vinetur

La empresa cervecera más grande de China crece ocho veces más que el mercado cervecero chino

La mejora del mix eleva un 2,2% la facturación con un precio medio un 0,5% mayor

jueves 20 de agosto de 2026



China Resources Beer, la empresa cervecera más grande de China, comunicó este miércoles, 19 de agosto, que vendió alrededor de 6,6 millones de kilolitros en el primer semestre, un 1,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El avance llega en un mercado chino casi plano, ya que la producción de las cerveceras del país de cierto tamaño subió solo un 0,2% entre enero y junio, de acuerdo con los datos oficiales citados por la prensa económica china.

La comparación sitúa al grupo por encima de la media del sector en volumen. Si se toman esas dos tasas como referencia, el ritmo de aumento de China Resources Beer fue más de ocho veces superior al de la producción agregada del mercado. Esa diferencia apunta a una mejora relativa de la empresa dentro de su mercado doméstico, aunque los datos disponibles no permiten medir con exactitud cuánto ganó en cuota.

En ingresos, el negocio exclusivamente cervecero pasó de 23.161 millones de yuanes a 23.670 millones en el semestre. Eso supone un alza del 2,2% y un incremento absoluto de 509 millones de yuanes. La facturación avanzó, por tanto, algo más que el volumen, una señal de que la empresa no solo vendió más cerveza, sino que también mejoró la composición de sus ventas.

Ese cambio se aprecia en el precio medio de venta, que subió un 0,5%. El aumento es moderado, pero encaja con el mayor peso de referencias de más valor añadido dentro del catálogo. En un negocio de gran escala, variaciones pequeñas en precio pueden tener efecto en la cuenta de ingresos cuando van acompañadas de un volumen estable o al alza.

La propia compañía atribuye parte de esa mejora a la evolución de sus gamas medias-altas y altas. Los productos de nivel subpremium y superiores crecieron alrededor del 15% en el semestre. Dentro de ese bloque, los premium y superiores aumentaron más del 10% y ya suponen más del 26% del volumen total vendido.

Ese dato es relevante porque muestra un cambio en la mezcla comercial. Si los segmentos de mayor precio ganan peso dentro del total, la empresa puede elevar ingresos aunque el volumen total avance poco. Es un movimiento habitual en mercados maduros, donde la mejora del valor por litro pasa a ser tan importante como la

expansión física de las ventas.

La evolución de China Resources Beer contrasta con la marcha general del sector chino en la primera mitad del año. Con una producción nacional apenas un 0,2% por encima del mismo periodo anterior, el margen para crecer por simple empuje del mercado fue limitado. En ese escenario, una subida del 1,7% en volumen sugiere un comportamiento mejor que el promedio del sector.

Aun así, hay matices en la lectura de las cifras. El volumen semestral de 6,6 millones de kilolitros está redondeado, por lo que no puede calcularse con precisión el aumento absoluto en kilolitros respecto al ejercicio previo. Además, la empresa presentó resultados no auditados, de modo que la referencia sirve para seguir la tendencia del semestre, no como cifra final revisada.