vinetur

China vende cerveza en envases de hasta 10 litros para recortar el gasto por litro

El auge de los grandes formatos responde a un mercado en retroceso y a más consumo en casa

lunes 24 de agosto de 2026



La cerveza se está vendiendo en China en formatos mucho más grandes de lo habitual, con envases que ya llegan a 10 litros en comercios de Pekín. Una revisión de establecimientos realizada el pasado 20 de agosto encontró presentaciones de 1, 2, 3,

5, 7, 8,88 y 10 litros, una oferta que apunta a una búsqueda de ahorro por litro en un mercado que lleva años reduciendo su volumen de producción y que depende más del consumo en casa, de las reuniones y de la compra inmediata.

La presencia de estos tamaños no se limita a tiendas especializadas. En la revisión también aparecieron botellas o latas de un litro en 7-Eleven, con precios de entre 10,99 y 22,90 yuanes. El abanico de formatos sugiere que las marcas y los distribuidores están probando fórmulas para ajustar el gasto del consumidor sin bajar tanto el precio de entrada, algo que suele lograrse al repartir mejor el gasto de envase, transporte y manipulación entre más litros.

Ese factor es uno de los argumentos que manejan los proveedores del sector. Un fabricante de envases afirma que el coste del embalaje de hojalata ha bajado más de 30% desde que los pedidos alcanzaron escalas de millones de unidades. Esa referencia procede de la experiencia de un proveedor concreto y no va acompañada de un periodo temporal preciso, pero ayuda a entender por qué los grandes formatos pueden resultar más atractivos para fabricantes y cadenas de distribución.

La lógica económica es simple: cuanto mayor es el envase, menor suele ser el peso del recipiente por cada litro vendido. Eso permite ajustar márgenes en un momento en el que parte del consumo se desplaza fuera del bar y se traslada al hogar o a reuniones pequeñas, donde un envase de gran tamaño puede sustituir varias unidades individuales. También encaja con compras de reposición rápida, sobre todo en tiendas de conveniencia.

El movimiento se produce en un mercado que no pasa por su mejor etapa en volumen. China produjo 35,36 millones de kilolitros de cerveza en 2025, un 1,1% menos que el año anterior. Si se compara esa cifra con el máximo registrado en 2013, la caída acumulada es del 30,1%. Esa variación sitúa aquel techo cerca de 50,59 millones de kilolitros y deja una pérdida aproximada de 15,23 millones de kilolitros en poco más de una década.

Ese retroceso ayuda a explicar la aparición de presentaciones menos habituales. Cuando un mercado vende menos litros, el ajuste no siempre pasa por una bajada lineal de precios. Otra vía consiste en modificar el formato para ofrecer una percepción

de mejor relación entre cantidad y gasto, algo que puede atraer tanto a hogares como a grupos de consumidores que comparten una compra.

Aun así, la revisión hecha en Pekín tiene límites claros. No mide ventas, cuota de mercado ni implantación nacional de estos tamaños, por lo que no permite saber qué peso real tienen en el conjunto del país ni si se trata de una práctica extendida o concentrada en determinados barrios y cadenas. Tampoco aclara qué formatos son los más vendidos ni si el envase de 10 litros responde a una prueba comercial o a una categoría ya asentada.

Lo que sí muestra esa fotografía del mercado es que el surtido se está abriendo a tamaños poco comunes en la cerveza de gran consumo. La aparición de envases de 7, 8,88 o 10 litros refleja un ajuste comercial muy concreto: vender más volumen por unidad, rebajar el gasto relativo del envase y adaptarse a una demanda que ya no se concentra tanto en los canales tradicionales como en años anteriores.