vinetur

Coopers: пиво в Австралии утрачивает устойчивость к рецессии при цене A $65 за ящик

Глава Coopers говорит, что рост акцизов и давление на семейные бюджеты заставляют покупателей откладывать покупки, менять марки или покупать меньше

понедельник, 9 ноября 2026 г.



Пиво теряет в Австралии репутацию товара, спрос на который сохраняется даже во время экономического спада, считает глава Coopers Brewery. По его словам, повышение налогов и давление на семейные бюджеты заставляют покупателей вести себя осторожнее.

В понедельник, 9 ноября, управляющий директор семейной пивоваренной компании Майкл Ширер заявил, что ящик пива теперь регулярно стоит более A $65, и эта цена начинает менять потребительское поведение. По его словам, неоднократное повышение правительством акцизов на упакованное пиво в сочетании с общим ростом стоимости жизни заставляет покупателей с большей неохотой совершать покупки.

Эти заявления стали заметным предупреждением со стороны одного из давно работающих на рынке пивоваров страны. По словам Ширера, Coopers — третья по величине пивоваренная группа Австралии с долей национального рынка 6%. Его оценка показывает, что даже категория, которую долго считали относительно стабильной в периоды экономического спада, теперь сталкивается с более сильным сопротивлением со стороны потребителей.

Ширер заявил, что пиво больше не демонстрирует прежнюю устойчивость к рецессии. По его словам, давление идет сразу с двух сторон: розничные цены растут из-за повышения налогов, а бюджеты домохозяйств становятся все более ограниченными. Для потребителей это означает, что привычная покупка требует более взвешенного решения. Для пивоваров и розничных продавцов — что возможности и дальше повышать цены без ущерба для продаж могут быть ограничены.

Это предупреждение важно для всей индустрии напитков, поскольку пиво часто считалось одним из наиболее устойчивых сегментов рынка алкогольной продукции. Если спрос на пиво снижается на фоне роста налогов и стоимости жизни, это может указывать на более широкую чувствительность рынка, в том числе в других категориях, зависящих от необязательных потребительских расходов. Это не означает, что такая тенденция одинаково распространится на вино, крепкий алкоголь или готовые к употреблению напитки, но указывает на

более сложные условия для ценообразования в отрасли в целом.

Ширер говорил об упакованном пиве: влияние повышения налогов здесь заметно на полке, а цены легко сравнить в разных магазинах и у разных марок. Когда ящик стоит значительно больше А $65, покупатели могут начать менять свои привычки: откладывать покупку, выбирать другую марку или сокращать объем. Такое поведение может быстро стать значимым для рынка, где даже сравнительно небольшие колебания спроса влияют на планы производства, промоакции и маржу.

Эти заявления также подчеркивают роль государственной политики в отношении акцизов в формировании конечной цены для потребителей. Если повышение акцизов происходит в период, когда бюджеты домохозяйств уже испытывают давление, пивоварам становится сложнее одновременно сохранять объемы продаж и прибыльность. В таких условиях повышение цен — это не только способ компенсировать издержки. Оно также проверяет, насколько потребители готовы мириться с ростом цен, прежде чем сократить покупки.

Для розничных продавцов это изменение может повлиять на скидки и ассортимент, особенно в сегменте пива в крупной упаковке. Для пивоваров возникает более фундаментальный вопрос: может ли пиво и дальше рассчитывать на устойчивость, которая прежде отличала его от многих других товаров необязательного спроса. Заявления Ширера показывают, что на нынешнем австралийском рынке эту уверенность становится все труднее обосновать.