食文化、旅游形象和工业遗产的核心组成部分。但最新数据表明，即便是在一个拥有数百年酿酒传统的市场，消费模式也正变得更加克制、更加多元。

这可能继续推动酿酒商加快调整。过去高度依赖标准拉格啤酒稳定需求的企业，或许需要适应这样一个市场：总销量下降，年轻消费者更加追求新鲜体验，而增长动力可能不再来自人们喝多少，而在于他们选择喝什么。