vinetur

Receitas da cerveja premium da Chongqing Brewery caem 4,5% nos primeiros nove meses de 2026

A quebra num segmento com margens mais elevadas levanta dúvidas sobre a dependência dos produtores de cerveja da premiumização num mercado mais fraco

segunda-feira, 16 de novembro de 2026



A atividade de cerveja premium da Chongqing Brewery Co. Ltd. na China registou receitas mais baixas nos primeiros nove meses de 2026, uma quebra num segmento do mercado que tem ajudado os produtores de cerveja a defender as vendas à medida que a procura dos consumidores se torna mais irregular.

As receitas dos produtos de cerveja de gama alta caíram 4,5% face ao ano anterior, para 7,368 mil milhões de yuans, ou CNY7.368 billion, entre janeiro e setembro, segundo números divulgados pelo Huaxia Times e republicados pela Sina Finance a 14 de novembro. A classificação de produtos da empresa define cerveja de gama alta como aquela cujo preço para o consumidor começa nos oito yuans.

Com base nas receitas divulgadas e na taxa de quebra homóloga, o segmento premium gerou menos cerca de CNY347 milhões do que no mesmo período de 2025. Usando os valores arredondados, a base comparável foi de cerca de CNY7.715 billion. A quebra diz respeito às receitas, não necessariamente à quantidade de cerveja vendida nesse segmento.

Esta distinção é importante porque a empresa não publicou uma repartição verificada que mostre quanto da variação se deveu aos preços, aos volumes de vendas ou a alterações no mix de produtos da gama premium. Sem esses dados, não é possível determinar de forma independente, com base na informação disponível, a razão exata para a quebra das receitas de gama alta.

O desempenho mais fraco da cerveja de preço mais elevado é significativo, uma vez que os produtos premium tendem a ter margens mais elevadas e têm sido um importante apoio para os produtores que procuram compensar a pressão sobre o consumo em geral. Uma quebra nesse segmento pode limitar a capacidade de uma empresa para manter estáveis as receitas totais, mesmo que os volumes globais expedidos continuem a ser consideráveis.

A Chongqing Brewery, plataforma operacional cotada na China e controlada pela cervejeira dinamarquesa Carlsberg, vendeu 25,329 milhões de hectolitros de cerveja entre janeiro e setembro, segundo números também citados na cobertura da imprensa financeira nacional e confrontados com a informação publicada pelo National Business Daily a 12 de novembro. A empresa tem sede no município de Chongqing e é um dos

principais produtores de cerveja da China.

O valor das receitas de cerveja premium provém de notícias sobre resultados divulgados anteriormente, e não de uma nova publicação estatística a 14 de novembro. O Huaxia Times utilizou os dados na análise do desempenho recente da empresa e das alterações na gestão. A informação publicada não apresentou uma repartição detalhada da categoria premium por marca, região ou canal.

A dimensão da Carlsberg dá algum contexto à importância da sua atividade na China, embora os números não sejam diretamente comparáveis. O grupo, sediado em Copenhaga, registou receitas consolidadas de 25,281 mil milhões de coroas dinamarquesas no terceiro trimestre de 2026. Esse total inclui bebidas para além da cerveja e diz respeito à empresa-mãe global, enquanto as receitas de cerveja premium divulgadas pela Chongqing Brewery se referem apenas a um segmento específico de produtos na China, no período de janeiro a setembro.

Ainda assim, a quebra nas receitas de cerveja premium da Chongqing Brewery destaca-se porque a categoria de gama alta tem sido central na estratégia de muitos produtores de cerveja na China. Há anos que o setor aposta na premiumização, vendendo produtos mais caros aos consumidores em vez de se concentrar apenas no aumento dos volumes. Esta abordagem tem ajudado os grandes grupos cervejeiros a melhorar as receitas e a rentabilidade num mercado em que as tendências demográficas, a concorrência e a mudança dos hábitos de consumo dificultam um crescimento rápido dos volumes.

Os números mais recentes sugerem que esta estratégia enfrenta uma pressão crescente. Se os consumidores optarem por produtos mais baratos, comprarem com menos frequência ou transferirem despesas para outras categorias, as receitas de cerveja premium podem enfraquecer, mesmo quando as empresas mantêm uma ampla rede de distribuição e um portefólio de marcas sólido. A informação disponível não revela qual destes fatores teve maior impacto nos resultados da Chongqing Brewery nos primeiros nove meses.

A categoria premium da empresa também é ampla por definição. Os produtos com preços a partir de oito yuans podem incluir várias marcas e formatos, desde a gama mais acessível da oferta premium até às referências mais caras. Isto significa que uma alteração no mix de produtos vendidos dentro da categoria pode afetar as receitas, mesmo que esta continue a ter uma dimensão considerável em termos absolutos.

Com CNY7.368 billion, a cerveja de gama alta continuava a representar uma atividade substancial para a Chongqing Brewery até setembro. Mas a quebra de 4,5% indica que o segmento de preço mais elevado da empresa não conseguiu manter o crescimento face ao mesmo período do ano anterior. É provável que os investidores e analistas prestem atenção a este dado, uma vez que se esperava que o segmento premium desempenhasse um papel central na sustentação da qualidade das receitas.

O volume total de expedições mostra que a Chongqing Brewery continuou a ser um produtor de cerveja de grande escala na China durante o período. No entanto, a quebra das receitas premium sugere que a dimensão, por si só, não protegeu a empresa do enfraquecimento da dinâmica dos produtos de preço mais elevado. Até que a empresa apresente uma explicação mais detalhada sobre os preços, os volumes de vendas e o mix de produtos da categoria premium, os fatores exatos por detrás da quebra continuarão por esclarecer.