

# 全球啤酒市场将强劲增长,谁是背后推手?

全球啤酒市场将出现强劲增长,这一增长背后的一个重要推动因素,是印度、中国、巴西、越南和南非等新兴市场对啤酒的需求正在显著上升。

本报记者 徐菲远 发自北京

全球市场研究公司 Technavio 最新发布的一份研究报告显示,全球啤酒市场将出现强劲增长,预计2024年至2028年将增长1484.3亿美元,复合年增长率(CAGR)为3.72%。

这一增长背后的一个重要推动因

素是新兴经济体对啤酒的需求激增,这些地区可支配收入的增加和城市化正在推动啤酒消费。

此外,全球消费者都喜欢高端啤酒,愿意在高质量、精酿和专利啤酒上花费更多。

啤酒在线零售的兴起也加速了市场的增长,使消费者更容易获得各种各样的啤酒产品,而创新口味产品的不断推出,在留住原有消费者的同时,也吸引了新的消费者,增加了市场的活力。

## 新兴市场成为主要驱动力

新兴市场对啤酒不断增长的需求是推动市场的关键因素。印度、中国、巴西、越南和南非等新兴市场对啤酒的需求正在显著上升。

在新兴市场中,经济增长和城市化导致消费者可支配收入增加,从而更倾向于购买可自由支配的物品,如

包括啤酒在内的酒精饮料。这种转变是由生活方式和社交活动的变化所驱动的,啤酒成为社交聚会和休闲活动的热门饮品选择。

此外,新兴经济体往往拥有年轻且不断增长的人口结构,这些人口往往消费更多的酒精饮料。这种人口

趋势,加上对西式饮食和社会活动的需求不断增加,为这些地区的啤酒市场提供了巨大的增长机会。为了迎合这一趋势,跨国公司正积极致力于改善分销渠道,并在新兴市场促进在线销售。

## 41%的增长来自亚太市场

在2024年至2028年这一预测期内,亚太地区预计将对全球市场的增长贡献41%。由于本土企业和国际巨头的参与,亚太地区啤酒市场比较分散,为了增加这些产品在客户中的销售和覆盖范围,运营者们致力通过

专注于并购活动和发布新产品来扩大自己的势力。

此外,越来越多有组织的零售网络在不同的平台上销售产品,如大卖场、超市、百货商店和各种电子商务网站,提高了产品在不同消费群体中的

可见性,这些因素将在预测期内推动亚太地区市场。

同时,可以期待稳定增长的地区还包括美国啤酒市场和印度啤酒市场,这两个市场都很好地利用了消费者的偏好。

## 600ml 瓶装最受欢迎

玻璃、铝罐、PET瓶等各种包装材料和包装方式,一方面,保证了质量和味道;另一方面,也确保了啤酒的安全运输和储存。不同类型的啤酒,如艾尔啤酒、拉格啤酒和烈性黑啤酒,都是根据它们的具体特点和消费者的喜好来进行包装的。

无酒精啤酒的包装与酒精啤酒

相似,但经过不同的酿造过程来去除酒精。精酿啤酒厂通常使用小批量生产方式,提供更多的灵活性和试饮包装选择。总的来说,包装在保持啤酒产品在市场上的质量、新鲜度和吸引力方面,起着至关重要的作用。

在预测期内,玻璃瓶包装的市场份额将显著增加。事实证明,600毫

升的啤酒瓶是最受欢迎的包装之一,此外,消费者也喜欢轻便的金属罐以及PET瓶等包装。国际知名品牌嘉士伯于2022年6月推出了可生物降解的木纤维啤酒瓶,采用可持续来源的木纤维制成,可完全回收利用。预计这些发展将推动瓶装啤酒以及整个市场的增长。



## 即饮渠道销量上升

即饮分销渠道包括餐馆、酒吧、酒馆和酒店。在预测期内,由于亚太地区和 MEA 地区(Middle East and Africa,中东和非洲地区),主要包括印度、中国、日本和阿联酋等国家的消费

者在餐饮场所消费的不断增长,即饮渠道估计将显著增长。酒吧、酒馆和餐馆的扩张推动了啤酒产品的销量,精酿啤酒在千禧一代中的流行也增加了即饮渠道的销售。

## 新口味、新产品层出不穷

在各种因素的推动下,市场不断演变。麦芽、谷物、啤酒花和酵母等传统原料为各种啤酒风格奠定了基础。精酿啤酒厂蓬勃发展,为人们提供独特的口味和小批量生产,迎合消费者对品种和质量的需求。除了传统啤酒外,无酒精啤酒的趋势也在上升,这反映了人们对健康的关注。Z世代对独特饮品的偏好正在重塑市场,推动啤酒生产商探索创新的口味和包装。

例如,2021年9月,美国 Allagash 啤酒公司推出了一款加强版 IPA 黑啤酒——鬼屋(Haunted House);2020年11月,Black Calder 啤酒公司推出了其首款精酿啤酒,这款拉格啤酒酒精含量为7%,香气均衡,是用麦芽谷物、啤酒花和酵母酿成,含有蛋白质、钠和钾;2020年6月,Capital Brewing Co.和 ONA Coffee 合作推出了帝国世涛(Imperial Stout),一款含10.5%咖

啡和燕麦片的黑啤酒。这些产品的推出促进了全球市场的增长,预计在整个预测期内将继续推动增长。

风味啤酒越来越受欢迎的原因是全球市场消费者数量的增加。精酿啤酒带来的新口味增加了全球市场的需求,口味使啤酒与众不同,对消费者来说是一个差异化的点。

此外,千禧一代成为啤酒厂的目标客户群,他们喜欢尝试新的体验,对调味饮品的偏好推动啤酒厂在他们的产品中不断推出新口味。例如,帝亚吉欧于2021年4月在美国推出了健力士 Nitro 氮气冷酿咖啡啤酒。

因此,在预测期内,消费者对新口味的需求不断增加将推动市场增长。(资料来源:Technavio)

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



中国酒业创新  
联盟企业展示



红星  
红星二锅头

美贺庄园 | 中国艺术酒庄

贺兰山东麓三级级酒庄 | 国家地理标志 | 有机双认证



牛栏山