vinetur

# 重庆啤酒2026年前九个月高端啤酒收入下降4.5%

在市场走弱之际，高利润率业务表现下滑，再度引发对啤酒企业依赖产品高端化的质疑

2026年11月16日星期一



重庆啤酒股份有限公司在中国的高端啤酒业务2026年前九个月收入下降。在消费者需求愈发波动的背景下，这一市场板块一直帮助啤酒企业支撑销售，此次下滑为该业务带来挫折。

据《华夏时报》报道、并由新浪财经于11月14日转载的数据，1月至9月，高端啤酒产品收入同比下降4.5%，至73.68亿元人民币（CNY7.368 billion）。公司将消费者价格在8元及以上的产品归为高端啤酒。

根据报道中的收入和同比降幅计算，该高端业务板块的收入比2025年同期减少约3.47亿元。按四舍五入后的数据计算，可比基数约为77.15亿元。这里的降幅指收入下降，并不一定意味着该板块啤酒销量减少。

这一差别很重要，因为公司尚未公布经过核实的明细，无法说明收入变化中有多少来自价格、销量或高端产品组合的调整。缺少这些细节，就无法依据现有数据独立确认高端收入下滑的确切原因。

高价位啤酒表现较弱值得关注，因为高端产品通常利润率更高，也是啤酒企业应对整体消费承压的重要支撑。即便总出货量仍然可观，该板块下滑也可能限制公司维持整体收入稳定的能力。

据国内财经报道援引、并经《每日经济新闻》11月12日报道核对的数据，丹麦啤酒商嘉士伯控股的中国上市运营平台重庆啤酒，1月至9月啤酒销量为2532.9万百升。公司总部位于重庆市，是中国主要啤酒生产商之一。

高端啤酒收入数据来自对公司此前已公布业绩的报道，并非11月14日发布的新统计数据。《华夏时报》在分析公司近期业绩和管理层变动时引用了这组数据。相关报道未提供按品牌、地区或渠道划分的高端品类详细数据。

嘉士伯自身的经营规模有助于说明其中国业务的重要性，但相关数字并不能直接比较。这家总部位于哥本哈根的集团报告称，2026年第三季度合并收入为252.81亿丹麦克朗。该数字涵盖啤酒以外的饮料，反映的是全球母公司的业务；重庆啤酒公布的高端收入则仅涉及中国市场特定产品档次，统计期为1月至9月。

尽管如此，重庆啤酒高端啤酒收入下滑仍然引人关注，因为高端品类一直是中国许多啤酒企业战略的核心。多年来，行业依靠产品高端化推动增长，即销售价格更高的产品，而非只追求销量增长。在人口趋势、市场竞争和消费者习惯变化令销量快速增长更难实现的市场环境下，这一策略帮助大型啤酒集团提升收入和盈利能力。

最新数据表明，这一策略正面临更大压力。如果消费者转而购买更便宜的产品、降低购买频率，或将支出转向其他品类，即使企业维持广泛的分销网络和强大的品牌组合，高端啤酒收入也可能走弱。现有披露未显示上述哪些因素对重庆啤酒前九个月的业绩影响最大。

按定义，公司的高端品类覆盖范围也较广。售价8元及以上的产品包括多个品牌和规格，既有入门级高端产品，也有价格更高的品牌。因此，即使该品类整体规模仍然可观，品类内部销售产品组合的变化也会影响收入。

截至9月，重庆啤酒高端啤酒业务收入仍达73.68亿元，规模可观。但4.5%的降幅表明，公司价格最高的产品板块未能延续增长，收入低于上年同期。对投资者和分析师而言，这一表现可能格外值得关注，因为市场原本预期高端业务将发挥关键作用，支撑收入质量。

公司的总出货量表明，重庆啤酒在这一时期仍是中国的大型啤酒生产商。但高端啤酒收入下滑也说明，规模本身并未使业务免受高价位产品增长动能减弱的影响。在公司进一步披露高端品类内部定价、销量和产品组合的详细情况之前，业绩下滑的确切原因仍不明朗。