帝亚吉欧意外录得销售增长

健力士需求提振这家烈酒巨头，但在新任首席执行官领导下，北美销售下滑9.4%。

2026年5月6日星期三



帝亚吉欧周三表示，季度有机销售额增长0.3%，好于分析师预期；尽管北美业务持续拖累这家全球最大烈酒生产商，新任首席执行官戴夫·刘易斯仍着手应对他所称的公司最大挑战。

根据路透对分析师预测的汇总，Johnnie Walker、Guinness和Casamigos的母公司原本预计第三季度有机净销售额将下降2.3%。但这家英国公司受益于英国和爱尔兰市场对Guinness的强劲需求，以及拉美和加勒比地区分销商在足球世界杯前的备货。业绩公布后，帝亚吉欧股价在伦敦早盘上涨约5%。

不过，这些增长并未抵消其最大市场美国的压力。帝亚吉欧当季北美销售额下降9.4%，凸显出公司在

连续几个季度疲软的市场中重拾增长动能有多么困难。刘易斯表示，公司已在采取措施提升当地竞争力，包括下调部分龙舌兰品牌、如Casamigos的价格。

刘易斯是在多年销售持平或下滑、投资者不满情绪不断加剧之后接手公司的。他表示，帝亚吉欧已就提升全业务竞争力开展了“基础性”工作。他计划于8月公布完整战略。这位高管此前在Tesco和Unilever任职时就以激进削减成本著称，而他在帝亚吉欧也已迅速行动，于2月下调公司销售预期并削减中期股息。

投资者一直在寻找迹象，判断这些举措是否能够稳定美国市场表现；由于生活成本上升和饮酒习惯变化，消费者对烈酒的需求一直承压。RBC Capital分析师James Edwardes Jones表示，本季度的数据在一定程度上支持了刘易斯的说法，即相关干预措施已开始在部分业务板块见效。但他补充说，考虑到北美对帝亚吉欧的重要性，现在断言该地区正在复苏还为时过早。

公司维持全年业绩指引不变。同时表示，正密切关注以色列与伊朗冲突是否会对能源价格、供应链和分销成本造成影响。首席财务官Nik Jhangiani表示，如有需要，帝亚吉欧可以增加库存或加快发货，以应对潜在扰动。

在烈酒企业持续面临艰难全球环境之际，这份业绩出炉。随着通胀之下消费者缩减支出，以及饮酒模式发生变化，需求已经放缓，使得帝亚吉欧等公司不得不在定价、促销和品牌投入之间寻求平衡，同时守住利润率。目前，Guinness的强劲表现以及其他地区初现改善迹象，让刘易斯获得了比许多投资者预期更好的开局，但公司在美国的业务仍受到密切关注。