vinetur

# Chongqing Brewery : le chiffre d’affaires des bières haut de gamme recule de 4,5 % sur les neuf premiers mois de 2026

Le recul d’un segment à plus forte marge relance les doutes sur la dépendance des brasseurs à la montée en gamme dans un marché moins porteur

lundi 16 novembre 2026



L’activité de bières haut de gamme de Chongqing Brewery Co. Ltd. en Chine a enregistré un recul de son chiffre d’affaires sur les neuf premiers mois de 2026. Un revers dans un segment du marché qui a aidé les brasseurs à préserver leurs ventes alors que la demande des consommateurs est devenue plus irrégulière.

Le chiffre d’affaires des produits de bière haut de gamme a baissé de 4,5 % sur un an, à 7,368 milliards de yuans, soit 7,368 milliards CNY, entre janvier et septembre, selon des données publiées par Huaxia Times et reprises par Sina Finance le 14 novembre. La classification des produits de l’entreprise définit les bières haut de gamme comme celles dont le prix payé par le consommateur est d’au moins huit yuans.

Sur la base du chiffre d’affaires publié et du taux de baisse sur un an, le segment haut de gamme a généré environ 347 millions CNY de moins que sur la même période en 2025. En utilisant les chiffres arrondis, la base de comparaison était d’environ 7,715 milliards CNY. Cette baisse concerne le chiffre d’affaires, et pas nécessairement le volume de bière vendu dans ce segment.

Cette distinction est importante, car l’entreprise n’a pas publié de ventilation vérifiée indiquant dans quelle mesure cette évolution s’explique par les prix, les volumes de vente ou les changements de composition de l’offre au sein de la gamme haut de gamme. En l’absence de ces précisions, les données disponibles ne permettent pas d’établir de manière indépendante la raison exacte du recul du chiffre d’affaires des bières haut de gamme.

La contre-performance des bières les plus chères est significative, car les produits haut de gamme dégagent généralement des marges plus élevées et constituent un levier essentiel pour les brasseurs qui cherchent à compenser les pressions pesant sur la consommation dans son ensemble. Un recul de ce segment peut limiter la capacité d’une entreprise à stabiliser son chiffre d’affaires global, même si ses volumes totaux expédiés restent importants.

Chongqing Brewery, la plateforme opérationnelle cotée en Chine et contrôlée par le brasseur danois Carlsberg, a vendu 25,329 millions d’hectolitres de bière entre janvier et septembre, selon des chiffres également cités dans la presse financière chinoise et recoupés avec un article de National Business Daily daté du 12 novembre. L’entreprise

est basée dans la municipalité de Chongqing et figure parmi les principaux producteurs de bière en Chine.

Le chiffre d'affaires des bières haut de gamme provient d'articles consacrés à des résultats déjà publiés, et non d'une nouvelle communication statistique du 14 novembre. Huaxia Times a utilisé ces données pour analyser les performances récentes de l'entreprise et les changements intervenus au sein de sa direction. Les informations publiées ne détaillaient pas la catégorie haut de gamme par marque, région ou canal de distribution.

L'envergure de Carlsberg permet de situer l'importance de ses activités en Chine, même si les chiffres ne sont pas directement comparables. Le groupe basé à Copenhague a fait état d'un chiffre d'affaires consolidé de 25,281 milliards de couronnes danoises au troisième trimestre 2026. Ce total comprend des boissons autres que la bière et concerne la société mère à l'échelle mondiale, tandis que le chiffre d'affaires publié par Chongqing Brewery pour ses bières haut de gamme porte uniquement sur une catégorie de produits spécifique en Chine, pour la période de janvier à septembre.

Le recul du chiffre d'affaires des bières haut de gamme de Chongqing Brewery retient néanmoins l'attention, car cette catégorie occupe une place centrale dans la stratégie de nombreux brasseurs en Chine. Depuis des années, le secteur mise sur la montée en gamme, en proposant aux consommateurs des produits plus chers plutôt qu'en cherchant uniquement à accroître les volumes. Cette approche a aidé les grands groupes brassicoles à améliorer leur chiffre d'affaires et leur rentabilité sur un marché où les tendances démographiques, la concurrence et l'évolution des habitudes de consommation rendent plus difficile une croissance rapide des volumes.

Les derniers chiffres laissent penser que cette stratégie subit davantage de pressions. Si les consommateurs se tournent vers des produits moins chers, achètent moins souvent ou consacrent leurs dépenses à d'autres catégories, le chiffre d'affaires des bières haut de gamme peut fléchir, même lorsque les entreprises disposent d'un vaste réseau de distribution et de portefeuilles de marques solides. Les informations disponibles ne précisent pas lequel de ces facteurs a le plus pesé sur les résultats de

Chongqing Brewery au cours des neuf premiers mois.

La catégorie haut de gamme de l’entreprise est également large par définition. Les produits vendus à partir de huit yuans peuvent regrouper différentes marques et différents formats, des références les moins chères de la gamme haut de gamme aux marques plus onéreuses. Ainsi, une évolution de la composition des ventes au sein de cette catégorie peut influer sur le chiffre d’affaires, même si celle-ci reste importante en valeur absolue.

À 7,368 milliards CNY, les bières haut de gamme représentaient encore une activité substantielle pour Chongqing Brewery à fin septembre. Mais leur recul de 4,5 % indique que le segment le plus cher de l’entreprise n’a pas réussi à maintenir sa croissance par rapport à la même période de l’année précédente. Les investisseurs et les analystes devraient y prêter attention, car le segment haut de gamme est censé jouer un rôle majeur dans le maintien de la qualité du chiffre d’affaires.

Le chiffre total des expéditions montre que Chongqing Brewery est restée un brasseur de grande envergure en Chine durant la période. Mais le recul du chiffre d’affaires des bières haut de gamme laisse penser que la taille de l’entreprise n’a pas suffi à la protéger du ralentissement des produits les plus chers. Tant que l’entreprise ne fournira pas d’explications plus détaillées sur les prix, les volumes de vente et la composition de l’offre dans cette catégorie, les causes précises du repli resteront floues.