vinetur

I ricavi della birra premium di Chongqing Brewery calano del 4,5% nei primi nove mesi del 2026

La flessione in un segmento a margini più elevati alimenta nuovi dubbi sulla dipendenza dei produttori dalla premiumizzazione in un mercato più debole

lunedì 16 novembre 2026



L’attività legata alla birra premium di Chongqing Brewery Co. Ltd. in Cina ha registrato ricavi in calo nei primi nove mesi del 2026. La flessione interessa una parte del mercato che ha aiutato i produttori a difendere le vendite mentre la domanda dei consumatori diventava più discontinua.

Da gennaio a settembre, i ricavi dei prodotti di fascia alta sono diminuiti del 4,5% su base annua, a 7,368 miliardi di yuan, pari a CNY 7,368 miliardi, secondo i dati riportati da Huaxia Times e ripresi da Sina Finance il 14 novembre. Nella classificazione dell’azienda, la birra di fascia alta comprende i prodotti con prezzi al consumo a partire da otto yuan.

In base ai ricavi riportati e alla variazione percentuale su base annua, il segmento premium ha generato circa 347 milioni di CNY in meno rispetto allo stesso periodo del 2025. Sulla base delle cifre arrotondate, il dato comparabile era di circa 7,715 miliardi di CNY. La flessione riguarda i ricavi, non necessariamente la quantità di birra venduta in quel segmento.

La distinzione è importante, perché l’azienda non ha pubblicato una ripartizione verificata che indichi quanto della variazione sia dovuto ai prezzi, ai volumi di vendita o ai cambiamenti nel mix dei prodotti della fascia premium. In assenza di questi dettagli, i dati disponibili non consentono di stabilire in modo indipendente la causa esatta del calo dei ricavi della fascia alta.

La performance più debole della birra di fascia alta è significativa perché i prodotti premium offrono in genere margini più elevati e sono stati un sostegno fondamentale per i produttori che cercano di compensare le pressioni sui consumi nel loro complesso. Una flessione in questo segmento può limitare la capacità di un’azienda di mantenere stabili i ricavi totali, anche se i volumi complessivi delle spedizioni restano consistenti.

Chongqing Brewery, società operativa quotata in Cina e controllata dal produttore danese Carlsberg, ha venduto 25,329 milioni di ettolitri di birra da gennaio a settembre, secondo dati citati anche dalla stampa finanziaria nazionale e verificati sulla base di quanto riportato da National Business Daily il 12 novembre. L’azienda ha sede nella municipalità di Chongqing ed è uno dei principali produttori di birra in Cina.

Il dato sui ricavi della birra premium proviene da articoli sui risultati già pubblicati, non da una nuova comunicazione statistica del 14 novembre. Huaxia Times ha utilizzato i dati nell'analisi dei risultati recenti dell'azienda e dei cambiamenti ai vertici. Il materiale pubblicato non forniva una ripartizione dettagliata della categoria premium per marca, area geografica o canale.

Le dimensioni del gruppo Carlsberg offrono un contesto utile per comprendere l'importanza delle sue attività in Cina, anche se i dati non sono direttamente comparabili. Il gruppo con sede a Copenaghen ha registrato ricavi consolidati pari a 25,281 miliardi di corone danesi nel terzo trimestre del 2026. Il totale comprende anche bevande diverse dalla birra e riguarda la capogruppo globale, mentre i ricavi premium riportati da Chongqing Brewery si riferiscono a una specifica fascia di prodotto in Cina nel periodo gennaio-settembre.

La flessione dei ricavi della birra premium di Chongqing Brewery si distingue comunque perché la fascia alta è stata centrale nella strategia di molti produttori di birra in Cina. Per anni il settore ha puntato sulla premiumizzazione, proponendo ai consumatori prodotti più costosi anziché concentrarsi soltanto sull'aumento dei volumi. Questo approccio ha aiutato i grandi gruppi birrari a migliorare ricavi e redditività in un mercato in cui l'andamento demografico, la concorrenza e il cambiamento delle abitudini dei consumatori hanno reso più difficile ottenere una rapida crescita dei volumi.

Gli ultimi dati indicano che questa strategia è sottoposta a pressioni crescenti. Se i consumatori passano a prodotti più economici, acquistano meno spesso o destinano la spesa ad altre categorie, i ricavi della birra premium possono indebolirsi anche quando le aziende mantengono un'ampia rete distributiva e un portafoglio di marchi solido. Le informazioni disponibili non indicano quale di questi fattori abbia inciso maggiormente sui risultati di Chongqing Brewery nei primi nove mesi.

Anche la definizione della categoria premium adottata dall'azienda è ampia. I prodotti con un prezzo pari o superiore a otto yuan possono comprendere diverse marche e formati, dalle proposte di fascia premium più accessibili alle etichette più costose. Di conseguenza, una variazione del mix di prodotti venduti all'interno della categoria può

incidere sui ricavi anche se il segmento resta ampio in termini assoluti.

Con 7,368 miliardi di CNY, la birra di fascia alta rappresentava ancora un’attività consistente per Chongqing Brewery fino a settembre. Il calo del 4,5%, tuttavia, indica che il segmento più costoso dell’azienda non è riuscito a mantenere la crescita rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. È probabile che il dato attiri l’attenzione di investitori e analisti, perché ci si attendeva che il segmento premium svolgesse un ruolo di primo piano nel sostenere la qualità dei ricavi.

Il dato complessivo sulle spedizioni mostra che nel periodo Chongqing Brewery è rimasta un produttore di birra di grandi dimensioni in Cina. Il calo dei ricavi premium suggerisce però che le dimensioni, da sole, non hanno protetto l’azienda dal rallentamento dei prodotti di fascia più alta. Finché l’azienda non fornirà spiegazioni più dettagliate su prezzi, volumi di vendita e mix dei prodotti nella categoria premium, le cause precise della flessione resteranno poco chiare.