



OXFORD
ECONOMICS



WORLD BREWING ALLIANCE



啤酒啤酒的全 球经济足迹

2025年2月

TABLE OF CONTENTS

| | |
|----------------------|----|
| 前言 | 4 |
| 词汇表 | 7 |
| 执行摘要 | 8 |
| 1. 导言 | 16 |
| 1.1 本报告简介 | 16 |
| 1.2 经济影响分析导论 | 17 |
| 1.3 结果的交互式微站点 | 19 |
| 1.4 本报告其余部分的布局 | 19 |
| 2. 啤酒行业的全球经济足迹 | 22 |
| 2.1 全球经济足迹概述 | 22 |
| 2.2 啤酒板块支持的重点工业部门 | 28 |
| 3. Brewers 的全球经济足迹 | 32 |
| 3.2 酿酒商供应链(间接)影响 | 33 |
| 3.3 Brewers 工资引起的影响 | 37 |
| 3.4 Brewers 的供应链投资影响 | 37 |
| 3.5 酿酒商的总经济足迹 | 38 |
| 4. 下游价值链的全球经济足迹 | 42 |
| 4.1 下游价值链的直接影响 | 43 |
| 4.2 下游价值链对供应链的(间接)影响 | 44 |
| 4.3 下游价值链对工资的影响 | 45 |
| 4.4 下游价值链对供应链投资的影响 | 45 |
| 4.5 下游价值链的总经济足迹 | 45 |
| 5. Conclusion | 48 |
| 附件 1 : 补充结果 | 50 |
| 附件 2 : 历史趋势 | 53 |
| 附件 3 : 方法 | 56 |

封面图片顶行，左下角和中间 : Shutterstock. com
m 右下角 : iStockphoto. com

前文

酿酒商自几个世纪以来一直是当地社区的核心——采购原料、开发优质产品，并提供社交和文化体验。随着时间的推移，这些地方合作伙伴的成功推动了许多酿酒商从本地扩展到全国，最终走向国际舞台。啤酒的独特之处在于：它是一种地方性产品，即使在世界其他地区享用，也能将人与特定的文化和人群联系起来。啤酒是一种具有全球影响力和相关性的地方业务。

这份由牛津经济学院受世界啤酒联盟（WBA）委托撰写的报告详细探讨了啤酒对全球经济的全面贡献。尽管许多之前的研究针对个别国家进行了分析，但本研究提供了在同一时间点、使用相同指标的一致而严格的全球影响估算。此外，这些研究并未充分考虑国际贸易因素，例如特定国家的大麦和酒花的重要性。很明显，报告显示啤酒在经济中发挥着积极的作用。

这项研究展示了酿造活动的高度生产力，人力资本对更广泛经济的贡献。它在上下游的本地社区中支撑着就业和GDP。尽管影响无处不在，但在低收入国家尤为显著，因为那里的发展对于提高收入至关重要。我们致力于社区的长期成功涵盖了经济、社会和环境的发展。啤酒是一种易腐产品，仍然接近其农业根源，并依赖于当地的存储和分配来到达消费者。即使消费者的啤酒爱好促进了国际行业的发展，总体全球影响仍然在当地国家层面集中，这意味着啤酒在社会发展中扮演着积极的角色。

作为消费者最低酒精含量的选择，啤酒可以成为减少有害饮酒问题的部分解决方案。创新产品如无酒精啤酒和品牌主导的信息传递能够赋能并鼓励消费者做出负责任的选择。

此外，我们正在投资以减少啤酒厂内部及整个扩展供应链中的水资源使用、能源消耗和CO₂排放。²在这一全球影响的核心是啤酒制造商本身。当新冠肺炎疫情对全球经济造成前所未有的冲击时，我们意识到作为啤酒制造商，我们在社区成功中的核心作用变得尤为明显。我们挺身而出，支持从农业、分销到零售和餐饮业的价值链，这些行业因疫情响应措施而遭受了不成比例的伤害。在全球经济似乎即将复苏的关键时刻，“啤酒的全球经济足迹”报告强调了我们通过核心工作促进经济复苏的潜力。啤酒制造商不仅仅是重建，我们有雄心向前迈进。我们旨在利用自己作为啤酒制造商、雇主和合作伙伴的角色，继续为我们的社区和社会增加价值。这份报告为我们实现这一愿景奠定了基础。



贾斯汀·基辛格
世界酿酒联盟总裁兼首席执行官



词汇表

本报告使用以下术语：

啤酒行业：酿酒商、啤酒分销商、零售商和酒店公司。

breweries: 生产啤酒的公司，包括与酿造相关的内部业务运营，如市场营销、会计、采购和物流。

员工薪酬：包括工资/薪酬/现金和实物形式的福利、所得税以及雇员和雇主的社会贡献在内的劳动总成本。

货币价值：本报告中提及的所有货币价值均为以2023年价格和汇率计算的美元，除非另有说明。

酿酒商、啤酒分销商、零售商和 Hospitality 业公司（以下简称啤酒产业）在其运营场所产生的经济活动。

下游价值链：将啤酒送到最终消费者手中的分销商、零售商和酒店公司。

国内生产总值（GDP）：GDP 是最常用的衡量经济规模和健康状况的指标。它是指一年内经济中最终商品和服务总价值。经过税收和补贴调整后，一个经济体中所有企业及行业的全部增加值之和等于GDP。

增加值（GVA）：对于个体酿酒商、啤酒分销商、零售商或 Hospitality 企业而言，其增加值是指其一年内产生的收入减去用于产生该收入所购买的商品和服务的成本。增加值也可以通过将这些企业的 EBITDA 和员工薪酬相加来计算。经过税收和补贴的调整后，一个经济体中所有企业和行业的增加值总和等于 GDP。

离店啤酒销售，或零售销售：指在卖家场所之外消费的啤酒销售，包括超市、杂货店、专卖店和当地便利商店（有时称为 corner shops、mom & pop stores 或传统渠道，具体取决于国家）。

贸易啤酒销售或酒店销售：在酒店内消费的啤酒销售
在餐馆，酒吧，酒吧，俱乐部，体育竞技场等。

生产率：每个就业人员产生的总增加值。

供应链（间接）：啤酒行业通过从供应商（如农民、瓶装制造商和运输商）购买货物和服务所支持的经济活动。

供应链投资：啤酒行业供应商的资本支出。例如，一位为当地啤酒厂生产酒花的农民可能会购买新的机械设备，或是一位分销商可能会投资购置新的车辆，这些都源于他们从啤酒行业获得的收入。

上游价值链：啤酒行业供应链中的企业及其相关的后续供应链链接，为这些企业提供原材料和商品和服务（如原始农产品、制造的瓶子和桶、或酒吧的玻璃器皿和倒酒设备）。

工资驱动的：啤酒产业通过支付员工工资并沿供应链支持其他工资所刺激的经济活动。

执行摘要

\$878 + 亿

全球 GDP 总额的
贡献
啤酒部门
in 2023.



这相当于全球 GDP 的每 119 美元中的 1 美元。

啤酒行业真正具有全球性，涉及酿造、营销、分销和销售啤酒等一系列组织活动，面向全球数百万成年饮酒者。在开展这些活动的过程中，企业在全球经济中产生了显著的经济影响。本研究应世界酿酒联盟之邀，评估了2023年啤酒行业的全球经济影响力。

全球啤酒部门对 GDP 的贡献

我们估计，全球啤酒sector在2023年对GDP的总贡献为8780亿美元，相当于全球GDP的0.8%，即每119美元的全球GDP中有1美元来自啤酒sector。

啤酒生产商贡献了全球啤酒产业GDP贡献的超过43%（约3790亿美元）。这其中包括了980亿美元的直接GDP贡献——这是在啤酒厂和办公室产生的价值，主要通过生产饮料本身，还包括营销和销售活动。剩余的2810亿美元则由其上游运营和资本供应链、以及啤酒生产商及其供应链雇员的工资诱导支出所支持。

超越其全球影响力，这些啤酒制造商还支持他们在运营地区的当地社区的显著经济活动。例如，几乎所有（86%）的啤酒供应都来自生产国的企业。

啤酒产业的下游价值链支撑了啤酒销售过程对全球GDP剩余4990亿美元（或总贡献的57%）的贡献，这包括分销商、零售商和 Hospitality 餐厅等，涵盖了它们的供应链和工资影响，进而产生了更多的经济活动。

啤酒行业对总GDP的影响（8780亿美元）是 brewers 单独对GDP直接影响（980亿美元）的九倍，这意味着其GDP乘数为9.0。换句话说，对于全球酿造业直接产生的每100万美元GDP，其在投入、工资以及啤酒销售带来的经济活动所刺激的额外GDP在整个全球经济中达到了800万美元（2023年）。

86%

酿酒商的供应商支出与生产国当地的企业有关。



\$ = \$ \$ \$ \$ \$ \$ \$ \$

对于每一个 \$1 million 在全球酿酒商产生的直接国内生产总值中，进一步 \$8 million 国内生产总值得到了啤酒行业的支持。

啤酒对全球劳动力市场和政府收入的影响

我们估计，全球啤酒行业还支持了约3300万个工作岗位——相当于每100个工作岗位中就有一个。这其中包括通过所有影响渠道，全球啤酒生产商支持的1190万个工作岗位。此外，有62万名员工直接被啤酒生产商雇佣，另有1120万个工作岗位通过其支出在供应链和全球消费者经济中得到了支持。

剩余的2120万个就业岗位通过下游价值链得以维持，其中包括约9400万个直接在贸易现场和非贸易现场岗位上工作的岗位。

全球啤酒生产商的劳动力也非常高效。这些工人的人均生产率为约157,000美元（按人均对GDP的贡献计算）。¹ 这大约是全球平均水平的五倍。² this 高生产率既反映了酿酒商的资本密集程度，也体现了酿酒商提供的技术岗位，包括酿造、工程、法律、市场营销、会计和金融等领域的工作。

啤酒行业也被估计支持了总计3760亿美元的全球税收。其中约43%，即1630亿美元，是由购买啤酒时支付的消费税（包括从属税和增值税）组成的。此外，还包括 breweries 和下游价值链所支付和支撑的企业税、劳动税及其他各类税项。

啤酒部门对发展经济的重要性

全球啤酒产业在全球范围内支撑着显著的经济影响力。但在发展中国家，其经济重要性尤为突出。2023年，啤酒产业对GDP的总贡献占国民生产总值的平均比例为1.5%。³ 这几乎相当于高收入国家GDP贡献的两倍（平均占国民生产总值的0.8%）。部分原因是低收入国家的消费者倾向于将更多可支配收入用于啤酒消费，尽管人均消费量较低。

33.0 million

全球啤酒行业支持的工作。



这相当于全球每 100 个工作岗位中就有一个。

\$376 + 亿

全球税收收入
由
2023 年啤酒行业。



1.5%



2023 年低收入国家啤酒行业支持的国民生产总值平均份额。

¹ this 劳动生产率衡量方法是将啤酒制造商对GDP的直接贡献（980亿美元）除以员工人数（620,000人）。

² 全球经济劳动生产率通过将所有经济部门的全球GDP总和除以全球劳动力总数来计算。

³ 这些收入分组基于世界银行、世界银行国家和贷款组别。GDP份额仅计算了本研究中包括的核心76个国家的数据，因此未包含其他世界估算值。平均值是通过计算每个分组内国家的中位数平均值来得出的。

我们的分析还表明，自2015年以来，低收入和较低中等收入国家已成为全球啤酒sector经济足迹的动力源泉。这一收入组别在2015年至2023年间，对GDP的贡献增加了27%（以2023年不变价计算），支持的就业人数增加了24%。相比之下，高收入国家在这段时间内对GDP的贡献和就业支持分别下降了7%和0.4%，反映出高收入国家在2015年至2023年间啤酒产量的下降。

啤酒部门跨越工业光谱

鉴于啤酒产业庞大的经济影响力，众多工业领域受益于全球啤酒生产商及其下游价值链的运营。事实上，我们的分析显示，啤酒产业约70%的就业足迹和对GDP的贡献体现在其供应链及相关消费经济支持的行业中。

农业部门受到了最大的就业影响，该行业因啤酒产业而产生了640万个工作岗位，约占全球啤酒产业支持的就业岗位的五分之一。这一主要驱动力来自于酿酒商的采购支出——他们在2023年向农业供应商支出106亿美元，同时农民种植了近12万吨啤酒花以及5700万吨大麦。总体而言，啤酒产业为农业部门贡献了380亿美元的GDP。

然而，最大的GDP影响主要来自于批发和零售以及商业服务sector在2023年的贡献，分别对GDP贡献了940亿美元和700亿美元。⁴ 这些部门不仅向啤酒行业提供商品和服务，还在其供应商后续的运营和资本采购中显现出对更下游供应链输入商品和服务的需求。例如，商业服务活动代表了对工程和法律服务的需求，这些服务对于交付资本投资至关重要。

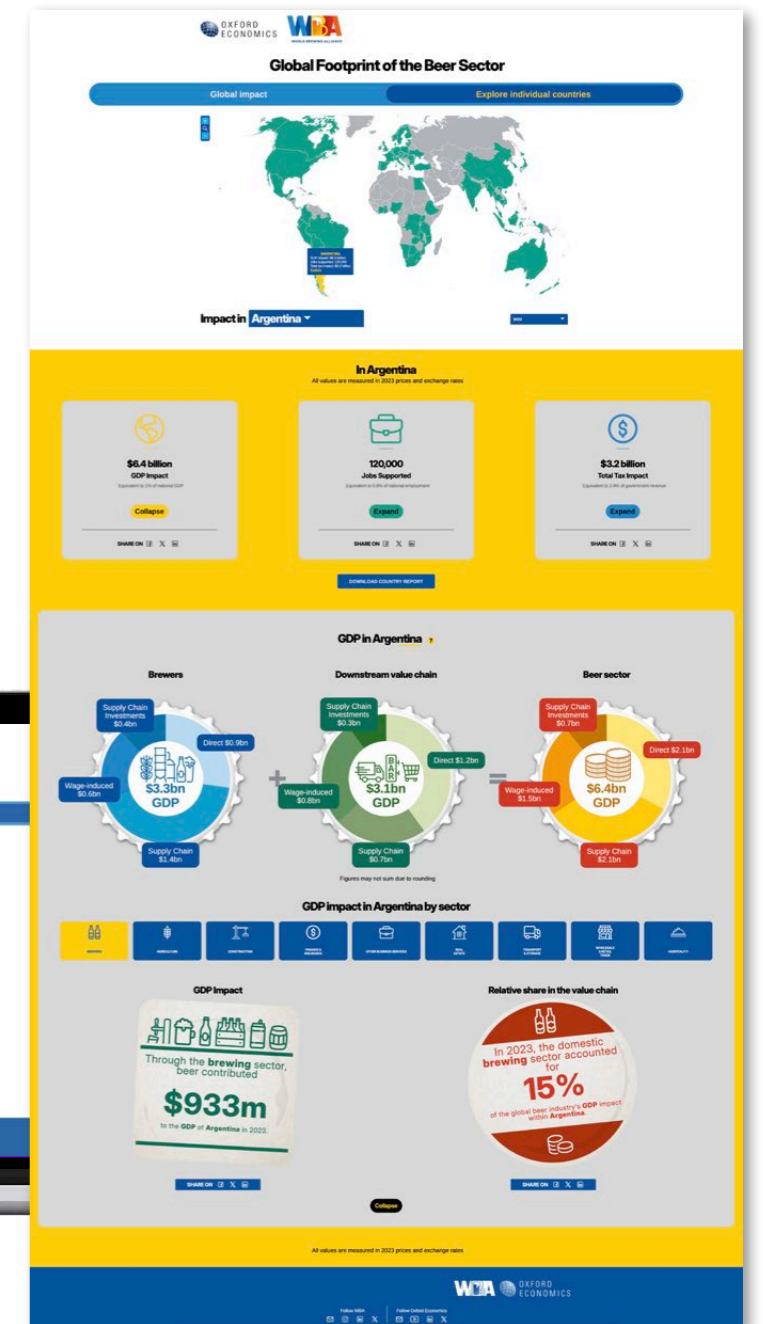
6.4 million

2023 年全球啤酒行业支持的农业工作。酿酒商花费了 \$10.6 十亿农业原材料。



结果的相互作用微

为了获取详细的国家和地区数据及行业细分结果，读者可以访问我们的互动微网站。用户可以在该网站上探索全球及个别国家层面的数据，涵盖多个年份。这包括能够深入分析每个国家的具体数据，通过将啤酒行业与酿酒商及其下游价值链分离来细化分析，并进一步探索直接效应、工资效应和供应链效应之间的分解情况。例如，可以查看2023年阿根廷啤酒行业的全球影响，并将其与同一国家其他行业的影响进行比较。



⁴ this 对 GDP 的批发和零售部门的贡献是在直接下游贡献的 800 亿美元的基础上的。
¹⁰ 价值链外贸易 (例如，包括超市和便利店)。

我们如何实现啤酒部门的全球经济足迹

图 1：建立啤酒行业对 GDP 的全球贡献





全球啤酒部门经济 FOOTPRINT



对于每一个 **\$1million** 在全球酿酒商产生的直接国内生产总值中，进一步 **\$8million** 国内生产总值得到了啤酒行业的支持。



LOWER 收入国家 / 地区



国家 GDP 支持的平均份额 低收入和中低收入国家的啤酒行业 在 2023 年，相比 **0.8%** 在高收入国家。

本地经济



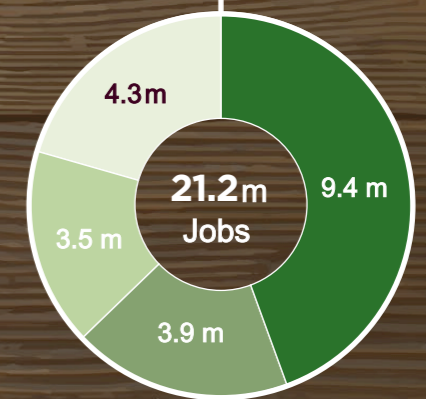
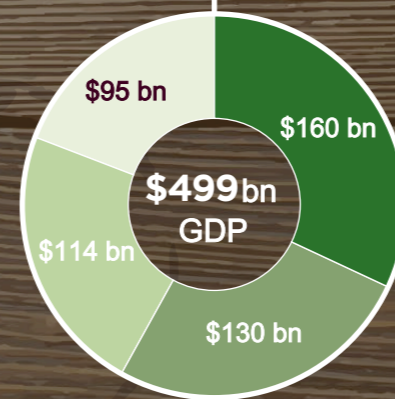
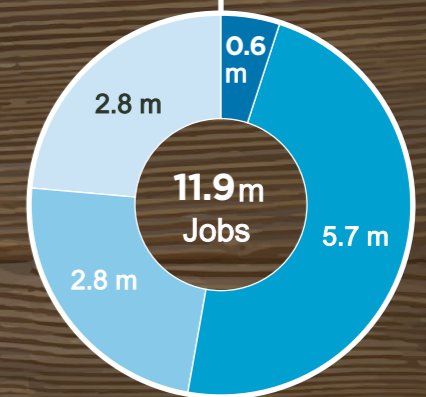
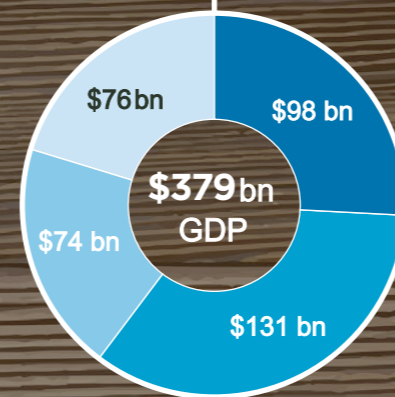
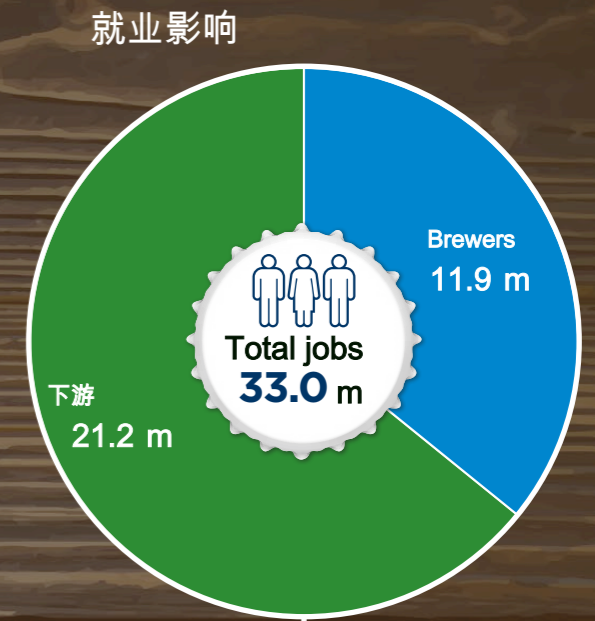
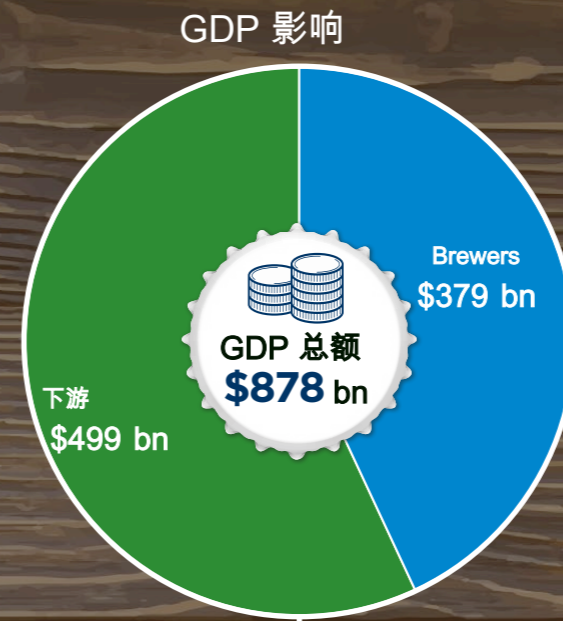
酿酒商的供应商支出与企业有关 当地的生产国家。

KEY 部门



农业工作在全球得到支持。 酿酒人花费 **\$10.6** 十亿 农业原材料。

完整的国家 / 地区结果可在我们的 [交互式微网站](#)



税务影响



* 包括消费税和增值税。注：由于四舍五入，小计可能不会与总计相加。

1. INTRODUCTION

从农作物到消费者，啤酒产业覆盖了全球经济。啤酒首先是农业产品。酿造过程始于德国、美国、中国、阿根廷、法国和南非等国家的农民，在全球范围内种植了超过60,000公顷的土地，以生产近120,000公吨的酒花和5700万吨大麦。⁵

当啤酒准备好后，众多分销商、运输商和物流商纷纷行动起来，将啤酒运送至零售商、批发商和餐饮场所，供消费者在方便的位置购买。这一过程得到了大量专业人士的支持，他们在全世界范围内进行啤酒的营销与销售。

此外，成百上千万的工人直接被啤酒行业雇佣。这些工人——以及供应链上数百万人——所获得的工资随后会在当地经济和全球消费者经济中支出。

brewers 位于几乎每个国家的酿酒商们开展酿酒过程，利用数十年甚至数世纪的专业知识，生产各种啤酒（包括瓶装、罐装、桶装和木桶装），这些啤酒在当地购买或从专业制造商进口。

breweries 和下游企业各自拥有供应链以促进啤酒的生产和销售：hop种植者购买肥料和机械设备；运输公司投资新的商用车辆；罐装厂采购铝罐。因此，这种支出继续在经济中循环。

因此，全球经济活动每天都在持续循环增长，这主要归因于啤酒行业的贡献。

1.1 本报告介绍

这项研究是对牛津经济学院之前分析的更新和扩展，该分析测量了2015年至2019年全球啤酒行业的经济足迹。我们现在量化了2023年的经济足迹，并考察了自2015年以来这一足迹的变化情况。

啤酒sector的全球经济足迹。除了对76个国家进行国家层面的分析（这些国家占全球GDP的90%，啤酒销量的87%，以及啤酒生产量的89%），我们还增加了对另外109个国家的活动估计。⁶ 这个新增的“世界其他地区”部分是此次更新研究中的新内容，为我们提供了覆盖全球100%经济的啤酒sector的全球足迹估算。

其次，方法论得到了扩展，以提供更广泛的影响力视角。具体而言，在确定其总体经济足迹时，我们的分析现在量化了啤酒行业供应链中因与供应商合作而产生的资本支出对其的影响。在整个报告中，这一影响被称为供应链投资渠道。⁷

今年的研究有两个关键变化。首先，这项研究衡量了扩大的

⁵ Barth Haas, Barth Haas Report 2023 / 2024

⁶ 我们的国家级分析现已包括埃及、土耳其、日本、泰国、新西兰、智利和乌拉圭等国家，而这些国家并未包含在我们之前的研究所中。然而，与我们之前的研究所相比，我们已经移除了俄罗斯。标准经济影响评估通常不包括供应链中的净资本支出，因此仅

考虑投入货物和服务以生产他们供应的产品所需的运营支出。将毛固定资本形成添加到投入产出模型中，可以捕捉由于该产业供应链支出而导致的额外资本投资支出。在此报告中呈现的时间序列数据中，任何2015年和2019年的历史结果也按此更新方式呈现，并使用2023年的不变价格和汇率，以便在时间上进行可比性的直接比较。

1.2 经济影响分析简介

在本研究中，我们将啤酒产业定义为 breweries 本身及其下游价值链，该价值链由批发商、零售商、餐馆、酒吧、pubs、俱乐部以及体育场等组成，这些环节负责将啤酒最终送达消费者手中。这一范围的选择旨在全面捕捉啤酒产业的影响——无论是上游还是下游。

2. 供应链（间接）影响，即啤酒行业在其供应链中支持的经济活动。这包括当啤酒生产商和下游企业从农民、瓶制造商和承运商等供应商处购买商品和服务时所支持的经济活动，以及这些活动在全球价值链中后续引发的刺激效应。

4. 供应链投资影响，这是由于啤酒产业供应链中资本支出而导致的经济活动，具体表现为啤酒生产与销售过程中引发的供应链投资。例如，一位为当地啤酒厂种植酒花的农民可能会购买新的机械设备，或者分销商可能会投资新的车辆车队。

这项研究量化了2023年啤酒生产与销售在全球四大渠道中的经济影响力。

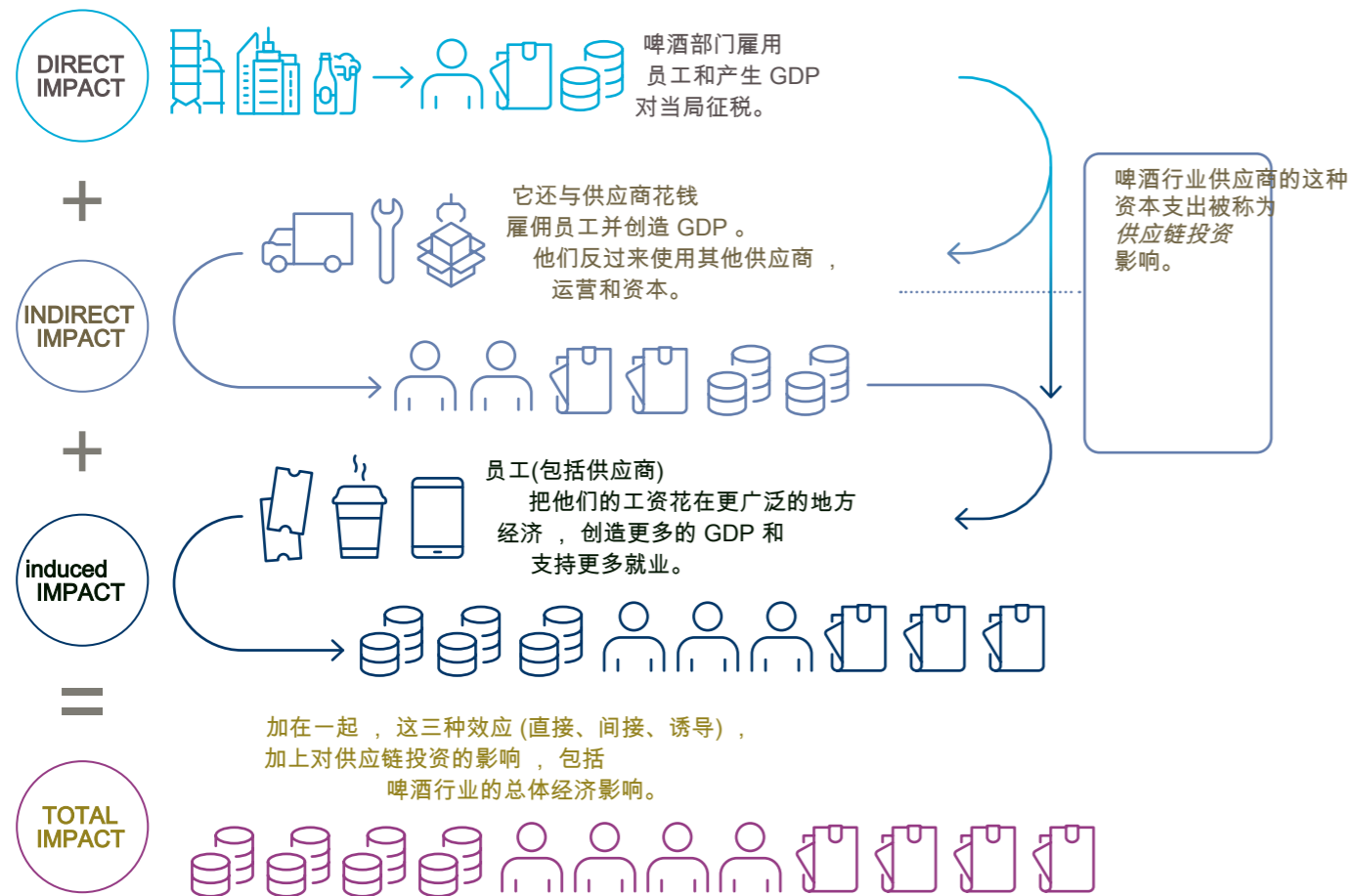
这四个影响渠道的总和使啤酒行业的总经济足迹。⁸

1. 直接影响，指的是与啤酒消费直接相关的经济活动，包括从酿造过程到向批发商和零售商分发啤酒，以及在餐馆、酒吧、竞技场和其他 Hospitality 场所处理啤酒（啤酒产业）。

3. 工资引起的影响，啤酒产业员工的工资和供应链支持员工的工资共同刺激了消费者经济活动。

⁸ 本研究的结果以粗略的形式呈现。这意味着结果未对来自啤酒产业竞争对手的活动转移进行控制。它们没有考虑当前用于支持该产业经济足迹的资源可以被重新分配到其他哪些更具生产性的地方。此外，本研究也不涵盖来自非法和非正规生产的啤酒销售。

图 2：我们如何衡量啤酒行业的经济影响



在量化啤酒行业的经济足迹时，我们使用三个经济活动指标：

- 国内生产总值的增加值贡献 (以下简称“对GDP的贡献”)，以美元计值以实现跨国比较；

- 就业，以员工人数衡量；以及

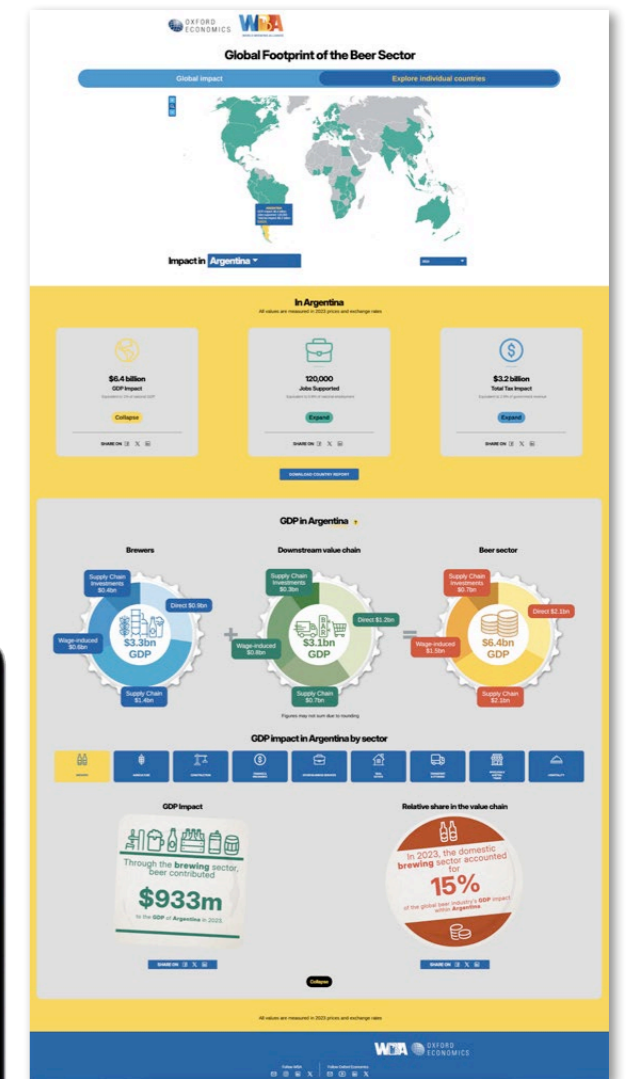
- 政府税收，包括个人所得税、企业所得税、消费税及其他销售税、社会保障贡献以及生产环节的其他税费，以美元计。

我们的方法通过跨国贸易联系来捕捉全球范围内因生产和销售啤酒而刺激的经济活动。大多数经济影响研究仅基于支出效果来评估这些影响。

在目标国家内发生的情况，本报告进一步利用Oxford Economics的全球可持续性模型(GSM)评估啤酒全球活动对每个经济体的影响。这是一种更适合具有全球足迹的行业(如啤酒行业)的全面方法，突显了其供应链的国际性质。详细的 methodology 讨论见本报告附录。

1.3 结果的相互作用的微观

为了获取详细的国家和地区分析以及行业细分，请读者访问我们的互动微网站。用户可以在该网站上探索全球及个别国家层面的数据，涵盖多个年份。这包括对每个国家进行详细分析的能力，通过将啤酒行业与其他酿酒商和下游价值链分离来实现，并在此基础上进一步探讨直接、工资诱导和供应链影响之间的分解情况。例如，可以查看2023年阿根廷啤酒行业对农业部门的影响，并将其与同一国家其他行业的各种影响进行比较。



1.4 本报告其余人员的布局

本报告的其余部分结构如下：

- 第二部分概述了整个啤酒产业的全球经济足迹，涵盖了 brewers (啤酒生产商) 和啤酒下游价值链的所有方面；
- 第 3 节侧重于酿酒商的经济足迹；
- 第 4 节强调了啤酒行业下游价值链的经济足迹；以及
- 这些附录提供了关于各国结果的额外信息，2023年结果与历史年份的对比，以及报告中估算值的来源和方法详情。



2. 啤酒部门的全球经济足迹

全球啤酒产业不仅包括酿酒商的相关活动及其支出，还包括涉及向消费者销售啤酒的分销商、零售商和 Hospitality 业。本节首先呈现这两部分构成要素的整体经济足迹，随后在后续部分详细突出各自的具体经济足迹。

2.1 全球经济足迹概述

我们估计，2023年全球啤酒产业对GDP的总贡献为8780亿美元，相当于全球GDP的0.8%，即每119美元的全球GDP中有1美元来自该产业。

包括但不限于他们通过从农业部门购买啤酒花和大麦所支持的活动，或者从制造商处购买瓶子、罐子和桶。图3概述了这种足迹如何根据影响渠道进行划分。相关内容在第3节中进行了更详细的讨论。

在这总额中，3790亿美元，即43%，与全球啤酒生产商有关。这一数字包括直接对国内生产总值（GDP）贡献的980亿美元。这部分价值主要是在啤酒厂和办公室产生的，主要是通过生产饮料本身，还包括营销和销售活动。剩余的2810亿美元则由啤酒生产商的上游运营和资本供应链以及工资引起的支出支持。

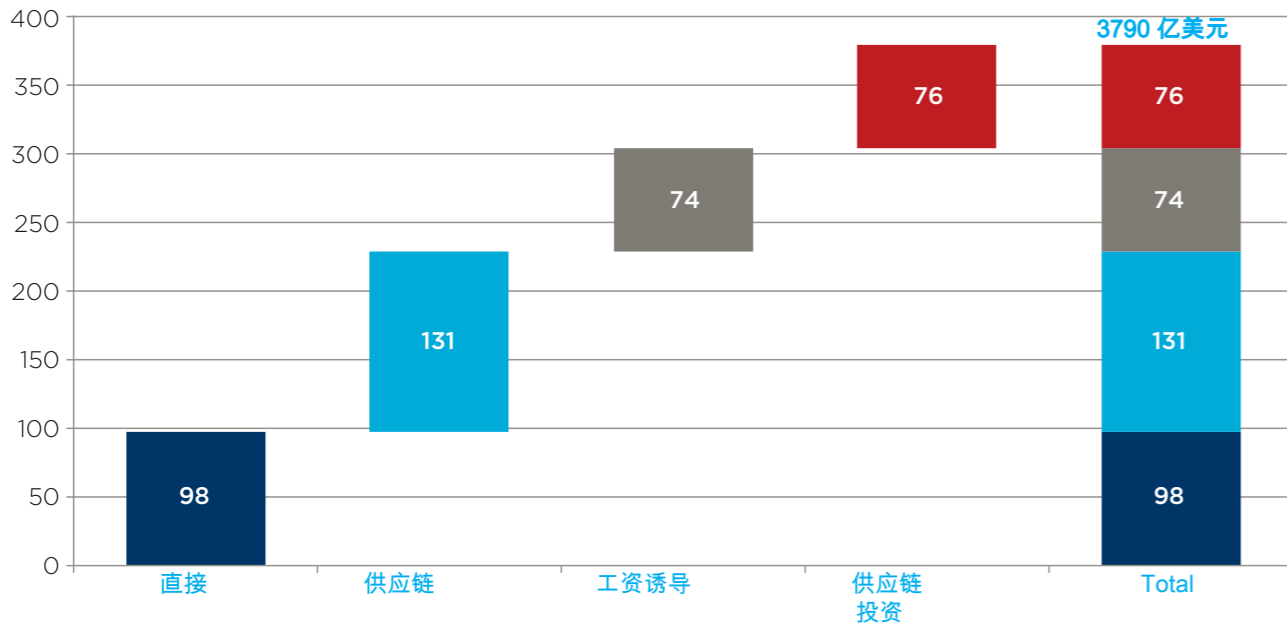
剩余的57%（或4990亿美元）与下游价值链相关，包括分销商、零售商、批发商和参与啤酒销售至消费者的酒店业所支持的经济活动。这在第四部分中进行了进一步的研究。

\$8780 十亿

啤酒行业对全球 GDP 的总贡献，以及 33.0 million 工作支持。

图 3：酿酒商 2023 年对全球 GDP 的总贡献

数十亿美元

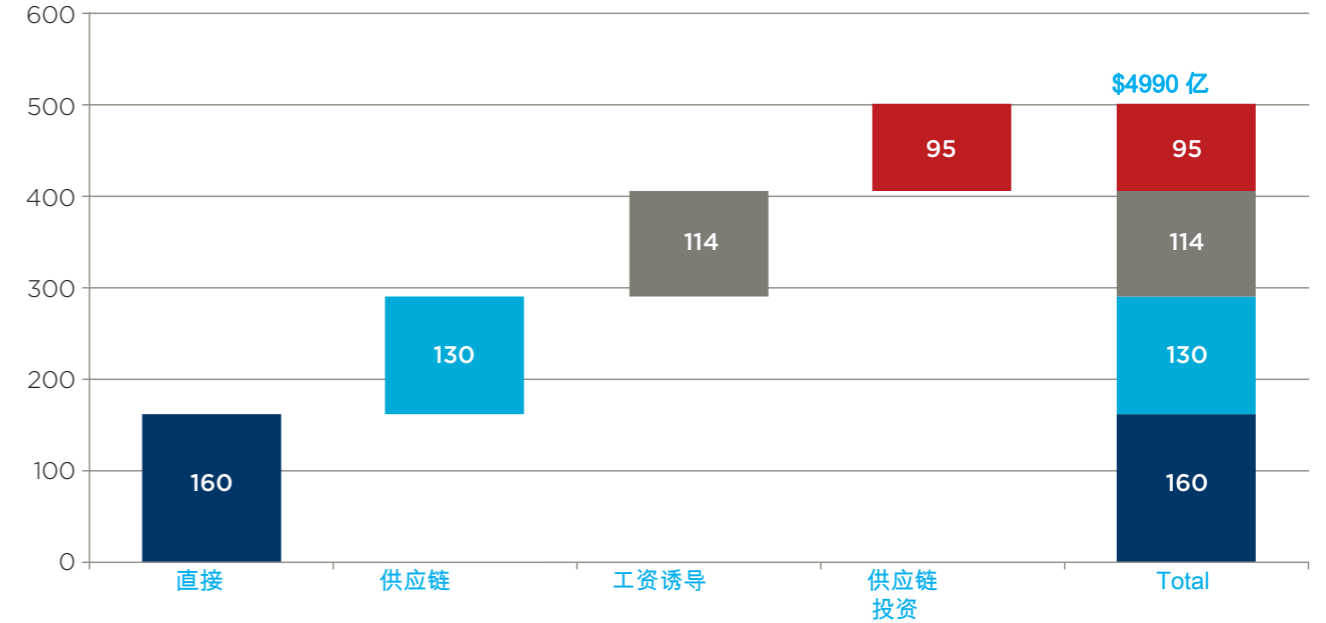


来源：牛津经济

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

图 4：2023 年下游价值链对全球 GDP 的总贡献

数十亿美元



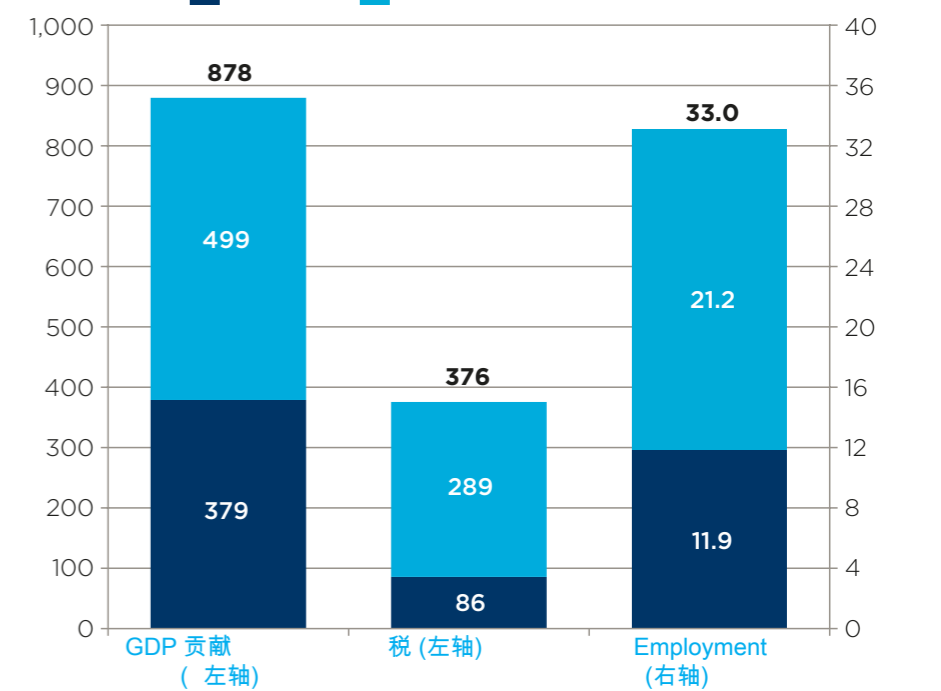
来源：牛津经济

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

由于总GDP影响（8780亿美元）是啤酒制造商自身直接GDP影响（980亿美元）的九倍，我们可以得出全球啤酒行业具有9.0的GDP乘数。换句话说，对于全球酿造业直接产生的每1000万美元GDP，其在投入、工资以及啤酒销售活动方面的支出还会进一步刺激全球经济额外产生8000万美元的GDP。

图 5：2023 年全球啤酒行业总经济足迹

数十亿美元



来源：牛津经济

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

我们估计全球啤酒产业还支持了3300万个工作岗位——相当于全球每100个工作岗位中就有一个。我们估计全球啤酒生产商直接雇用了62万名员工。因此，在这种情况下，就业乘数为53：对于每个由生产商自身雇用的工人，额外支持了52个下游活动、供应链或消费者经济中的工作岗位。⁹ 较高的就业乘数相对于GDP乘数的增长是由全球啤酒行业的高生产力所驱动的，从而在相对意义上支持了全球经济其他部分更多的就业机会。事实上，2023年全球啤酒行业的工人平均生产力约为每工人贡献GDP 157,200美元。¹⁰ 这几乎是全球平均水平的五倍。¹¹

啤酒行业也被估计支持了总计3760亿美元的全球税收。其中大约43%，即1630亿美元，是由分销商购买啤酒时支付的消费税（包括消费税和销售税）组成，剩余部分则包括酿酒商及下游价值链支付和支撑的企业所得税、劳动税及其他税费。

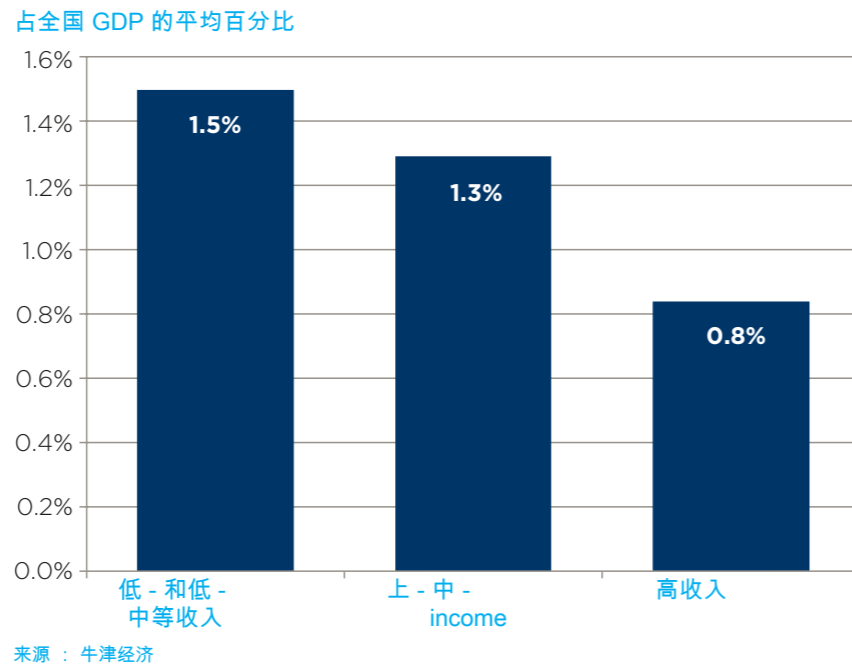
更大的经济价值份额。通过按收入水平对“核心国家”进行分组并使用世界银行分类，我们发现啤酒产业在其经济重要性方面（以啤酒产业对GDP的总贡献占国民生产总值的百分比衡量）在2023年于这些低收入和较低中等收入国家平均为1.5%。¹² 这几乎是高收入国家对GDP的贡献的两倍（平均为国家GDP的0.8%）。

2.1.1 啤酒行业对低收入国家的影响

过去十年，低收入经济体一直是该行业全球增长的主要驱动力，并支持

我们的分析表明，啤酒工人的生产效率相对于低收入国家的平均工人而言更高。每位啤酒工人的GDP贡献为117,000美元——这是一个衡量标准。

图6：按收入分组划分的2023年啤酒行业在全国GDP中所占份额



52 jobs

对于每位由酿酒商直接雇用的工人，另有52个就业岗位通过下游活动、供应链或消费者经济得到支持。

⁹ 对于每位由酿酒公司雇用的工人，还有另外42个工作机会存在于下游活动或上游供应链中（包括直接影响、间接渠道以及供应链投资渠道的影响）。如果我们考虑所有四个影响渠道，那么对于每位由酿酒公司雇用的工人，下游价值链、供应链或消费者经济中还将额外增加52个工作机会。劳动力生产率的衡量标准计算为直接对GDP的贡献（包括工资和利润）除以就业人数。

¹⁰ 24.1

¹¹ 全球经济劳动生产率计算为全球GDP总和除以所有经济部门的全球劳动力总数。

¹² 世界银行，世界银行国家和贷款组别。各组别的平均值通过计算每个组别中各国的中位数平均值得出。

在生产方面——在低收入国家中，这一比例为平均工人的18.3倍。虽然啤酒制造商在上中等收入国家（人均GDP为120,200美元）和高收入国家（人均GDP为238,200美元）的劳动力所创造的GDP更高，但这分别是平均工人的5.4倍和2.2倍。

啤酒消费随收入增加。低收入国家的人均啤酒消费量仅为高收入国家同类人群消费量的三分之一。然而，这些低收入国家的消费者将更大比例的可支配收入用于啤酒消费，尽管他们的消费水平较低。¹³

在啤酒产业对各国国内生产总值总影响中贡献最大的前10个国家中，有8个是低收入国家（见图8）。值得注意的是，在柬埔寨，2023年啤酒产业在国内生产总值中的占比达到了5.8%，这主要是由于人均啤酒消费量高达107升（相比之下，低收入国家的整体趋势低于全球平均水平37升/人的水平）。随后是斯威士兰（2.3%）和越南（2.2%）。

图7：2023年按收入分类的人均GDP(生产率)

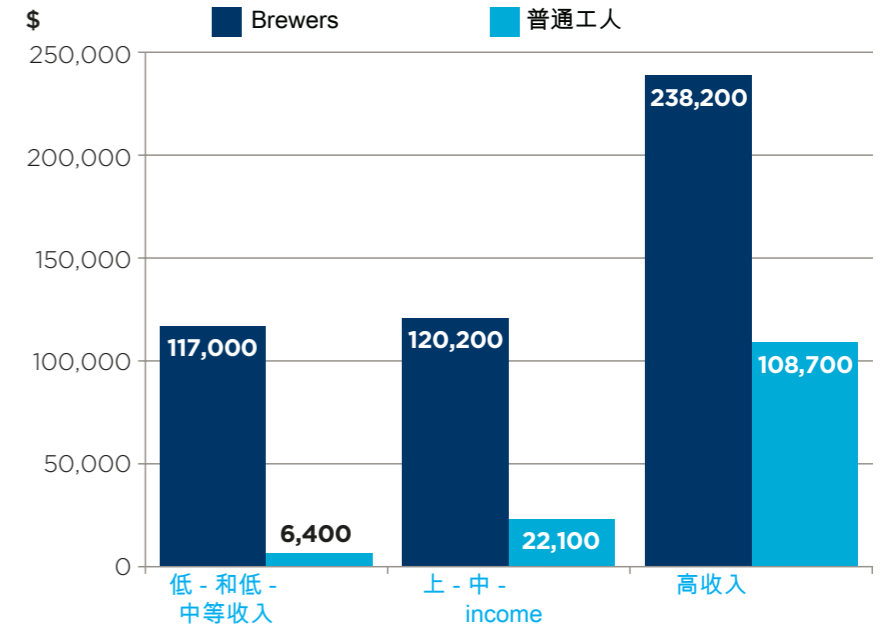
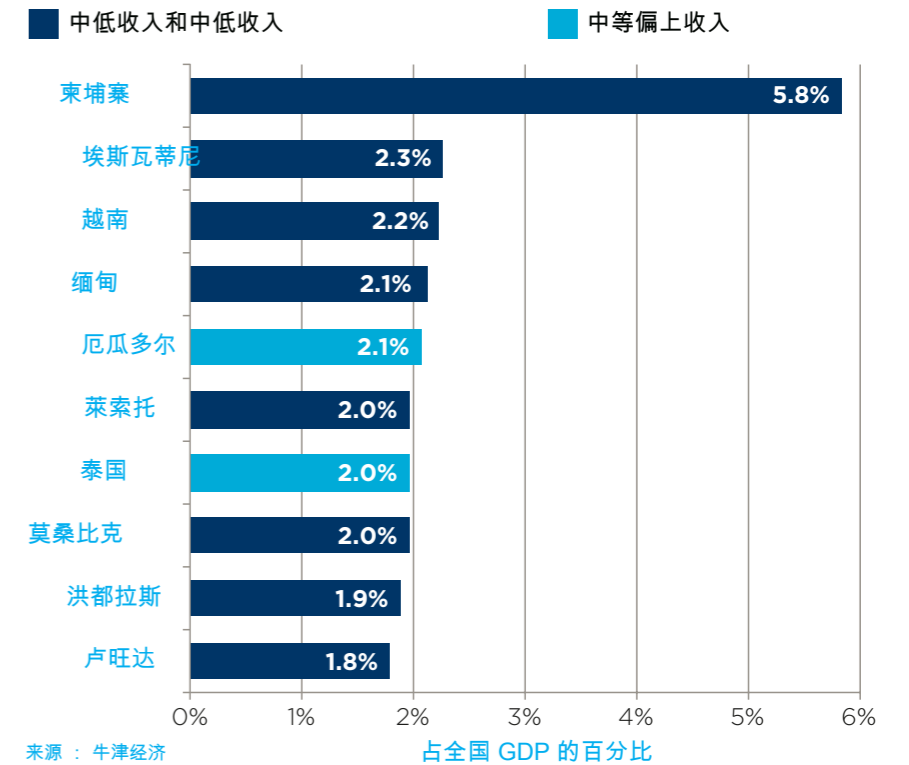
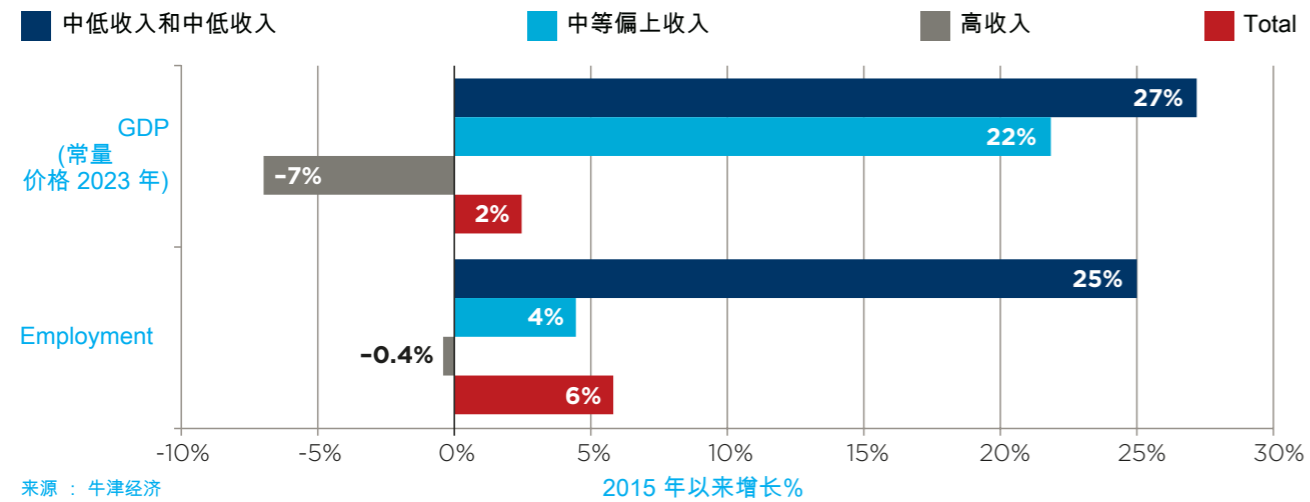


图8：2023年啤酒行业支持的GDP总额占全国GDP的比重，前10个国家



¹³ 牛津经济学，啤酒在低收入国家的经济贡献

图 9：按国家收入水平划分的总体经济影响增长与 2015 年的比较



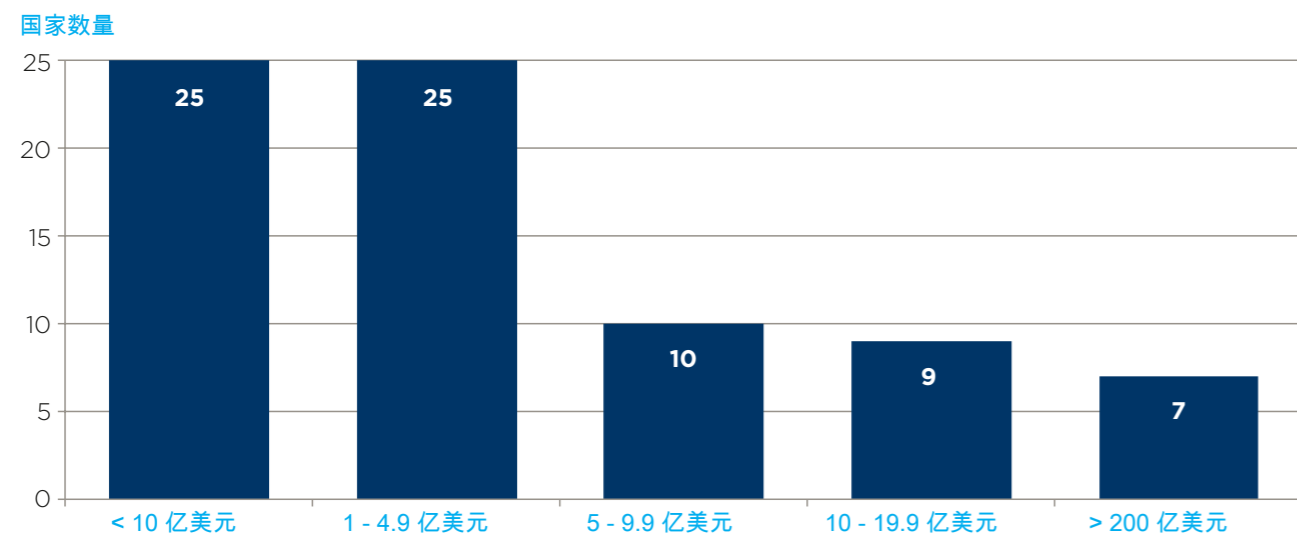
我们的分析还表明，低收入和较低中等收入国家自 2015 年以来一直是全球啤酒 sector 经济足迹的动力源泉。如图 9 所示，这些国家在 2015 年至 2023 年间，GDP 贡献度在不变 2023 价格的基础上提高了 2.7%，并在 2023 年达到了 24% 的增长。

就业支持有所提升。相比之下，高收入国家在同一时期内其对 GDP 和就业的贡献分别下降了 7% 和 0.4%，这反映了 2015 年至 2023 年间高收入国家啤酒产量的减少。

2.1.2 啤酒全球经济足迹分布

全球啤酒产业经济足迹的分散情况按照 GDP 贡献的不同区间分为不同的组别，在图 10 中进行了总结。大约三分之二的“核心国家”（或 51 个国家）属于这些组别。

图 10：啤酒行业 2023 年 GDP 贡献总额分布



这些国家在 2023 年的国内生产总值 (GDP) 贡献低于 50 亿美元。总体而言，这些市场占全球啤酒产业 GDP 贡献的 8%，这与它们在全球 GDP 中的集体份额相符。

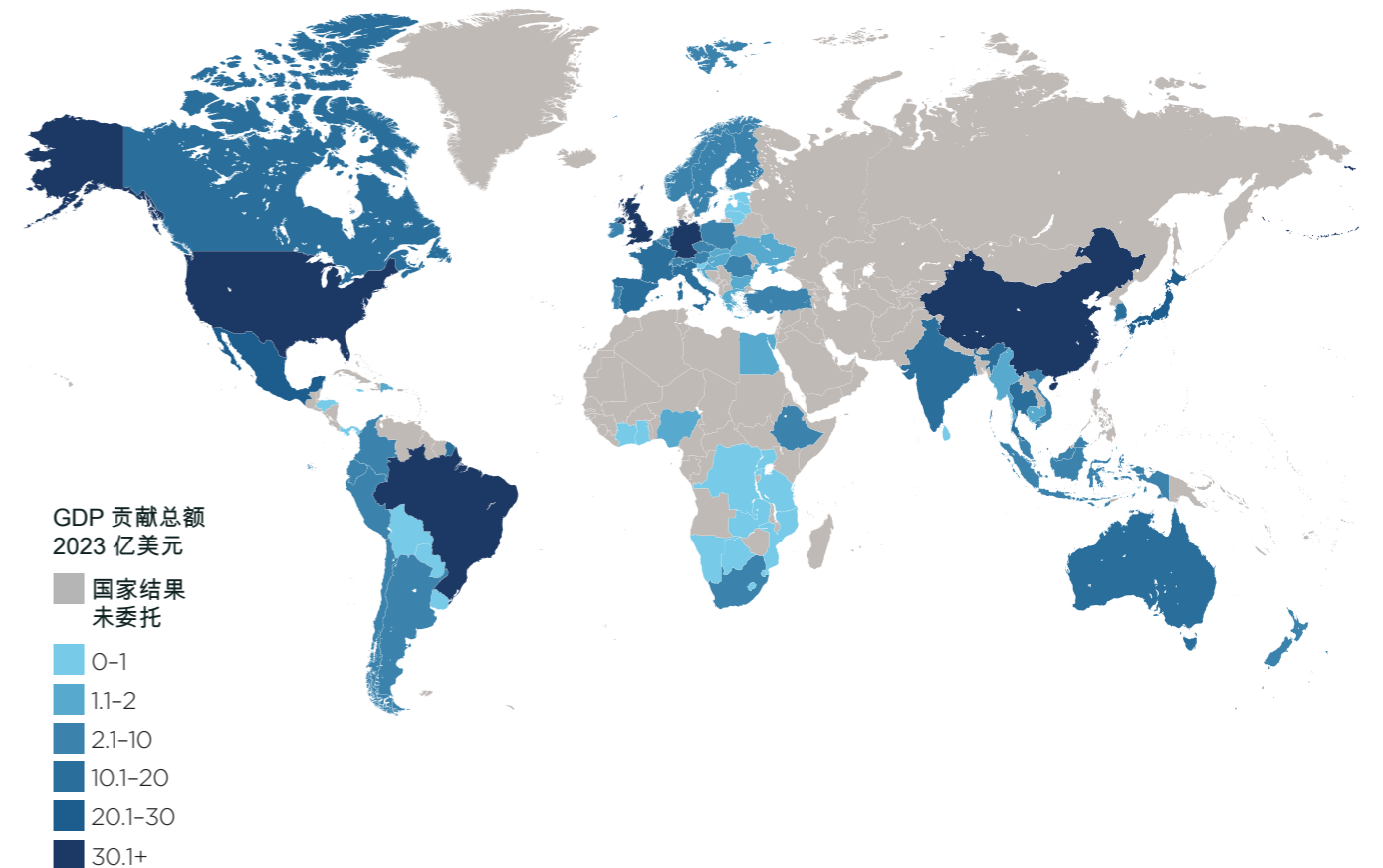
相反，在七个国家——美国、中国、德国、巴西、英国、日本和墨西哥，啤酒产业对 GDP 的贡献超过 200 亿美元。这些七个国家占到了 56%。

全球啤酒行业的 GDP 贡献，占全球整体经济 GDP 的 58%。

这些市场的构成在一定程度上反映了全球经济规模的相对大小。例如，美国和中国作为全球最大的两个经济体，也贡献了最大的绝对 GDP 增长，如图 11 所示。值得注意的是，在巴西和墨西哥，全球啤酒市场近年来表现出强劲的增长势头，分别占到了 1.5% 和 1.3%。

在整个经济体 GDP 中，各市场的份额相对应于全球啤酒 sector 占全球 GDP 的 0.8%——这一增长主要由强劲的国内消费推动。墨西哥人均消费量为 101 升，巴西为 84 升，而全球平均水平为 37 升/人。对于墨西哥而言，这一增长还受到其相对较高的出口强度驱动：作为 2023 年全球最大的啤酒出口国，其出口额占总生产额的 42%。

图 11：2023 年各国家啤酒行业对 GDP 的总贡献



然而，我们的分析表明，啤酒行业的影响力并不总是与 breweries 自身的市场规模直接相关。以下我们将通过欧洲三个市场的统计数据为例进行探讨。

- 法国例如，在2023年消费了全球啤酒总量的1.1%。然而，该国还向国外的全球啤酒生产商出口了价值11亿美元的供应品——其中28%为农业原材料。这相当于全球啤酒生产商国际供应商支出的6.4%（即非本国采购部分）。

- 保加利亚仅占2023年全球啤酒消费的0.3%。然而，全球啤酒生产商从保加利亚公司购买了价值5.76亿美元的供应品，相当于其总国际供应商支出的3.5%。这些采购中近四分之三为制造玻璃产品。

- 斯洛伐克同样消费了世界啤酒总量的大约0.2%。但是，斯洛伐克企业向国际啤酒生产商出口了价值1.8亿美元的供应（占其对外采购支出的1.1%），其中52%为制造产品（主要为玻璃和制造金属产品），17%为农业产品。

2.2 啤酒部门支持的主要工业部门

鉴于啤酒产业庞大的经济影响力，多个工业部门受益于其运营活动。这些部门包括啤酒产业链上的相关行业，它们直接获得啤酒产业的支出或其供应商的支出，以及因工资增加而带动的消费支持的行业。

行业的GDP贡献情况如图12所示。这分为两类：一类是全球啤酒产业直接产生的足迹——包括酿酒商、下游价值链的即饮市场（例如酒吧、餐馆和酒馆）以及下游价值链的离店市场（包括超市和便利商店）；另一类是受这些直接行业支出和工资支付支持的行业。这还包括为酿酒商和下游企业供应关键产品的行业。

对于啤酒生产商而言，关键供应商包括农业部门供应啤酒花和大麦；瓶、罐和桶制造商提供啤酒容器；以及法律、会计和市场调研等专业服务部门。对于下游价值链来说，这可能包括其设施的租金、灌装设备或冰箱的费用，或者广告服务费用——所有这些都必不可少以支持其啤酒销售。

员工的工资用于支付租金和住房费用，以及其他消费经济活动，如零售店购买食品和衣物等。

专注于这些直接部门支出支持的行业，在2023年，批发和零售业以及商业服务业受到了最大的影响。这些部门对全球GDP的总贡献分别为940亿美元和700亿美元。¹⁴ 这些部门不仅向啤酒业提供商品和服务，而且在啤酒企业后续采购的投入品中也占据显著位置。

啤酒产业还为房地产sector贡献了540亿美元的GDP。主要驱动因素包括下游价值链对供应商的支出，因为在贸易现场和非贸易现场运营的场所租赁了所需的设施以销售啤酒；以及由于工资增长导致的员工在住房方面的支出。

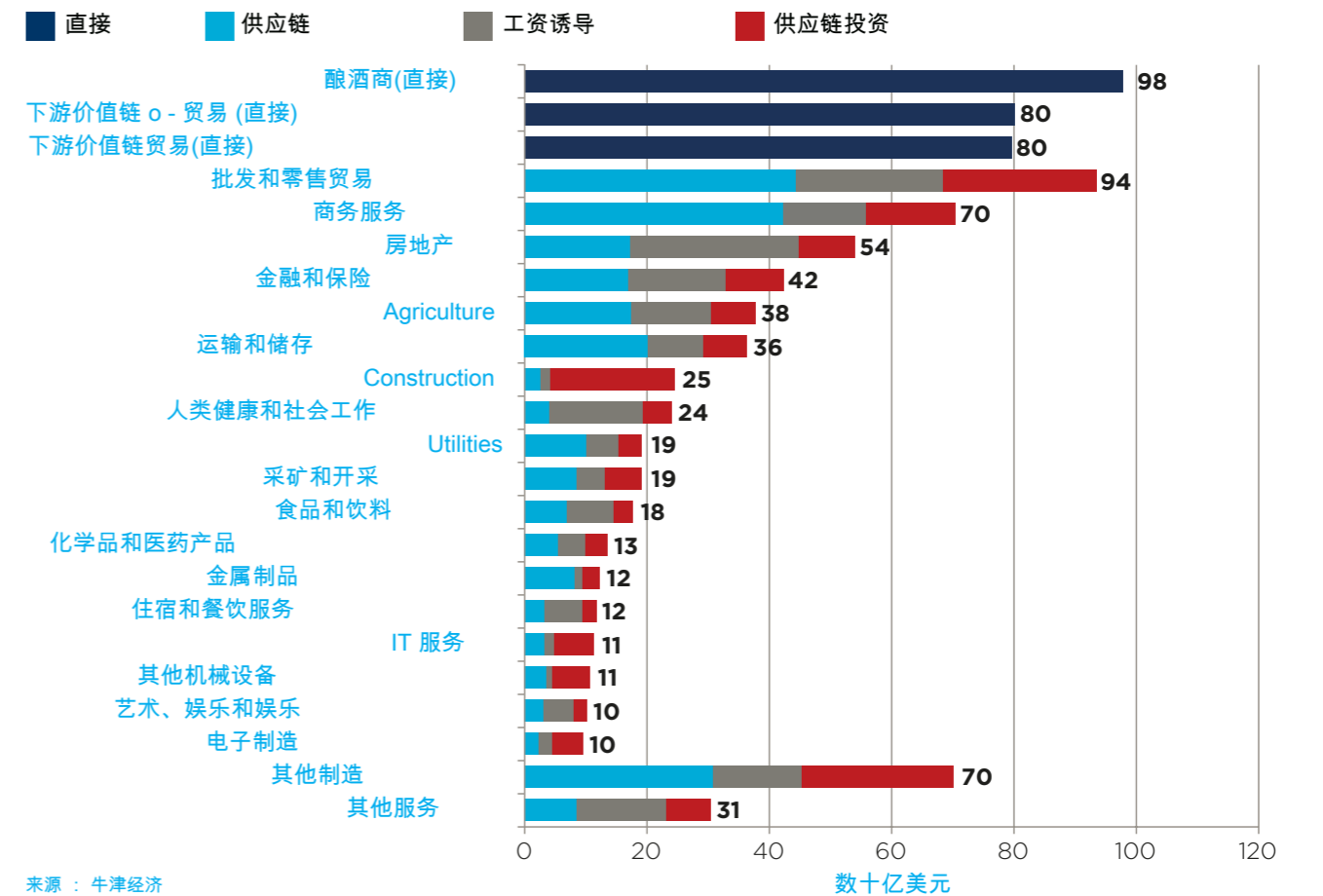
驱动啤酒产业的主要因素是其采购所需的啤酒花、大麦及其他任何酿造原料，该产业对农业部门贡献了3800亿美元的GDP。这一内容在第三部分中有更详细的讨论。最后，啤酒产业链支持下的资本投资主要推动了建筑业对GDP贡献的2500亿美元。

相反，就GDP影响而言，农业部门对就业的影响最大。啤酒行业在2023年支持了全球农业部门640万个就业岗位，其中近三分之一的就业岗位由全球啤酒生产商与供应商的支出维持。图12和图13中农业部门的GDP影响排名和就业影响排名之间的差异反映了相对于其他行业，农业在全球范围内的劳动密集程度更高。

批发和零售sector额外支持了480万个工作岗位。啤酒sector的就业影响比其GDP影响更为集中，农业和批发零售sector共同占到了额外支持就业的49%（不包括其直接影响）。

最终，分别在业务服务sector和支持交通运输及存储sector创造了约180万和140万个工作岗位。

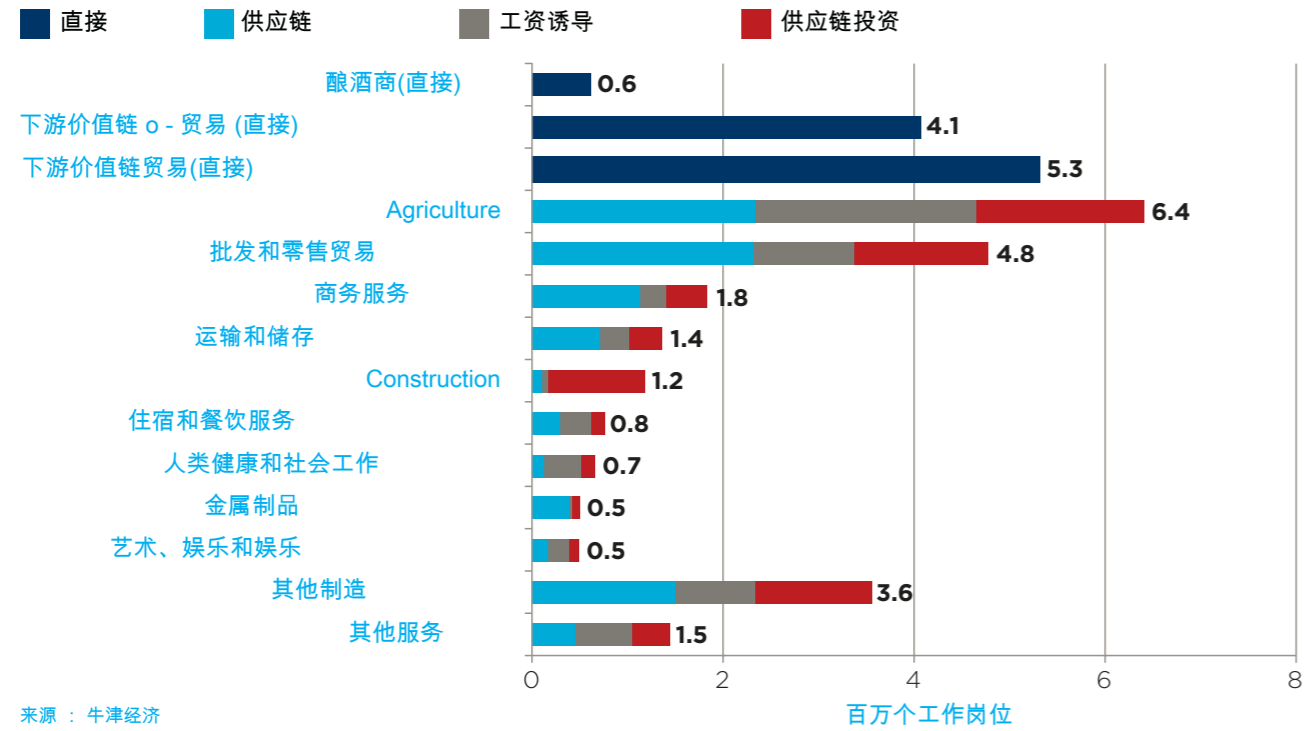
图 12：啤酒部门对 2023 年 GDP 的总贡献按工业部门划分



来源：牛津经济

¹⁴ this 对 GDP 的批发和零售部门的贡献是在直接下游贡献的 800 亿美元的基础上的。
28 价值链非贸易。

图 13：啤酒行业 2023 年按工业部门划分的总就业影响



3. 酿酒商的全球经济足迹

全球酿酒行业的活动为全球GDP贡献了3790亿美元。随着全球啤酒产业——包括 brewers 及其下游价值链——在2023年为全球GDP贡献了8780亿美元，这意味着 brewers 的贡献占到了啤酒产业总贡献的近一半（43%）。

连锁投资影响（图14）。然而，这并不包括他们在啤酒销售过程中的下游价值链活动——这部分内容在第四节中有详细说明。此外，酿酒商在2023年总共支持了1190万个就业岗位，并为全球政府带来了860亿美元的税收收入（直接缴纳和间接支持）。

啤酒下游价值链，包括分销商、零售商和 Hospitality 厂商。反过来，这些企业将啤酒销售给消费者——我们将在第4节中探讨这一经济足迹。

酿酒商的日常活动不仅包括酿造，还涉及与酿造相关的更广泛的商业运营，如市场营销、会计、采购和物流。酿酒商对全球经济的直接贡献与其在啤酒厂和办公室进行的活动相关，并且他们对此负直接责任。生产饮料是最直观的例子，但这也包括营销和销售。其他内部支持功能，如会计、金融和物流也属于酿酒商直接影响的范畴。

通过向下游价值链销售啤酒，我们估计啤酒制造商在2023年直接贡献了980亿美元的全球GDP，并雇佣了大约62万名员工。啤酒制造商的全球劳动力非常高效。这些工人的人均生产力为每人157,200美元，按每位工人的GDP贡献计算¹⁵，这一生产率是全球平均水平的4.9倍。

这种高生产率既取决于酿酒商的资本密集度，也取决于酿酒商提供的技术岗位，包括酿造、工程、法律、市场营销、会计和财务等领域的工作。拥有高效能的员工非常重要，因为它能够提升啤酒的价格竞争力，并支持更广泛的经济增长。这主要是通过酿酒商与供应商及下游企业的互动所产生的溢出效应来实现的。

客户。生产力也是长期生活水平的关键决定因素，因为它推动了更高的工资，进而提高了购买力和消费水平。

此外，全球啤酒生产商及其员工在2023年向政府缴纳了大约160亿美元的税款（不包括他们收取的啤酒销售税，该税款已在下游价值链的影响范围内考虑）。

\$379 十亿

2023年酿酒商支持的对全球GDP的总贡献，以及11.9 million工作支持。

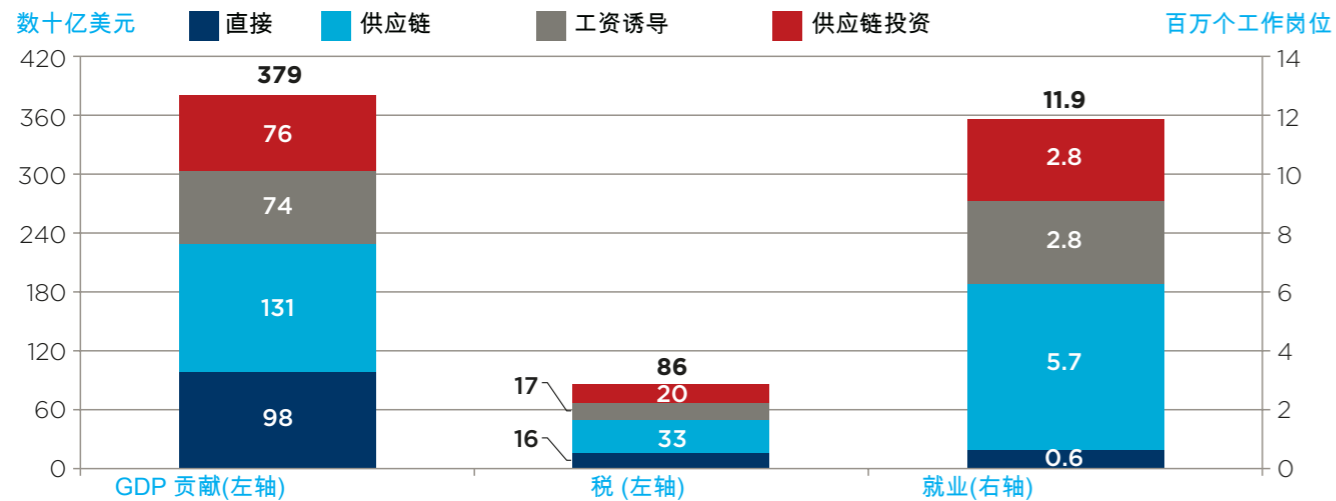
贡献给GDP的主要部分（86%）集中在报告引言中提到的“核心国家”内，而剩余的14%的影响则分布在其他各国的经济体中。

3.1 酿酒商的直接影响

这个总额包括他们直接对GDP的贡献，以及通过供应链间接维持的活动、工资引起的效应和供应因素。

在2023年，我们估计全球啤酒生产商的收入达到2290亿美元。这一收入来自于制造和销售产品。

图 14：2023 年酿酒商的总经济足迹



来源：牛津经济

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

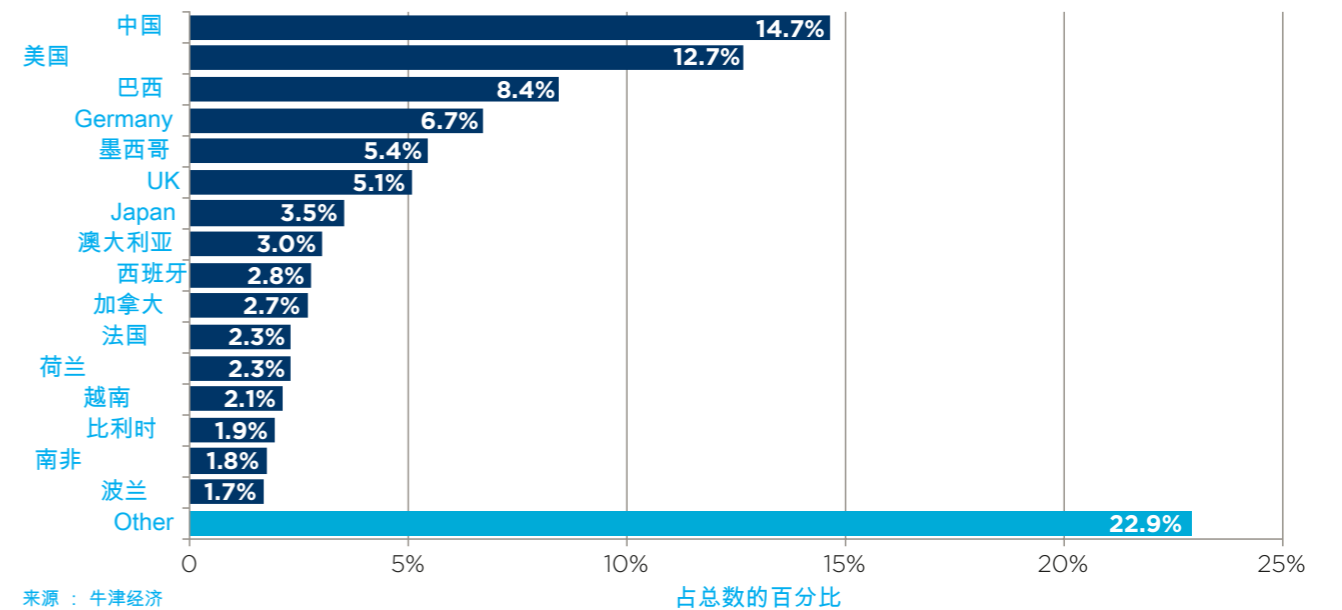
3.2 酿酒商供应链 (间接) 影响

为了生产、包装和营销啤酒产品，酿酒商在日常运营中会与全球各地众多的上游供应商进行采购。例如，

breweries 从农民那里购买啤酒花和大麦；从制造公司购买瓶子、易拉罐和纸板包装；并与专业服务公司合作以支持其业务。

运营与营销。啤酒下游价值链条中的活动——无论是分销、批发、零售或餐饮服务——的相关内容在第4节中有所阐述，此处未作赘述。

图 15：2023 年从啤酒制造商与供应商的支出中受益的国家¹⁶



来源：牛津经济

占总数的百分比

¹⁵ this衡量劳动生产率的指标是通过将就业成本和利润直接贡献于GDP计算得出的。人数。

¹⁶ 请注意，图 15、16 和 17 代表了在选择 76 项核心研究中估计的酿酒商采购国家，不包括世界其他国家的采购。

我们估计，到2023年，酿酒商总共与全球第三方供应商花费了1,310亿美元。

使用主要啤酒生产商的数据，并结合国家统计数据 and 可用的市场数据，我们估计采购的输入商品和服务总额中有1030亿美元，即总采购额的86%，来自国内供应商。剩余的160亿美元（14%）则用于国际供应商（位于其他国家的供应商）。

按国家划分，brewers 总体全球采购支出的Just over 50%来自仅六个国家的供应商：中国（15%）、美国（13%）、巴西（8%）、德国（7%）、墨西哥以及英国（各占5%）。

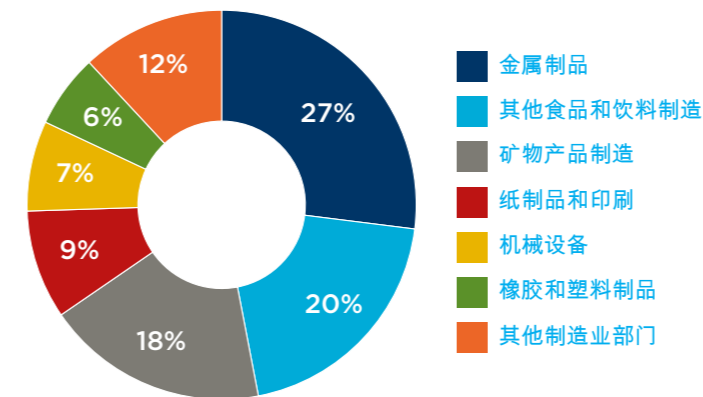
按行业划分，制造行业占据了酿酒供应链支出的最大份额（51%）。紧随其后的是商务服务行业（18%），该行业包括法律、营销、会计及其他与酿造过程相关的关键专业服务；以及运输和储存行业（12%）。酿酒商采购原材料的农业部门占较小比例。

remained 一个关键供应商，并获得了他们总采购支出的9%。农业在支持啤酒制造商方面所扮演的中心角色将在下文中进一步阐述。

如图17所示，啤酒生产商在制造业部门的支出中，超过四分之一发生在金属产品部门，从这些企业处购买包装材料。每个啤酒生产商的供应商自身也需要原材料和服务，而这些供应商则会从更上游的企业采购。这些额外的供应链环节被纳入了我们的模型中。

Fig. 17: Brewers' spending with manufacturing suppliers by 2023 年制造业子行业

占制造业总支出的百分比



来源：牛津经济

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

通过映射啤酒制造商的总支出及其对供应链上游的支持活动，我们估算啤酒制造商支持了131亿美元的活动。

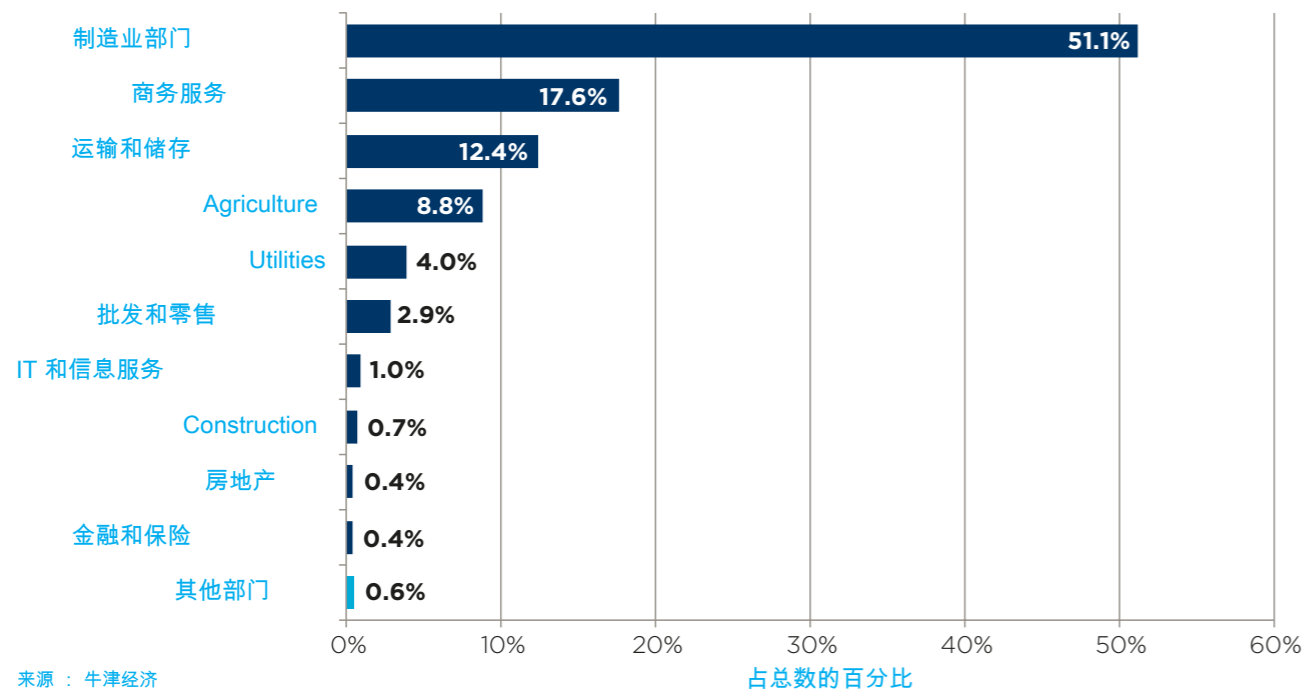
对2023年全球GDP贡献了约数百亿美元。这项活动还与啤酒制造商供应链上的额外57万个就业岗位以及330亿美元的税收支付相关。

这是根据上述啤酒生产商初始采购支出，基于Oxford Economics的全球可持续性模型（GSM）进行估算的，该模型捕捉了后续供应链活动中的支出模式。

酿酒供应链（间接）GDP贡献的行业分布大致反映了酿酒商的采购分布。例如，酿酒供应链活动支持了220亿美元的商务服务sector，其次是共计150亿美元的农业、批发和零售sector。

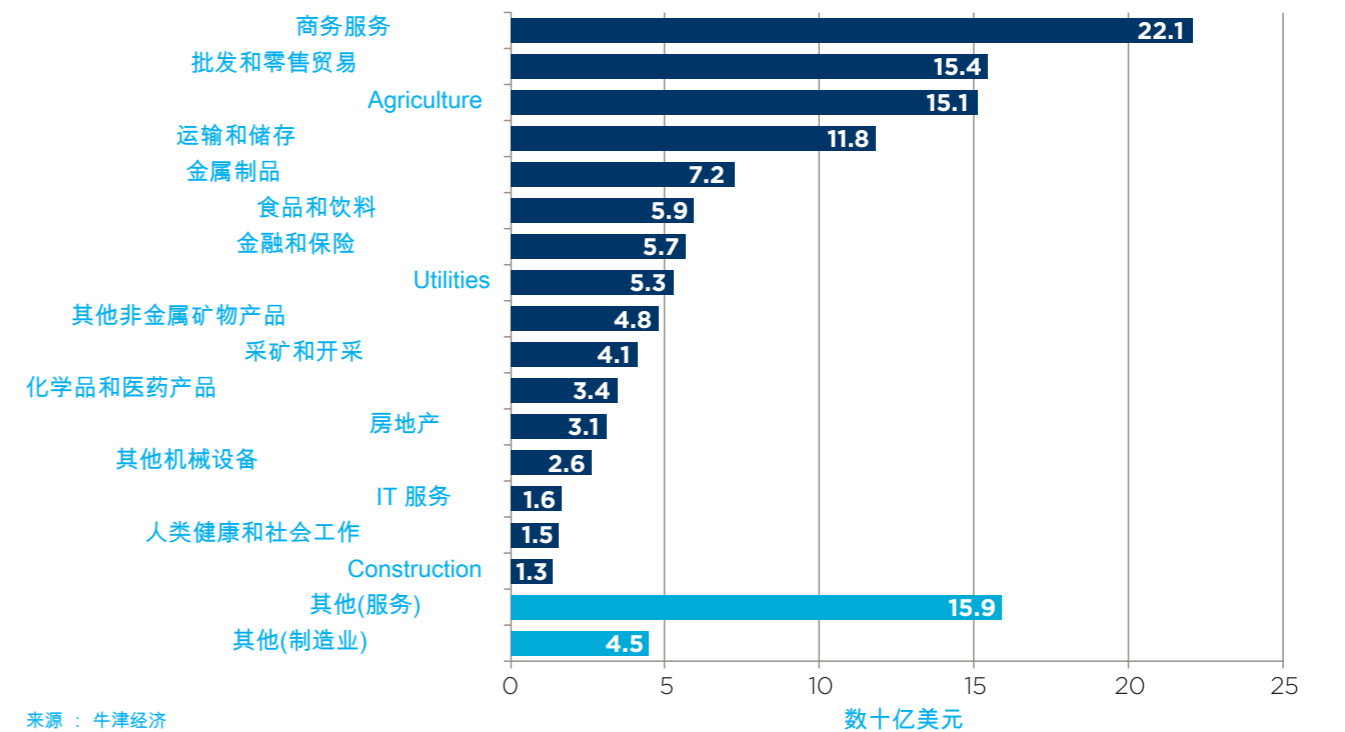
供应商支出与酿酒商在生产国家本地业务。**86%**

图 16：2023 年受益于啤酒制造商与供应商的支出的企业类型



来源：牛津经济

图 18：2023 年各行业供应链对酿酒商 GDP 的贡献



来源：牛津经济

酿酒商的农业供应链

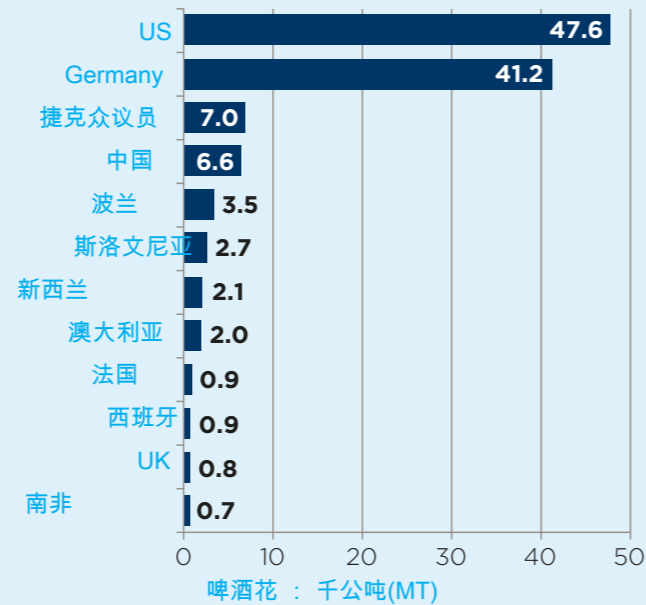
大多数啤酒由三种原料制成：水、大麦芽和酒花。每家啤酒厂都有自己独特的配方，这些配方源自数十年甚至数世纪的酿造经验和地域传统。但为了说明啤酒的酿造过程，以一种典型的比利时啤酒为例，1公斤谷物（大麦芽）与10克酒花以及25升水混合，可以生产出5升啤酒。¹⁷ 因此，2023年啤酒制造商总采购的9%用于全球农业部门的公司。

全球2023年种植了近12万吨啤酒花，分布在超过6万公顷的耕地上。两个地区生产了全球大部分的啤酒花。美国的生产集中在太平洋西北部（华盛顿州、爱达荷州和俄勒冈州），这三个州在2023年占全球啤酒花产量的39.9%（美国整体占40.2%）。德国的啤酒花生产主要集中在慕尼黑以北的Hallertau地区，2023年占全球啤酒花产量的约30%（德国整体占35%）。剩余的生产主要集中在欧盟其他国家，占全球产量的14%（集中在捷克共和国、波兰和斯洛文尼亚）。与此同时，中国生产了全球总量的大约6%（图19）。

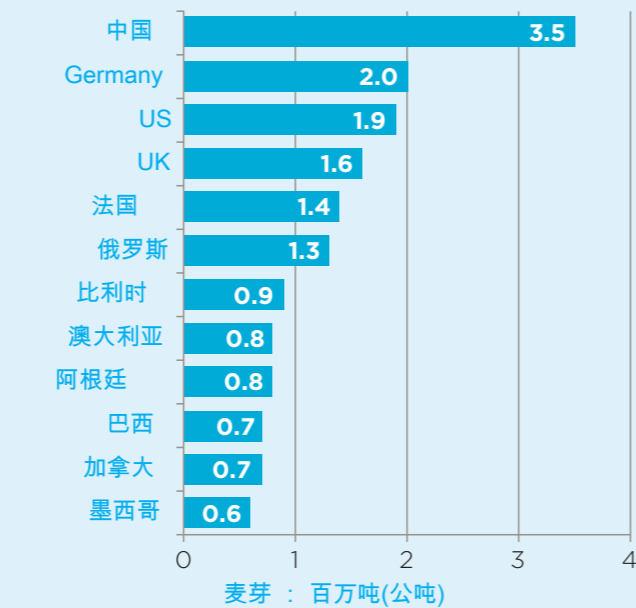
大麦用量增加，用于酿造过程。全球大麦产量远高于hops，且价格更低。2023年种植的大麦总量为1.426亿公吨，其中约20%用于发芽大麦，总计3000万公吨。作为全球最大的发芽大麦进口国（超过90%的需求依赖进口），中国是最大的发芽麦芽生产国，估计产量约为350万公吨。德国、美国和英国是主要的生产国，主要用于国内酿造需求。法国和比利时紧随其后，更侧重于向欧洲以外市场出口。事实上，据估计，法国有80%的发芽麦芽出口到超过110个国家。¹⁸

总体而言，我们估计啤酒制造商在2023年通过采购支出支持了全球农业部门1510亿美元的间接供应链贡献，并创造了20万个就业岗位。¹⁹

图 19：啤酒花(顶部) 和麦芽(底部) 的全球生产



来源：Barth Haas



来源：WBA

¹⁷ Kasteel Brouwerij，水，麦芽，啤酒花和酵母：酿造啤酒所需的成分

¹⁸ Malteurs De France, Le Malt, Un ingrédient naturel essentiel

¹⁹ 这个图表包括了所有由啤酒生产商采购支出支持的农业部门供应链活动。由于直接采购支出对农业供应商的支持将在供应链的第一轮中体现。

³⁶ 活动。然而，这一数字还涵盖了农业部门的进一步供应链活动，因为酿酒商的供应商购买其商品和服务的投入。需要注意的是，任何由酿酒商购买的加工或准备好的麦芽（而非用于酿造的燕麦）最初会被归类为食品和饮料制造业（根据国际标准工业分类代码1103 麦芽制造）。在这种情况下，农业活动在后续的供应链活动中被捕捉到，因为麦芽制造商购买用于酿造的燕麦。

3.3 酿酒商的工资影响

酿酒商及其全球供应链公司支付员工工资，使工人的消费能力得以在更广泛的消费者经济中得到提升。员工在零售、休闲和其他渠道进行购买，进一步刺激了经济活动。

我们估计，由于工资增加导致的支出，啤酒生产商在2023年对全球经济贡献了额外的740亿美元GDP。

在我们的分析中，我们根据各国薪工资在不同国家的支出情况，映射出全球范围内的家庭消费支出。

这些受益的行业反映了普通家庭消费篮子中典型的行业类型。啤酒生产商的影响中，最大的份额持续在房地产sector（110亿美元的工资引起的GDP贡献），这主要是由于租金支出的增加驱动的。

并且包括员工住房，这是消费者支出的一个重要组成部分。随后是批发和零售业（100亿美元）以及金融服务业（60亿美元）。

这种工资引发的经济活动在全球范围内支持了280万个就业岗位，并在2023年产生了170亿美元的税收收入。

3.4 酿酒商的供应链投资影响

我们还评估由啤酒供应商的资本支出支持的经济活动。例如，啤酒花或大麦种植者可能会投资新的农业机械，而铝供应商可能会投资新建生产厂，至少部分资金来源于啤酒生产商购买其产品作为运营输入所获得的收入。这种投资会产生额外的经济活动，进而对整个经济产生连锁反应。将供应链投资纳入考量是对标准经济影响框架的补充，也是与我们之前报告相比本研究范围的扩展。

通过这一进一步的影响渠道，我们估计 breweries 在 2023 年为全球经济贡献了额外的 760 亿美元 GDP。这通过建模每个国家每个部门的资本投资需求来估算。

该影响的最大份额集中在建筑业（100亿美元，占总额的10%），这是资本支出的重要组成部分。供应链投资也在批发零售业（93亿美元）和商务服务业（64亿美元）领域维持了显著的活动。商务服务业的活动尤其值得关注。

代表了对工程和法律服务的需求增加，这些服务对于交付资本投资至关重要。整体影响主要体现在价值链下游，即向进行资本投资的行业提供服务的供应商企业中。总计200亿美元在制造业部门得到了支持，因为机械设备的资本支出中的另一大重要组成部分。

酿酒商的供应链投资活动还支持了全球280万个就业岗位和200亿美元的政府税收。

3.5 Brewers 的总经济足迹

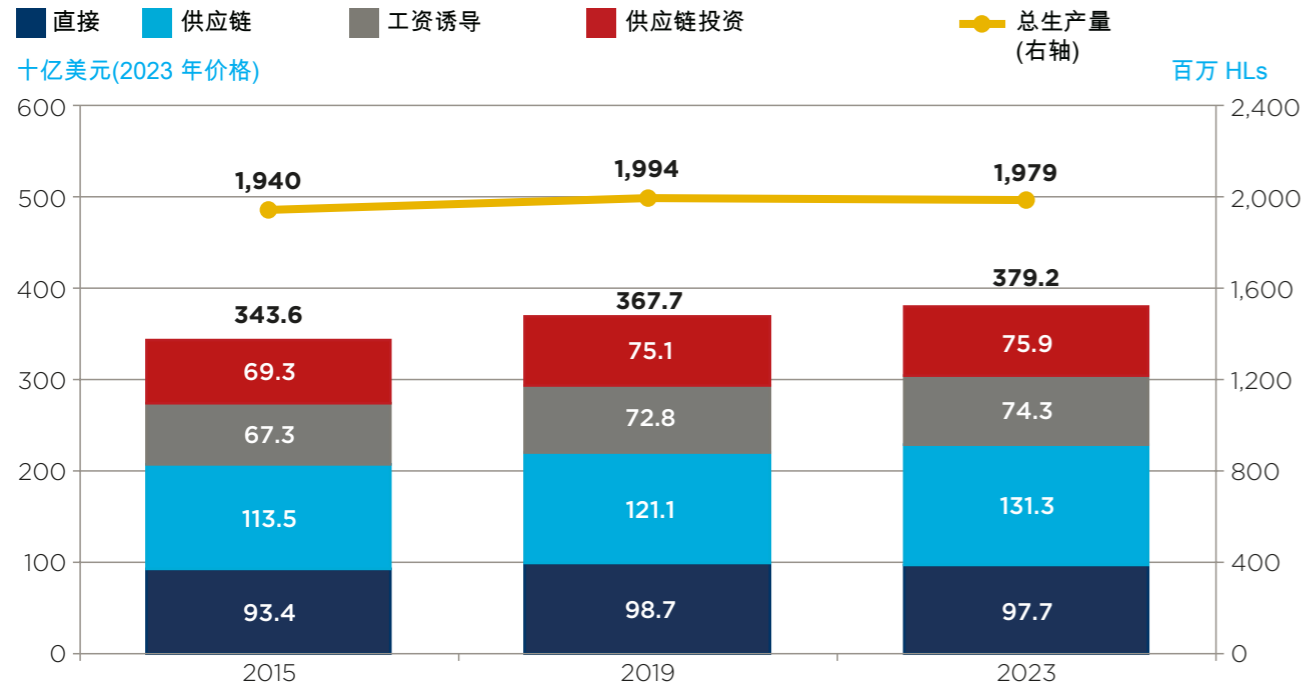
酿酒商在 2023 年对全球 GDP 的贡献估计为 3790 亿美元。这是

影响的四个渠道
在本节中概述 - 直接，供应链(间接)，工资-诱导和供应链投资。这项活动是与 1190 万相关就业和 860 亿美元的税收收入支持。下面，我们考虑如何比较对酿酒商的经济 2015 年和 2019 年的足迹。

在过去十年中，尽管在行业背景下存在不确定性，这一对 GDP 的总贡献仍显示出韧性。虽然全球啤酒产量预计在 2023 年比 2015 年高出约 2%，但啤酒生产商对 GDP 的总贡献在相同时期内上升了 10%，以 2023 年的不变价格和汇率计算。²⁰ 如图 20 所示，这种增长是由酿酒商的供应链支出推动的，供应

连锁(间接)对 GDP 的贡献在 2015 年至 2023 年间增加了 16%。同时，啤酒生产商在同一时期支持的总就业人数上升了 5%。

图 20：2015 年、2019 年和 2023 年酿酒商对 GDP 的总贡献



来源：牛津经济学，柏拉图逻辑

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

国内供应商对酿酒商的重要性

酿酒商通过其在国内供应商中的高支出份额，支持所在地区的显著经济活动。这意味着更多的供应链活动保留在国内，因为这些供应商购买自己的原材料和服务，同时工资引发的消费也产生了更多员工的影响。

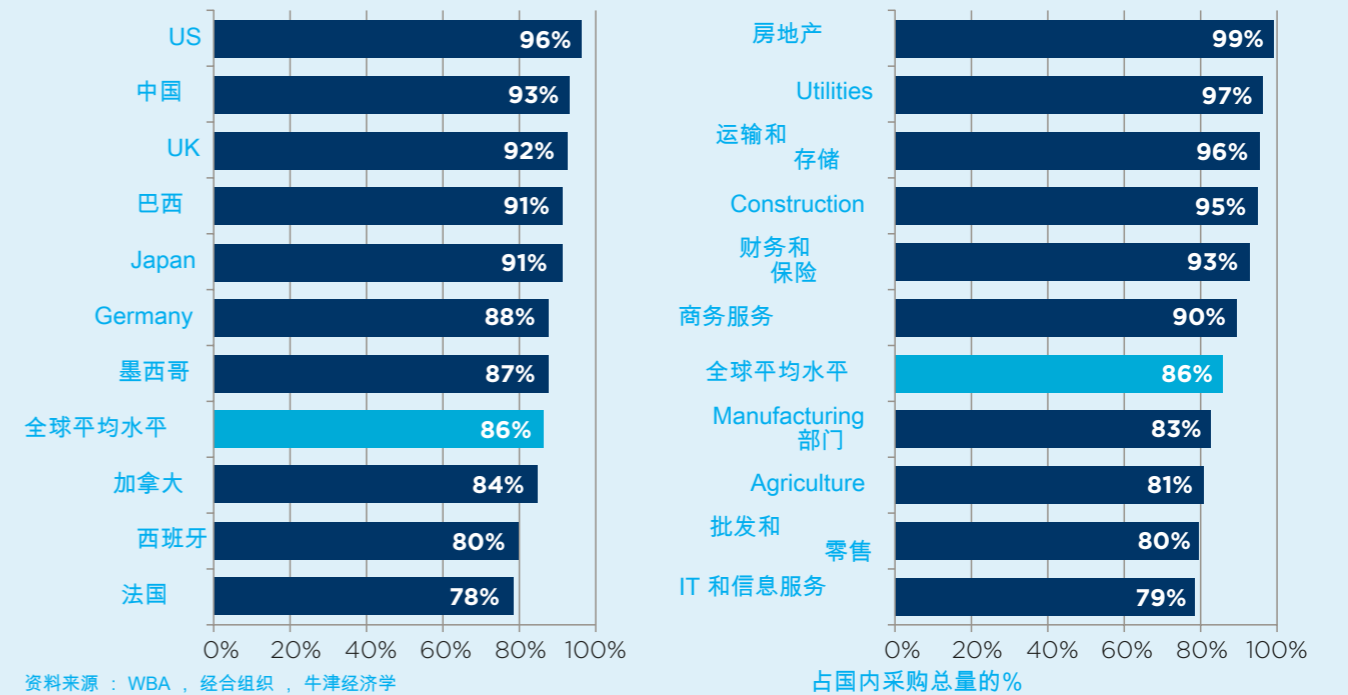
欧盟成员国一般国内采购的比例较低——尽管仍然是绝大多数。这反映了这些国家在单一市场中的地位以及其更为国际化的供应链。然而，值得注意的是，德国啤酒生产商有 88% 的支出来自国内供应商，部分原因是购买了国内的农产品。

在全球范围内，我们估计几乎所有 (86%) 的啤酒制造商原材料采购来自生产国的企业。图 21 显示了在 10 个啤酒产业经济足迹最大的国家中，啤酒制造商在本地供应商上的支出占比情况。

按行业划分，几乎所有的啤酒生产商在房地产 (99%) 和公用事业 (97%) 方面的支出主要来自国内供应商。同样地，运输和储存 (96%) 以及建筑 (95%) 方面的支出也主要是国内的。当啤酒生产商购买农业原材料时，估计有 81% 的支出流向了国内供应商。这反映了并非所有国家都具备种植啤酒花和大麦的适宜条件。

美国在国内支出中占有最高的份额，达 96%。这反映了所需的农产品 (从国内供应商购买 97%)、制造商品 (96%) 和服务 (96%) 均可在国内进行 Brewing。中国国内导向的供应链也在 brewers 的支出中得到反映，其中 93% 的支出来自国内供应商。

图 21：在足迹最大的国家(左) 和行业(右) 的国内啤酒制造商采购份额



资料来源：WBA，经合组织，牛津经济学

²⁰ 生产数据源自 Plato Logic。酿酒企业的经济足迹按地理范围和方法论进行了同类比较。采用 2023 年不变价格和汇率意味着这些影响具有可比性。
38 根据通货膨胀和汇率进行调整。



4. 下游价值链的全球经济足迹

啤酒产业的影响范围远超 brewers 自身支持的活动。无论是通过分销、批发、零售还是餐饮业销售啤酒，这一过程都会产生并支持进一步的经济活动。我们统称为啤酒产业链下游环节的所有业务。本节通过其与啤酒相关的活动概述其经济影响。

这个总额包括了分销商、批发商、零售商或 Hospitality outlets 直接对GDP的贡献，以及通过其供应链间接产生的活动影响、工资引起的经济影响以及供应链投资影响（图22）。

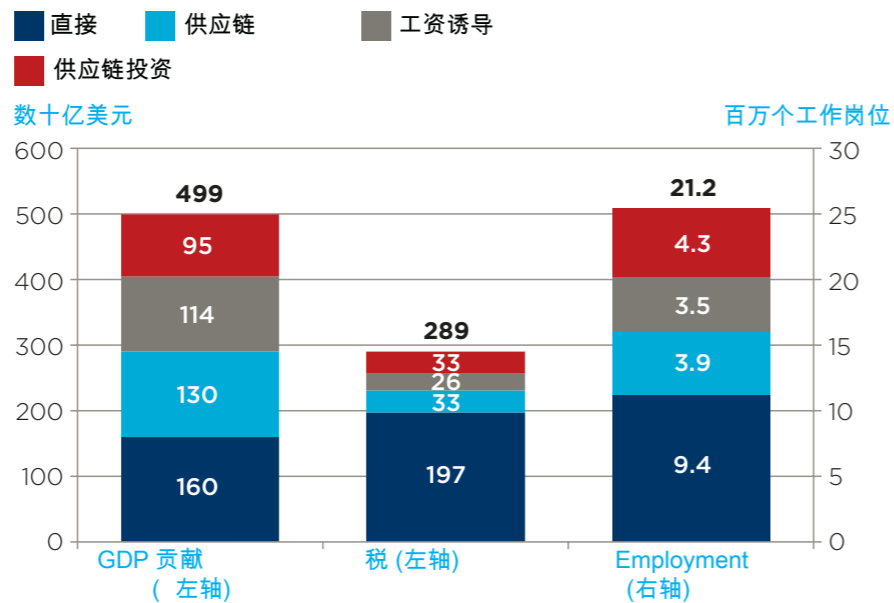
大多数经济活动集中在“核心国家”。这些国家的下游价值链贡献了4260亿美元的GDP，占全球总下游贡献的85%。这一数字与整体税影响相当（占全球总额的87%，或2510亿美元）。然而，就支持的总就业人数而言，有1330万个就业岗位维持在核心国家，占全球总数的63%。这反映了包含在其他地区组内的国家中经济活动的劳动密集型特征，这些国家通常为较低收入市场。

这种经济活动被估计维持了总计120万个工作岗位，其中包括直接归因于酒类销售给贸易和非贸易场所的约940万个就业岗位。下游价值链向全球政府缴纳了共计2900亿美元的税收，其中包括下游价值链从啤酒生产商处购买啤酒所缴纳的约1630亿美元的啤酒销售税。

啤酒产业的下游价值链在2023年为全球经济贡献了4990亿美元。随着全球啤酒产业——

包括啤酒生产商及其下游价值链条，2023年对全球GDP的总贡献为8780亿美元，这意味着啤酒产业总GDP贡献的57%与其下游价值链条相关。

图 22 : 2023 年下游价值链的经济足迹



来源：牛津经济

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。

4.1 下游价值链的直接影响

我们估算下游价值链的经济足迹起点是从分销商啤酒销售收入中得出的。这通过计算每个国家零售售价的总和与制造商售价之间的差额来衡量，扣除任何啤酒销售税（消费税和销售税）后的数值。

考虑最大的市场，西班牙（85%）、瑞士（75%）和德国（73%）的现销渠道最为突出。澳大利亚（74%）、印度（67%）和日本（60%）的离销渠道最为突出。

实际上，下游价值链每支持100万美元的直接GDP，预计会在贸易场所和非贸易场所直接支持59个就业岗位。

从分销商的收入中，我们估计下游价值链在2023年直接贡献了约1600亿美元的全球经济产值。通过零售商以加价方式销售啤酒（即零售售价），他们在便利顾客在当地商店购买啤酒、提供舒适的消费体验或在娱乐场所创造愉快和娱乐的氛围等方面创造了这一经济价值。

最后，这种经济活动与公司在运营国家向当局支付的约197亿美元税款相关。其中最显著的是各种分销商在从啤酒制造商购买啤酒时支付的约163亿美元啤酒销售税，包括近92亿美元的增值税和销售税以及约71亿美元的特别消费税，剩余部分则包括企业所得税、雇员工资税以及其他如环境税等税费。

根据Euromonitor的数据，2023年全球平均每升啤酒的零售售价是制造商收到价格的近两倍（106%）。例如，如果分销商以2.00美元购买一品脱啤酒，他们通常会以4.12美元出售。两者之间的差额是分销商获得的毛利加上他们支付的啤酒销售税。扣除后者后，我们得到的是分销商的收入。

啤酒的下游价值链为丰富的就业机会提供了支持。

啤酒销售直接支持了下游价值链中的9.4万个就业机会，涵盖现饮和非现饮市场。当啤酒进入下游价值链后，它还会进一步促进零售和 Hospitality 等服务业的大量服务岗位，这些行业通常相对于其他经济部门更为劳动密集型。

我们估计，分销商在啤酒方面的收入在2023年总计达到3040亿美元。在现饮渠道（例如酒吧、餐馆和 pub）中，分销商的收入略高于离饮渠道（例如超市和便利商店），分别为1700亿美元（占总金额的56%）和1340亿美元（占总金额的44%）。

\$499 十亿

啤酒分销商、零售业和 hospitality 产业对全球 GDP 的总贡献。这项活动支持了总计 21.2 million jobs.

4.2 下游价值链的供应链(间接)影响

随着贸易场所和非贸易场所购买所需商品和服务的输入以销售啤酒，它们支持其全球供应链中进一步的活动。因此，这一影响渠道涵盖了物流业购买软件系统、零售商和批发商购买收银机和营销服务以及 Hospitality 场所支出玻璃器皿、娱乐费用和公用事业账单等活动。

这笔支出的受益方位于中国 (340 亿美元) 和美国 (310 亿美元)，这反映了两国啤酒市场的规模。随后是德国 (81 亿美元) 和英国 (53 亿美元)。

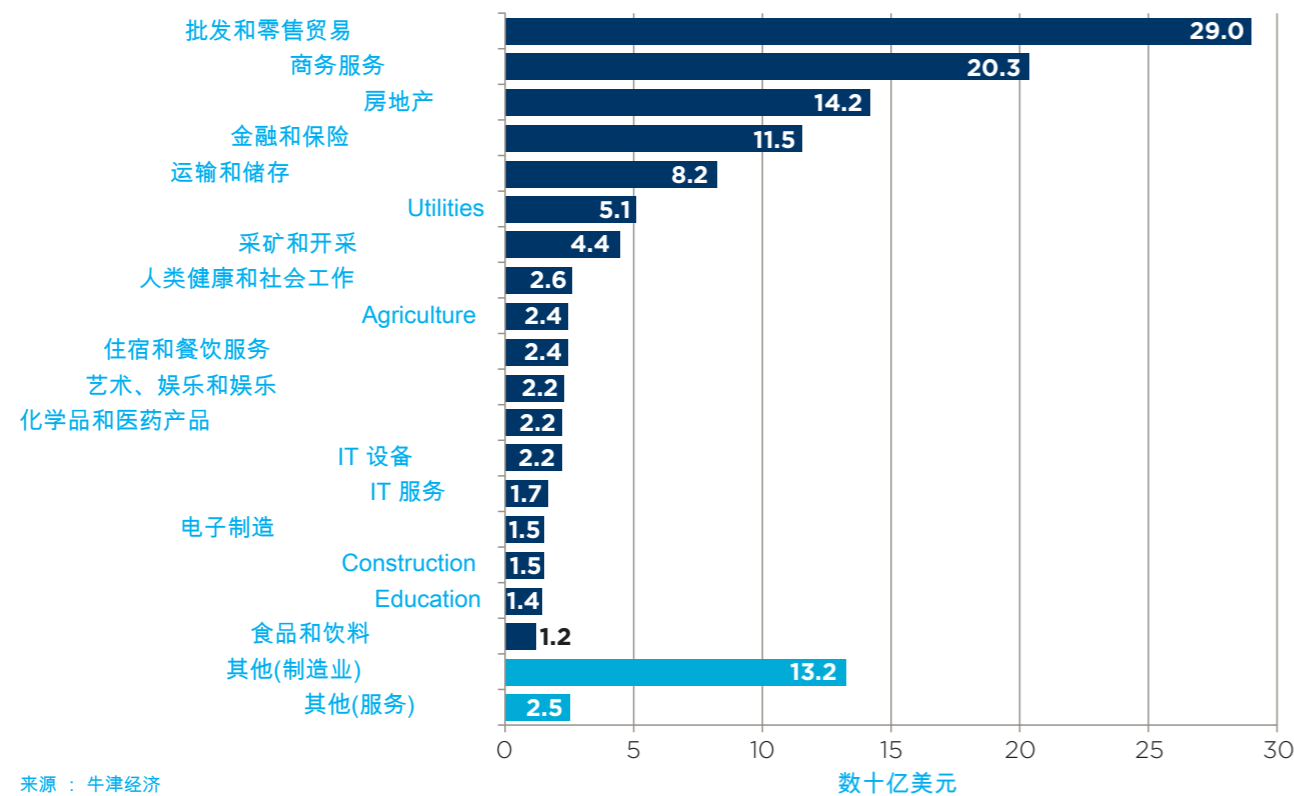
基于此支出，我们估计啤酒下游价值链在2023年对GDP的间接贡献达到了1300亿美元。其中，最大的贡献来自批发和零售业 (290 亿美元，占总量的22%) 以及专业服务行业 (200 亿美元，占总量的16%)。这些行业分别是：

在后续的供应链环节中占据显著地位，因为供应商除了使用这些服务外，还增加了分销商自身的采购。第三大影响出现在房地产行业，供应链 (间接) 对GDP的贡献为140亿美元 (占总贡献的11%)，这主要是由于分销商在租金和设施上的支出。

总计，这一活动还与分销商、零售商和 hospitality 部门供应链上的另外390万个工作岗位以及额外的330亿美元税收支付相关。

啤酒在 2023 年与供应商的下游价值链支出总额估计为 1440 亿美元。按国家划分，主要

图 23：2023 年下游价值链供应链对 GDP 的贡献



来源：牛津经济

4.3 下游价值链对工资的影响

通过工资支持按啤酒的下游价值计算链，我们估计这个支持进一步 114.3 亿美元 GDP 贡献。

反映这些工资支出的各个行业，房地产sector的贡献最大 (170 亿美元，占总量的15%)。

由工资引起的GDP贡献)，这包括分销商、零售商和 Hospitality 出口处雇员 (以及其供应链员工) 在租金和住房上的支出。随后是批发和零售业 (140 亿美元，占总量的11%)，主要受到一般消费者驱动。

在零售商 (如杂货和服装) 的支出。

这种工资引发的活动支持了消费品经济领域额外的350万个就业机会，以及260亿美元的税收收入。

4.4 下游价值链对供应链投资的影响

通过供应链投资支持，我们估计啤酒的下游价值链持续额外的 950 亿美元 2023 年对 GDP 的贡献。

这一部分的一个显著部分来自建筑业，建筑业对GDP贡献了1100亿美元，这是因为供应商投资于新建设施。然而，我们也看到了明显的

流入关键制造业部门的资金主要由供应商在新设备上的资本投资驱动。这包括机械设备 (对GDP贡献30亿美元)、电子设备 (28 亿美元) 和车辆 (24 亿美元)。批发和零售业以及专业服务行业也因供应链支持而产生了显著的活动。

供应链投资方面虽然如此，尤其是在前者的情况下，这一活动会进一步延伸至供应链的下游。

这些供应链投资支持的活动还与额外的430万个工作岗位和330亿美元的税收支付相关。

4.5 下游价值链总经济足迹

我们估计，啤酒分销商、零售商和 Hospitality 产业对全球 GDP 的总贡献为 4990 亿美元。这一贡献涵盖了四个影响渠道——直接效应、供应链间接效应、工资诱导效应和供应链投资——所带来的 GDP 增加。这与 2120 万个工作岗位以及 289 0 亿美元的税收收入相关联。

然而，重要的是要考虑下游价值链的影响是如何随着时间演变的。从体积来看，啤酒销量在2023年仍低于200亿HL。尽管这表明与2015年的水平相比增长了1.5%，但与2019年的水平相比仍低1.6%——显示截至2023年，啤酒销售尚未恢复到新冠疫情前的水平，受到为应对新冠肺炎而实施的限制措施的干扰。

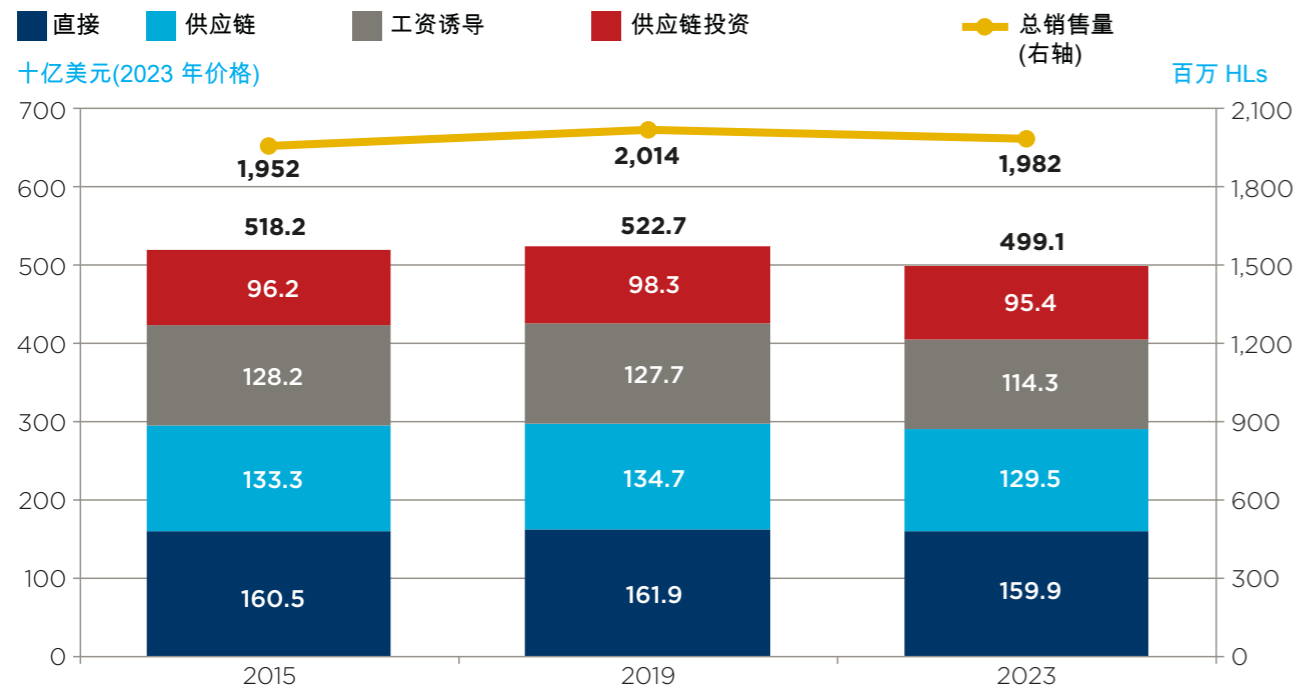
啤酒价格在过去几年也受到了压缩。2019年至2023年间，全球零售售价仅上涨了0.2%。这表明啤酒的价格上涨并未与其他经济领域的通胀同步，从而影响了啤酒下游产业链的经济影响力。

当我们审视这一时期下游价值链对经济的影响时，我们看到总体上呈现略微收缩的趋势。以2023年不变价格计算，下游价值链对全球GDP的总贡献从2015年的5180亿美元下降到2023年的4990亿美元，实际下降了3.7%。

然而，我们确实看到由下游价值链支持的总就业人数增加了5.8%。这一增长主要由啤酒行业扩大导致直接雇用的员工数量增加所驱动，特别是零售商、分销商和 Hospitality outlets 的员工数量有所上升。

收入国家，零售和酒店业传统上是劳动密集型的。

图 24：2015 年、2019 年和 2023 年下游价值链对 GDP 的总贡献



来源：牛津经济学，Euromonitor

注：由于四舍五入，总计可能不会求和。



5. Conclusion

作为全球最大的行业之一，啤酒产业涵盖了酿造、营销、分销和销售啤酒给全球数以百万计成年消费者的一系列组织。我们的报告显示，啤酒产业在2023年对全球经济和就业做出了显著贡献。

通过对其对全球国内生产总值（GDP）贡献的角度衡量，该产业在2023年的影响力达到8780亿美元，相当于全球每119单位经济产出中的1单位。在就业方面，该产业支持了约3300万个就业岗位，即全球每100个工作岗位中的1个。从税收贡献的角度来看，该产业也具有重要意义：据估计，该产业支持了总计3760亿美元的全球税收收入。

这份报告表明，许多工业部门从啤酒行业的活动中受益匪浅：啤酒产业超过三分之二的GDP贡献来自于其供应链行业以及员工的消费者支出。

在一个重要的贡献方面，啤酒产业在农业领域发挥了作用，支持了640万个工作岗位，约占全球啤酒产业支持总就业人数的五分之一。

超越其巨大的全球影响力，该产业还在他们运营的当地社区促进了显著的经济活动。例如，大约九成（86%）的啤酒供应是从生产国的企业购买的。

尽管这些发现令人印象深刻，但它们掩盖了啤酒行业在低收入和较低中等收入国家所做出的重要贡献，而在这些国家，对于财富和就业的需求最为迫切。2023年，啤酒行业对这些低收入和较低中等收入国家国内生产总值的总贡献平均为1.5%——几乎是其对高收入国家GDP贡献的两倍。

总体而言，本报告表明全球啤酒行业产生了积极的经济反馈循环，推动全球经济活动，并在全球范围内支持就业和繁荣，对一些发展中国家产生了显著影响。

为了获取详细的国家和地区数据及sector级别的细分结果，请读者访问我们的互动微站点。



附件 1 : 附加结果

国家 / 地区结果

下表概述了各国的总影响及其在国民经济中的份额，并展示了这些份额在核心国家中的排名。有关各国的具体结果和进一步细分的详细信息，请参阅相关部分。 [here](#) .

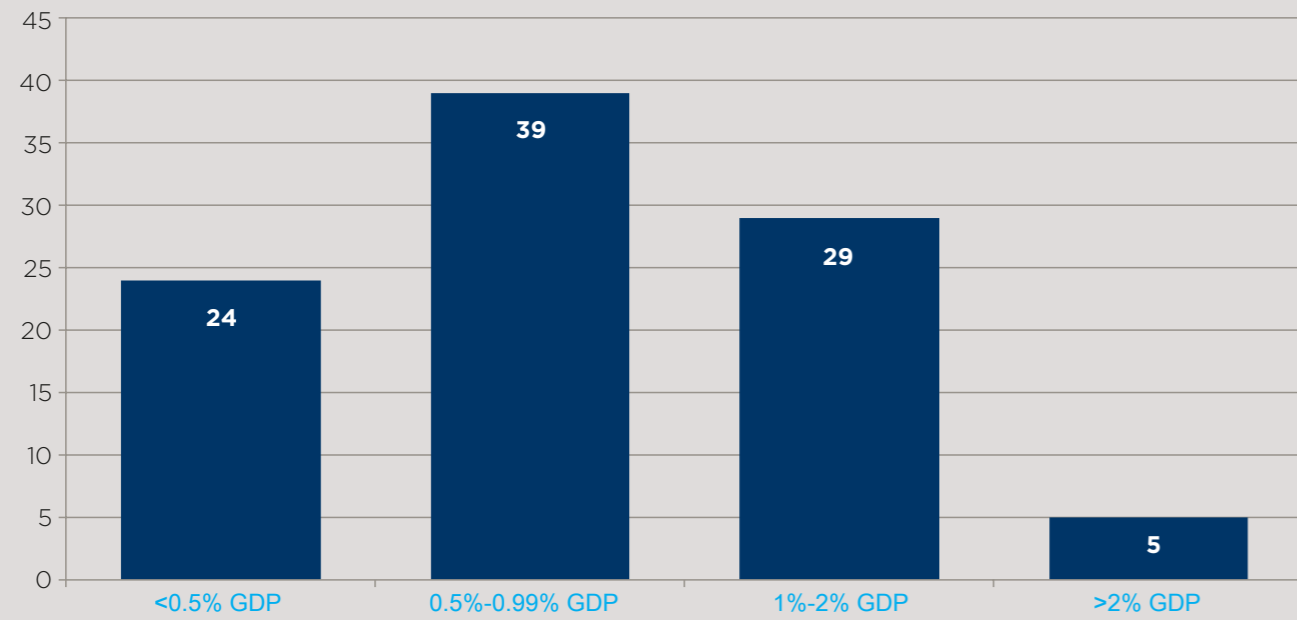
Fig. 25: Total economic footprint in each country as a share of national total

| Country | GDP 贡献 | | | 就业贡献 | | | 税收贡献 | | |
|-----------------|-------------|----------|--------------------------|--------------|-------------|----------------------|--------|-------------|----------------------|
| | 份额合计 GDP | 国家 经济 | Rank (份额 国家 经济) | 全国就业岗 位总数 | 份额 total | Rank (份额 全国总计) | 国家税收总额 | 份额 total | Rank (份额 全国总计) |
| Unit: | 数十亿美元 | % | | 数千人 | % | | 数十亿美元 | % | |
| 柬埔寨 | 1.9 | 5.8% | 1 | 619 | 6.8% | 1 | 1.6 | 20.4% | 1 |
| 越南 | 9.6 | 2.2% | 2 | 1,153 | 2.2% | 5 | 5.6 | 7.6% | 5 |
| 埃斯瓦蒂尼 | 0.1 | 2.3% | 3 | 6 | 2.3% | 4 | 0.0 | 2.5% | 28 |
| 缅甸 | 1.3 | 2.1% | 4 | 234 | 1.6% | 12 | 0.8 | 13.4% | 3 |
| 厄瓜多尔 | 2.5 | 2.1% | 5 | 208 | 2.5% | 3 | 1.0 | 2.3% | 29 |
| 莱索托 | 0.0 | 2.0% | 6 | 11 | 1.3% | 19 | 0.0 | 3.2% | 21 |
| 泰国 | 10.1 | 2.0% | 7 | 815 | 2.0% | 6 | 3.6 | 4.8% | 12 |
| 莫桑比克 | 0.4 | 2.0% | 8 | 165 | 1.1% | 25 | 0.4 | 5.8% | 10 |
| 洪都拉斯 | 0.6 | 1.9% | 9 | 65 | 1.5% | 14 | 0.4 | 3.7% | 20 |
| 卢旺达 | 0.3 | 1.8% | 10 | 84 | 1.9% | 8 | 0.1 | 4.1% | 18 |
| 巴拉圭 | 0.7 | 1.6% | 11 | 28 | 0.9% | 45 | 0.2 | 3.1% | 22 |
| 玻利维亚 | 0.8 | 1.6% | 12 | 76 | 1.3% | 16 | 0.7 | 4.4% | 14 |
| 智利 | 5.4 | 1.6% | 13 | 179 | 2.0% | 7 | 2.3 | 3.0% | 24 |
| 埃塞俄比亚 | 2.6 | 1.6% | 14 | 747 | 1.3% | 20 | 0.9 | 6.8% | 7 |
| 巴西 | 33.0 | 1.5% | 15 | 1,689 | 1.7% | 10 | 19.2 | 2.7% | 27 |
| Peru | 4.0 | 1.5% | 16 | 222 | 1.3% | 17 | 2.1 | 4.0% | 19 |
| 萨尔瓦多 | 0.5 | 1.5% | 17 | 31 | 1.1% | 29 | 0.3 | 4.2% | 17 |
| 纳米比亚 | 0.2 | 1.5% | 18 | 11 | 1.4% | 15 | 0.1 | 1.7% | 39 |
| 赞比亚 | 0.4 | 1.4% | 19 | 234 | 3.5% | 2 | 0.4 | 6.2% | 9 |
| 克罗地亚 | 1.2 | 1.4% | 20 | 30 | 1.7% | 11 | 0.6 | 1.9% | 34 |
| 南非 | 5.2 | 1.4% | 21 | 209 | 1.3% | 18 | 3.9 | 4.2% | 16 |
| 多米尼加 Republic | 1.6 | 1.3% | 22 | 44 | 0.9% | 38 | 1.0 | 5.4% | 11 |
| 墨西哥 | 23.1 | 1.3% | 23 | 632 | 1.1% | 28 | 16.8 | 4.2% | 15 |
| 保加利亚 | 1.4 | 1.3% | 24 | 61 | 1.7% | 9 | 0.5 | 1.2% | 52 |
| 乌干达 | 0.6 | 1.3% | 25 | 169 | 0.9% | 37 | 1.2 | 15.9% | 2 |
| 象牙海岸 | 1.0 | 1.2% | 26 | 162 | 1.5% | 13 | 0.4 | 3.1% | 23 |
| 牙买加 | 0.2 | 1.2% | 27 | 10 | 0.8% | 49 | 0.1 | 2.8% | 26 |
| 哥伦比亚 | 4.4 | 1.2% | 28 | 200 | 0.9% | 41 | 4.4 | 6.4% | 8 |
| 奥地利 | 5.8 | 1.1% | 29 | 51 | 1.1% | 27 | 2.7 | 1.2% | 53 |
| 比利时 | 7.4 | 1.2% | 30 | 46 | 0.9% | 39 | 5.6 | 2.1% | 32 |
| Dem. Rep. of 刚果 | 0.6 | 1.0% | 31 | 242 | 0.7% | 57 | 0.7 | 7.9% | 4 |
| 西班牙 | 16.5 | 1.0% | 32 | 199 | 0.9% | 36 | 11.5 | 2.0% | 33 |

| Country | GDP 贡献 | | | 就业贡献 | | | 税收贡献 | | |
|-----------|-------------|----------|--------------------------|--------------|-------------|----------------------|--------|-------------|----------------------|
| | 份额合计 GDP | 国家 经济 | Rank (份额 国家 经济) | 全国就业岗 位总数 | 份额 total | Rank (份额 全国总计) | 国家税收总额 | 份额 total | Rank (份额 全国总计) |
| Unit: | 数十亿美元 | % | | 数千人 | % | | 数十亿美元 | % | |
| 斯洛文尼亚 | 0.7 | 1.0% | 33 | 9 | 1.0% | 32 | 0.4 | 1.5% | 45 |
| 荷兰 | 11.6 | 1.0% | 34 | 107 | 1.1% | 26 | 5.8 | 1.4% | 49 |
| 坦桑尼亚 | 0.8 | 1.0% | 35 | 135 | 0.5% | 68 | 0.5 | 4.5% | 13 |
| 阿根廷 | 6.4 | 1.0% | 36 | 118 | 0.9% | 44 | 3.2 | 2.9% | 25 |
| Germany | 44.4 | 1.0% | 37 | 453 | 1.0% | 34 | 18.9 | 1.1% | 55 |
| 葡萄牙 | 2.7 | 0.9% | 38 | 41 | 0.8% | 46 | 1.9 | 1.7% | 38 |
| 澳大利亚 | 16.1 | 0.9% | 39 | 125 | 0.9% | 40 | 7.2 | 1.6% | 41 |
| 爱尔兰 | 5.1 | 0.9% | 40 | 33 | 1.2% | 21 | 1.8 | 1.6% | 40 |
| 新西兰 | 2.3 | 0.9% | 41 | 33 | 1.1% | 24 | 1.0 | 1.1% | 56 |
| United 王国 | 30.8 | 0.9% | 42 | 322 | 0.9% | 42 | 16.6 | 1.9% | 35 |
| 加拿大 | 19.5 | 0.9% | 43 | 199 | 1.0% | 33 | 6.1 | 0.7% | 68 |
| 博茨瓦纳 | 0.2 | 0.9% | 44 | 4 | 0.5% | 70 | 0.4 | 7.4% | 6 |
| 乌克兰 | 1.6 | 0.9% | 45 | 133 | 1.2% | 23 | 0.6 | 0.6% | 72 |
| 瑞士 | 7.7 | 0.9% | 46 | 65 | 1.2% | 22 | 2.0 | 0.6% | 71 |
| Czechia | 2.9 | 0.8% | 47 | 50 | 1.0% | 31 | 1.3 | 1.5% | 44 |
| 芬兰 | 2.5 | 0.8% | 48 | 20 | 0.7% | 54 | 1.9 | 1.4% | 48 |
| 拉脱维亚 | 0.4 | 0.8% | 49 | 7 | 0.8% | 47 | 0.2 | 1.4% | 50 |
| 希腊 | 1.9 | 0.8% | 50 | 33 | 0.8% | 50 | 0.9 | 0.9% | 63 |
| 中国 | 145.5 | 0.8% | 51 | 6,537 | 0.9% | 43 | 71.5 | 2.3% | 30 |
| 罗马尼亚 | 3.0 | 0.9% | 52 | 82 | 1.0% | 35 | 1.0 | 0.9% | 64 |
| 韩国 | 14.7 | 0.8% | 53 | 294 | 1.0% | 30 | 6.1 | 1.5% | 46 |
| 立陶宛 | 0.6 | 0.8% | 54 | 9 | 0.6% | 61 | 0.4 | 1.5% | 43 |
| 波兰 | 6.0 | 0.7% | 55 | 116 | 0.7% | 60 | 3.0 | 0.9% | 65 |
| 斯洛伐克 | 1.0 | 0.8% | 56 | 20 | 0.8% | 52 | 0.5 | 1.0% | 58 |
| 巴拿马 | 0.6 | 0.8% | 57 | 15 | 0.8% | 51 | 0.3 | 1.9% | 36 |
| 乌拉圭 | 0.6 | 0.8% | 58 | 13 | 0.8% | 48 | 0.4 | 2.1% | 31 |
| 丹麦 | 3.0 | 0.7% | 59 | 21 | 0.7% | 56 | 1.5 | 0.7% | 67 |
| 匈牙利 | 1.5 | 0.7% | 60 | 33 | 0.7% | 58 | 0.9 | 1.0% | 61 |
| 斯里兰卡 | 0.6 | 0.7% | 61 | 47 | 0.6% | 64 | 0.1 | 1.5% | 42 |
| 爱沙尼亚 | 0.3 | 0.7% | 62 | 4 | 0.6% | 65 | 0.2 | 1.4% | 47 |
| Japan | 29.9 | 0.7% | 63 | 502 | 0.7% | 55 | 14.2 | 0.9% | 66 |
| 美国 181.8 | | 0.7% | 64 | 1,209 | 0.8% | 53 | 38.8 | 0.5% | 74 |
| 瑞典 | 3.8 | 0.6% | 65 | 32 | 0.6% | 63 | 2.8 | 1.0% | 60 |
| 卢森堡 | 0.5 | 0.6% | 66 | 3 | 0.6% | 66 | 0.2 | 0.5% | 73 |
| 马来西亚 | 2.4 | 0.6% | 67 | 110 | 0.7% | 59 | 0.7 | 1.1% | 57 |
| 意大利 | 13.0 | 0.6% | 68 | 134 | 0.6% | 67 | 6.2 | 0.7% | 69 |
| 土耳其 | 6.6 | 0.6% | 69 | 197 | 0.6% | 62 | 2.2 | 1.0% | 59 |
| 挪威 | 2.4 | 0.5% | 70 | 12 | 0.4% | 73 | 1.5 | 0.5% | 75 |
| 法国 | 16.3 | 0.5% | 71 | 158 | 0.5% | 69 | 8.3 | 0.6% | 70 |
| 加纳 | 0.4 | 0.5% | 72 | 52 | 0.4% | 74 | 0.2 | 1.3% | 51 |
| 尼日利亚 | 1.9 | 0.5% | 73 | 307 | 0.4% | 71 | 0.3 | 1.0% | 62 |
| 埃及 | 1.6 | 0.4% | 74 | 125 | 0.4% | 72 | 0.6 | 1.1% | 54 |
| 印度 | 10.6 | 0.3% | 75 | 1,315 | 0.3% | 76 | 5.9 | 1.8% | 37 |
| 印度尼西亚 | 3.6 | 0.3% | 76 | 417 | 0.3% | 75 | 0.8 | 0.4% | 76 |

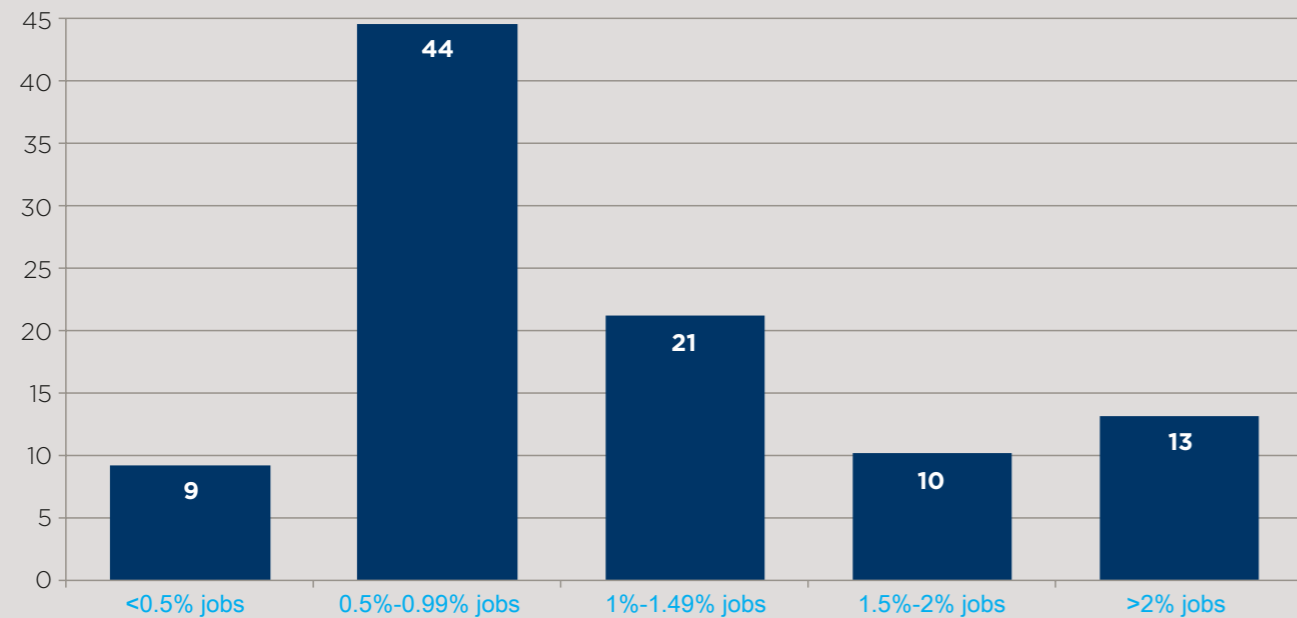
结果分布

图 26 : 2023 年啤酒行业 GDP 贡献占全国 GDP 的百分比分布
国家数量



来源 : 牛津经济

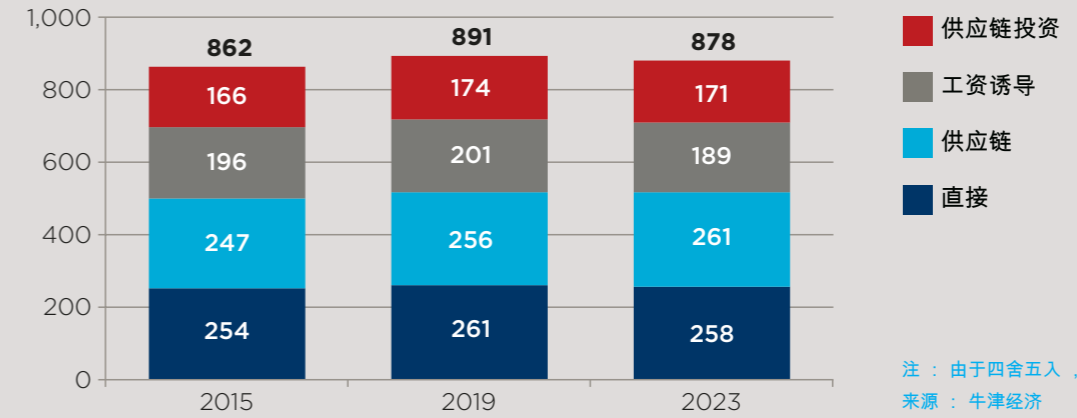
图 27 : 2023 年啤酒行业就业贡献占全国就业的百分比分布
国家数量



来源 : 牛津经济

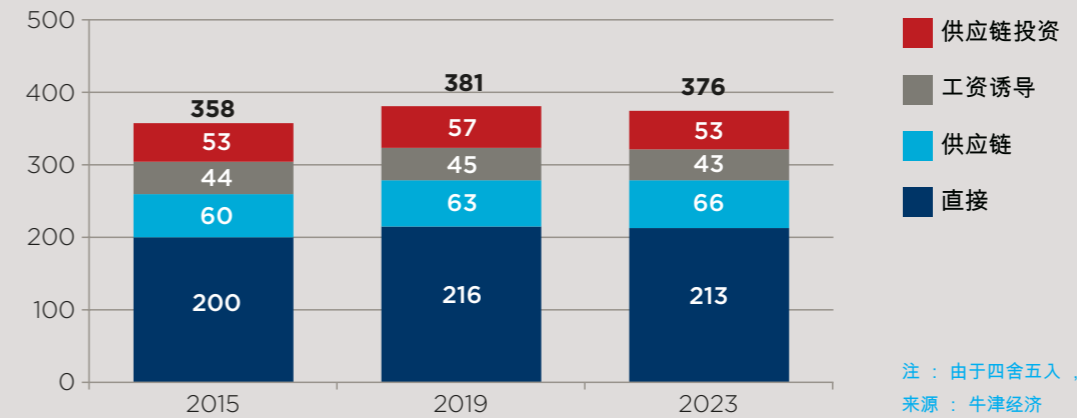
附件 2 : 历史趋势

图 28 : 2015 - 2023 年全球啤酒行业对 GDP 贡献的演变
对 GDP 的贡献 , 数十亿美元(2023 年价格)



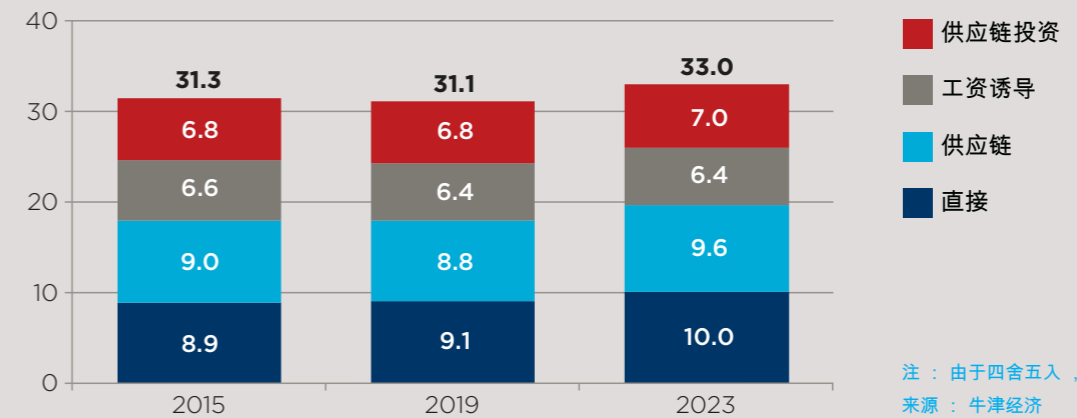
注 : 由于四舍五入 , 总计可能不会求和。
来源 : 牛津经济

图 29 : 2015 - 2023 年全球啤酒行业税收贡献的演变
税收贡献 , 数十亿美元(2023 年价格)



注 : 由于四舍五入 , 总计可能不会求和。
来源 : 牛津经济

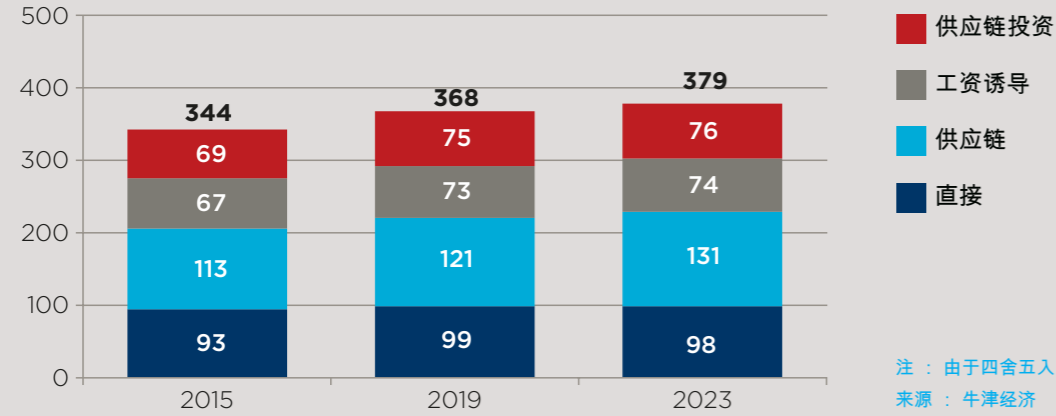
图 30. 2015 - 2023 年全球啤酒行业就业影响的演变
就业支持 , 百万个工作岗位



注 : 由于四舍五入 , 总计可能不会求和。
来源 : 牛津经济

Fig. 31. Evolution of the brewers' to gdp, 2015 - 2023

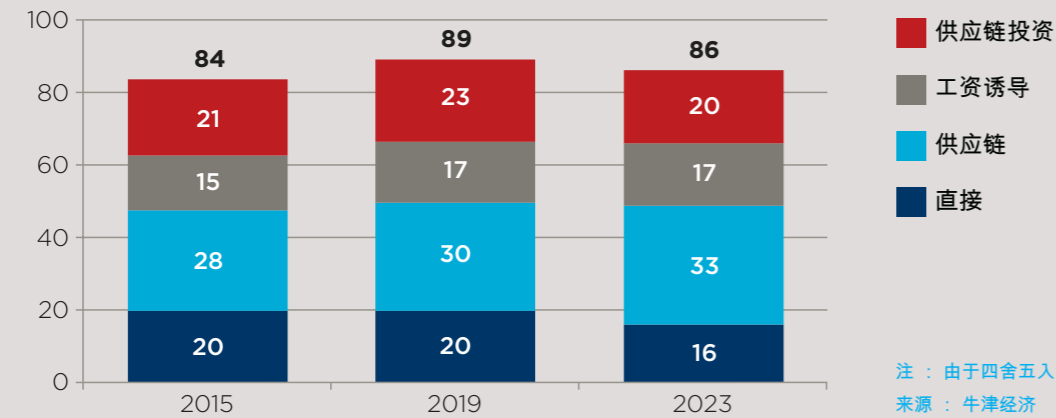
对 GDP 的贡献，数十亿美元(2023 年价格)



注：由于四舍五入，总计可能不会求和。
来源：牛津经济

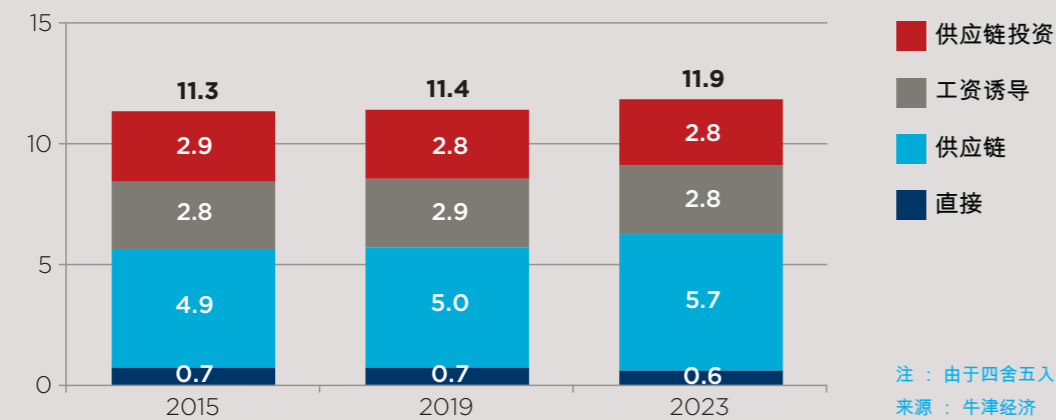
Fig. 32. Evolution of the brewers' tax contribution, 2015 - 2023

税收贡献，数十亿美元(2023 年价格)



注：由于四舍五入，总计可能不会求和。
来源：牛津经济

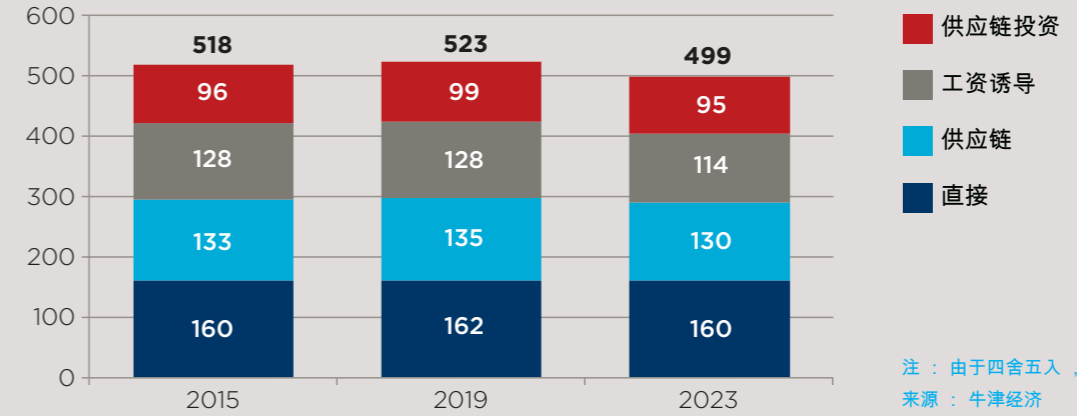
就业支持，百万个工作岗位



注：由于四舍五入，总计可能不会求和。
来源：牛津经济

图 34. 2015 - 2023 年下游价值链对 GDP 贡献的演变

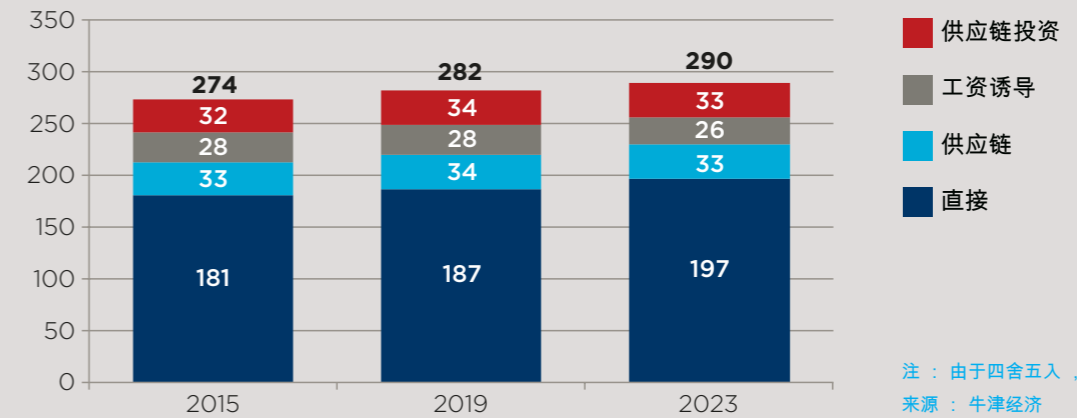
对 GDP 的贡献，数十亿美元(2023 年价格)



注：由于四舍五入，总计可能不会求和。
来源：牛津经济

图 35. 2015 - 2023 年下游价值链税收贡献的演变

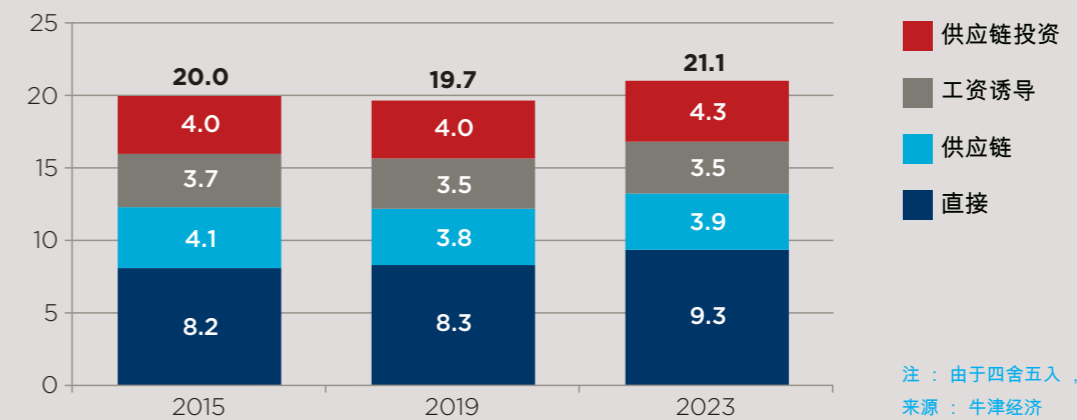
税收贡献，数十亿美元(2023 年价格)



注：由于四舍五入，总计可能不会求和。
来源：牛津经济

图 36. 2015 - 2023 年下游价值链对就业影响的演变

就业支持，百万个工作岗位



注：由于四舍五入，总计可能不会求和。
来源：牛津经济

附件 3 : 方法

数据来源

下面的列表列出了分析中使用的关键数据源：

- 啤酒生产商/协会数据：安贝克百威、嘉士伯、喜力、莫森科尔斯饮料公司、日本酿酒协会、朝日、狮酒厂和土耳其图布戈尔的财务、采购、人员数量和生产数据。

- 国家统计局：澳大利亚统计局、巴西地理与统计局、加拿大统计局 (CanStat)、欧盟统计局 (Eurostat)、泰国国家统计局、英国国家统计局以及美国人口普查局。

- 市场数据：Euromonitor啤酒的零售价格 (RSP)、制造商销售价格 (MSP)、市场规模和份额估算；Plato Logic啤酒生产市场规模和份额估算；以及Barth Haas的生产估算。

- WBA 消费税信息

四家大型啤酒生产商——安海塞-布希 InBev、嘉士伯、喜力和莫森科尔斯饮料公司——提供了他们2023年运营数据，以支持本研究。这些生产商的数据来自其财务、人力资源和采购部门。

这些数据对于理解这些大型啤酒生产商对国内生产总值 (GDP)、就业和税收的直接影响至关重要，同时也帮助我们了解啤酒产业全球供应链的构成。这些数据通过补充来自土耳其图布罗 (Turk Tuborg) 以及日本、新西兰和澳大利亚的贸易协会的信息来完善，以支持我们对除上述四家之外的其他啤酒生产商在这些国家占据主导市场地位的国家的估计。

我们从官方国家统计局收集了广泛的啤酒业数据。使用这些数据对于估算啤酒业的总体规模及其关键特征 (如增加值、员工薪酬和中间消耗) 至关重要。只要数据可用，它们就能为我们提供自上而下的边界，以确保我们的估算与官方统计数据一致。其次，这些数据扩展了我们对啤酒业结构的认识，超越了大型啤酒生产商的特点。

欧洲统计局结构企业调查提供了欧盟各国的关键信息，我们补充了这些国家的具体数据 (对于这些国家，有可用的国家统计数据)。UNIDO为若干额外国家提供了啤酒制造行业的国家统计数据。

我们的第三大信息来源是市场数据。我们在估算每个国家酿酒商的总活动时使用了Plato Logic提供的每国啤酒生产总量的数据，并利用Euromonitor提供的贸易场所和非贸易场所零售销售数据来设定我们对啤酒下游价值链影响估计的上限。最后，我们使用WBA提供的信息来估算啤酒购买时所缴纳的从价税。

超越该项目特定的数据来源，牛津经济研究所利用了关于国家经济结构的广泛数据。*全球可持续发展模型* 这个模型的来源和方法将在下面更详细地描述。

详细的方法学

全球可持续发展模式

我们评估啤酒行业在全球的经济足迹的方法是基于牛津经济 *全球可持续发展模型 (GSM)*。The GSM 利用了我们在全球范围内映射国家和行业之间经济关系所开发的知识和技巧。该模型包含了通常被标准经济影响评估排除的全球供应链信息，从而能够进行全面的经济足迹测量。

追踪全球供应链如何刺激不同经济体的活动能力对于开发啤酒产业在任何给定国家足迹的全面衡量标准至关重要。例如，这使我们能够追踪美国啤酒制造商在美国供应商身上花费的资金如何进一步沿价值链推动供应链，这些供应链进出美国。因此，全球供应链模型 (GSM) 为啤酒产业对特定经济总体影响提供了全面的衡量标准。

GSM覆盖了全球186个国家，因此涵盖了绝大多数全球GDP。每个国家的经济被划分为36个行业，这些行业根据ISIC修订版4分类进行定义。

使用 GSM，我们评估了以下四个渠道中啤酒行业的经济贡献：

- 其直接impact: 啤酒产业运营产生的国内生产总值 (包括工资支付和利润总和)，以及其就业和直接税支付；

- 其供应链 (间接) 影响：涵盖其采购支出支持的啤酒产业供应链中生产的商品和雇佣的人员。

- 其工资诱导的影响：由啤酒产业及其供应链上雇员所支付的工资支持的相关工资-消费活动；

- 其供应链投资影响：由于其在供应商上的支出而在啤酒产业供应链中产生的额外投资所支持的经济活动。这是该项目的新增内容。

经济影响评估框架：投入产出建模

The GSM 是一个全球投入产出模型，利用了诺贝尔经济学奖获得者 Wassily Leontief 原先开发的技术。由于资金通过多级供应链关系在经济中循环流动，我们的模型揭示了一种被称为“乘数效应”的现象，即某一支出驱动因素的影响。

The input-output table at the core of the Global Supply Chain (GSM) is based on OECD data and trade patterns, as well as custom input-output tables created by Oxford Economics. The resulting global input-output framework estimates how the world's economies and industries interact with each other in a single year. Additionally, to estimate the wage-induced channels of impact, we have added rows for employee compensation to our global input-output table. Where possible, these data are sourced from the OECD, and where not, they consist of estimates produced by Oxford Economics.

为了尽可能准确地模拟工资变动的影 响，我们还调整了家庭固定消费支出 (HHFCE) 列。这些调整考虑了每个国家家庭的消费和储蓄倾向。具体做法是将HHFCE列乘以家庭最终消费支出与家庭收入 (包括员工薪酬、财产收入、社会和其他转移支付以及公司利润) 之和的比例，数据来源于联合国。

这一 additions 表示我们在计算经济影响时不仅包括因支出冲击 (例如啤酒产业对供应商的采购支出) 导致的资本投资增加的额外开支，还包括运营支出。标准的经济影响评估通常不将投资作为组成部分，因此仅考虑用于生产其提供的产品所需的商品和服务的输入购买。将净资本支出纳入其中是对这种方法的一种补充。

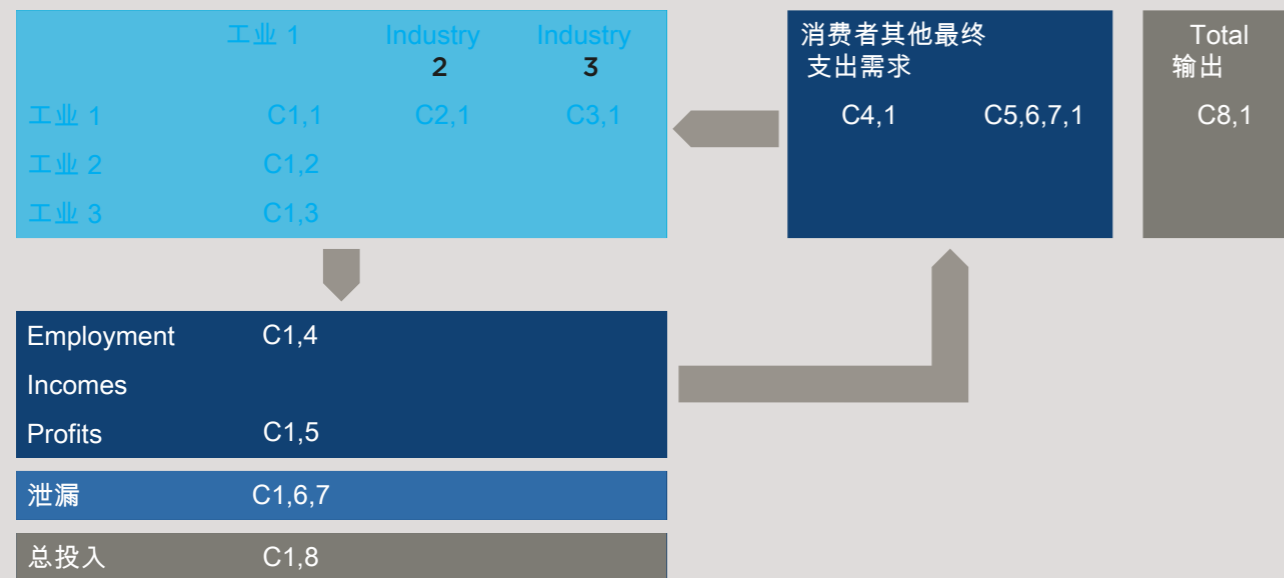
满足最终需求所必需的活动——涵盖每个国家和36个行业。换句话说，该模型估算由企业供应链采购或消费者在零售店消费资金所激发的所有经济活动。

一旦我们估计出与特定支出驱动相关的产出，我们将估算毛增加值。这通过将模型对产出的估计值乘以每个国家和行业的毛增加值与产出的具体比率来完成。最后，我们将GDP估算值转换为就业估算值。为此，我们将GDP估算值除以每个国家和行业工人毛增加值的估算值或预测值。

从调整后的投入-output表中，Oxford Economics生成了Type 1和Type 2莱昂惕夫逆矩阵。当与最终需求支出冲击相结合时，这些矩阵提供了内部和外部生产总量的估计值。

该项目的新增内容是我们进一步调整了全球投入产出表，以包括每个国家和部门的总投资形成要求。

图 30 : 输入 - 输出表的风格表示



全球可持续发展模型的投入

1. 酿酒商的收入

我们首先估算每个研究国家 (共70个国家) 的啤酒制造商收入。对于其中的27个国家，我们使用了国家统计局的估计数据。其余的49个国家没有国家统计局的估计数据，因此我们通过将安海斯-布希英博、嘉士伯、喜力和莫森科尔斯饮料公司的收入数字与生产市场份额数据 (来自Plato Logic) 进行放大，来估算啤酒制造商的收入规模。在这些数据缺失的情况下，我们结合了啤酒制造商提供的生产数据和巴特哈斯提供的生产数据进行估算。

2. 酿酒商直接增加值总额对GDP的贡献

我们在可能的情况下使用了国家统计局对啤酒制造GDP的估算。当国家统计数据不可用时，我们根据国家和 breweries 规模应用了GDP与收入比率，并考虑了各国及brewery规模之间的不同生产效率差异，将此应用于每个国家的总brewers收入数据，以得出总酿造GDP的估计值。

为了计算这些比率，我们首先估计了产生的市场收入的百分比

由市场数据提供商Plato Logic提供的市场份额数据对比小型和中型啤酒厂与大型啤酒厂的情况。使用四家啤酒厂的数据以及国家统计局数据 (当两者都可用时)，我们计算了这四家啤酒厂 (也被归类为大型啤酒厂) 与其他行业的效率差异，即GDP与收入比率的估计差异。

对于大型啤酒生产商 (包括四大啤酒生产商)，我们假设其效率与四大啤酒生产商相同。因此，我们根据该国总收入和市场份额估算大型啤酒生产商的收入，并将其乘以四大啤酒生产商的GDP与收入比率，以得出大型啤酒生产商的总GDP。对于小型啤酒生产商，我们应用调整后的同一比率，下调17个百分点，以反映效率差异。

3. 酿酒商采购

为了估算总采购量，我们采用了生产方法；通过将酿酒商的GDP从收入中扣除来计算总采购量。然后将这笔支出进行了细分。

根据提供的支出概况，将资金投入特定的产业和地区。采购估算用于计算 brewers 的供应链 (间接) 影响及其支持的供应链投资。

4. 酿酒商直接就业

我们在可用的情况下，使用了国家统计局公布的啤酒产业就业总人数数据。若无国家统计数据，则采用四大啤酒生产商的GDP与就业比率来估算GDP。如同我们对GDP估算所做的调整，我们也对这一比率进行了调整，以反映大中小型啤酒生产商之间的效率差异。我们估计，大型啤酒生产商每雇员创造的GDP比小型啤酒生产商高出8个百分点。

5. 酿酒商的工资

为了计算其余啤酒产业员工的薪酬，我们应用了每个国家食品和饮料产业员工薪酬与GDP比率 (根据国家统计局数据得出)，将该比率应用于其余啤酒产业的GDP。然后将这一结果加上四家啤酒生产商根据财务数据支付的工资总额。最后，我们使用这些工资估算值来计算由工资引起的啤酒生产商的影 响。

6. 酿酒师税

为了估算酿酒行业缴纳的总税款，我们结合了四大啤酒生产商提供的税数据以及该行业其他部分缴纳的税款估算值。啤酒生产商提供了公司税、雇员工资税以及环境税等其他税种的数据。消费税未计入啤酒生产商的税款贡献中；然而，在啤酒行业的下游价值链中，消费税被包含在总税款贡献中。

该行业其他部分缴纳的总直接税通过四家啤酒生产商的收入与整个行业收入的比例进行估算。

对于少数几个国家，由于四大啤酒生产商的税数据不可用，我们应用了全球可持续性模型中每单位增加值的公司税和每就业人员的劳动税比率来估算啤酒产业的直接税务贡献。

7. 下游价值链

除了啤酒生产商的经济影响之外，我们还分析了其下游价值链的经济影响，包括啤酒的零售销售和分销。这包括零售商和分销商（以下简称）的经济影响。

作为分销商（不包括啤酒生产商），他们对GDP、就业和税收的直接贡献，以及通过与供应商的支出支持的经济活动和支付的工资。

首先，为了确保没有重复计算任何经济影响，我们估算了一下分销商的利润率。这是下游价值链向啤酒制造商支付的啤酒售价（制造商品酒出厂价，MSP）与他们从销售该啤酒中获得的收入（零售商品酒售价，RSP）之间的差额。

为了估算MSP（假设MSP为特定术语或缩写），我们使用COMTRADE数据中的净出口数据调整了各国家啤酒制造商的收入数字，“啤酒由麦芽制成（包括艾尔、斯托特等）”这部分是为了说明具体的出口分类。“在223年的行业。我们正在考虑贸易。

我们随后估算分销商的利润率，即零售售价（RSP）减去制造商售价（MSP），扣除任何啤酒销售税（如下所述）。对于46个国家，我们使用Euromonitor估计的总零售售价减去我们的MSP数据。对于产生不现实结果或Euromonitor没有RSP估计值的国家，我们采用了一种替代方法。对于其中的14个国家，我们应用了四家啤酒生产商所获得的百分比利润率。

对我们而言，MSP估算中，对于其中八个国家我们采用了Euromonitor的百分比利润率，而对于剩余的八个国家则采用了区域性的百分比利润率。

为了估算销售税，我们使用了普华永公（PwC）公布的每个国家的销售税率，并从中扣除零售建议价（RSP）。这种方法意味着我们的增值税估算与收入产生的地点挂钩。为了估算啤酒购买时缴纳的消费税，我们利用了WBA提供的各国消费税率占RSP的比例数据。这些税率从分销商的毛利计算中扣除。需要注意的是，我们对啤酒销售税的估算（包括每个国家的增值税/销售税和消费税）被纳入下游价值链的直接影响中，而不是酿酒商的影响。

我们利用国家统计局数据中的国内生产总值（GDP）、就业率、支出和工资比率的平均值，分别对离店活动住宿和食品业以及店内活动批发和零售业的边际进行应用，以估算这些指标。我们使用了每个国家这些行业的平均支出模式，以便按地区和行业细分支出，从而为供应链（间接）影响的估算提供依据。

牛津经济

牛津经济研究院成立于1981年，作为牛津大学商学院的一个商业项目，旨在为英国公司和海外扩张的金融机构提供经济预测和建模服务。自那时以来，我们已成为全球领先的独立顾问机构之一，提供涵盖超过200个国家、100个行业以及8000个城市和地区的情报报告、预测和分析工具。我们一流的全球经济和行业模型及分析工具赋予我们无与伦比的能力来预测外部市场趋势，并评估其经济、社会和商业影响。

总部位于英国牛津，在纽约、伦敦、法兰克福和新加坡设有区域中心，牛津经济研究院在全球范围内拥有办公室，包括贝尔法斯特、波士顿、开普敦、芝加哥、迪拜、都柏林、香港、洛杉矶、墨西哥城、米兰、巴黎、费城、斯德哥尔摩、悉尼、东京和多伦多。我们拥有700名员工，其中包括超过450名专业的经济学家、行业专家和商业编辑——这是我们最大的宏观经济专家和思想领导力团队之一。我们的全球团队在经济计量建模、情景构建、经济影响分析以及市场调查、案例研究、专家小组和网络分析等广泛的研究技术和思想领导能力方面具有高度的专业技能。

奥纬咨询是为企业、金融和政府决策者及思想领袖提供关键建议的机构。我们的全球客户基础现已包括超过2,500家国际组织，涵盖领先的跨国公司和金融机构；关键政府部门和贸易协会；以及顶尖大学、咨询公司和智库。

2025年2月

所有表格和图表中的数据均为Oxford Economics的自有数据，除非另有说明或在脚注中引用，否则均受版权保护© Oxford Economics Ltd。

本报告仅供世界酿酒联盟（WBA）保密使用，在未获得其事先书面许可的情况下，不得公布或分发。

这里的模型和结果基于第三方提供的信息，Oxford Economics 诚信地依赖这些信息制作报告和预测。任何后续的数据修订或更新都将影响所展示的评估和预测。

要进一步讨论报告，请联系：

Stephen Foreman sforeman@oxfordeconomics.com

James Bedford jbedford@oxfordeconomics.com

Evie Johnson ejohnson@oxfordeconomics.com

牛津经济学院 4 伦敦
米尔班克 SW1P 3JA
，英国

Tel: +44 203 910 8000



OXFORD
ECONOMICS

全球总部

牛津经济有限公司修道院 121 St Aldates 牛津, OX1 1HB 英国

Tel: +44 (0)1865 2689 00

伦敦

4 米尔班克伦敦, SW1P 3JA 英国

Tel: +44 (0)203 910 800 0

法兰克福

Marienstr. 15 60329 德国美因河畔法兰克福

Tel: +49 69 96 758 658

New York

5 Hanover Square, 8 楼纽约, NY 10004 美国

Tel: +1 (646) 786 1879

新加坡

6 Battery Road # 38 - 05 新加坡 049909

Tel: +65 6850 0110

欧洲, 中东

和非洲

牛津伦敦贝尔法斯特
都柏林法兰克福巴黎
米兰斯德哥尔摩开普敦
迪拜

美洲

纽约费城波士顿芝加哥
洛杉矶多伦多墨西哥城

亚太地区

新加坡香港至 kyo 悉尼

电子邮件 :
邮箱 @ oxfordeconomics.com

网站:

www.oxfordeconomics.com

更多联系方式 :

www.oxfordeconomics.com / about - us / worldwide - offices