MGP Ingredients因威士忌原酒需求下滑而公布较弱季度业绩

尽管Distilling Solutions销售额下滑42%，这家为美国大部分烈酒市场供货的企业仍维持全年展望不变。

2026年7月30日星期四



由于威士忌原酒需求持续拖累其供应业务，MGP Ingredients公布了较弱的第二季度业绩，不过其自有品牌烈酒组合表现相对更稳，公司也维持了全年展望不变。

这家总部位于堪萨斯州阿奇逊的公司表示，截至6月30日的季度净销售额从上年同期的1.455亿美元降至1.244亿美元，下降15%。毛利润下降20%至4,650万美元，毛利率则从40.1%收窄至37.4%。调整后EBITDA下降23%至2,760万美元。净利润为1,200万美元，低于去年同期的1,440万美元，调整后每股收益则从0.97美元降至0.72美元。

MGP总裁兼首席执行官Julie Francis表示，本季度调整后EBITDA和调整后基本每股收益均好于公司内

部预期。她说，公司高端以上烈酒组合延续动能，由Penelope Bourbon和Yellowstone领衔，部分中价和大众品牌也有所改善。她还指出，配料解决方案业务销售增长，同时公司持续推进销售、营销和供应链运营重塑，并削减成本。

压力最明显来自Distilling Solutions，该部门向行业内其他客户供应蒸馏烈酒及相关服务。该板块销售额从一年前的5,000万美元下降42%至2,920万美元。毛利润下降40%至1,130万美元。公司表示，陈年和新制威士忌原酒需求下降，导致棕色烈酒销售额下滑59%。尽管如此，受产品组合和降本举措推动，该板块毛利率仍从37.6%提升至38.7%。仓储服务收入则以高个位数增长，部分原因是服务范围扩大。

这一表现的重要性不只在于一家公司的季度报告，因为MGP是美国烈酒市场的重要供应商。蒸馏需求大幅下滑，可能表明品牌方和买家在库存水平、合同生产和陈酿库存方面仍保持谨慎。对于依赖外部供应的蒸馏酒厂、威士忌品牌和其他饮料公司而言，这些数据表明，尽管通过产品组合变化和更严格的成本控制，利润率可能改善，但销量压力尚未完全缓解。

Branded Spirits则更为稳定。该部门销售额从6,050万美元小幅降至5,960万美元，毛利润也微降1%至3,160万美元。毛利率略升至53.0%，高于52.8%。剔除主要为自有品牌装瓶产品的其他产品后，销售额增长3%，公司称这是过去两年来最快的增速。

在该组合中，高端以上产品销售增长5%。Penelope Bourbon增长13%，延续了公司所称的强劲增长；Yellowstone则受限量版发布带动，录得显著增长。中价和大众价位品牌合计销售略有改善，其中中价产品增长5%。这些数据表明，尽管烈酒生产商面临的整体环境依然艰难，消费者仍在为部分成熟品牌买单。

Ingredient Solutions实现了温和的营收增长，但盈利能力明显走弱。销售额从3,500万美元增至3,550万美元，增长2%，主要受特种小麦蛋白和淀粉的定价及产品组合，以及生物燃料和其他副产品销售增加推动。但毛利润下降53%至360万美元，毛利率从21.7%降至10.1%。公司表示，尽管运营可靠性改善，但废淀粉流成本上升损害了盈利。

在合并层面，MGP表示营业利润从去年同期的2,030万美元降至1,770万美元。按调整后口径，营业利润下降30%至2,010万美元。本季度还受到与一家客户破产相关的更高信用损失准备金影响。

公司在本季度削减了多个领域的支出。广告和促销费用下降18%至570万美元，MGP表示，这反映了与其战略重点和最具吸引力增长机会相一致的时点安排决策。销售、一般及行政费用下降13%，而调整后SG&A下降19%，占合并销售额的15%。

尽管本季度表现较弱，MGP仍重申其2026财年指引。公司仍预计全年销售额为4.8亿美元至5亿美元，调整后EBITDA为9,000万美元至9,800万美元。基于约2,140万股加权平均基本流通股，调整后基本每股收益仍预计为1.50美元至1.80美元。全年资本支出预计约为2,000万美元。

在堪萨斯州税法近期修订导致递延税负重新计量后，公司也更新了税务展望。MGP现在预计全年有效税率约为23%。

资产负债表数据显示，与去年年底相比，压力有所增加。截至6月30日，库存从12月底的3.827亿美元升至4.084亿美元；现金为1,780万美元，与六个月前相比变化不大。不含一年内到期部分的长期债务从年末的4,970万美元增至1.669亿美元，公司报告净债务杠杆率为3.5倍，而一年前为1.8倍。

在今年上半年，MGP报告净亏损1.228亿美元，而去年同期净利润为1,140万美元。根据公司财务报表，这一结果包括年初记录的大额减值及其他费用。

MGP董事会宣布派发每股普通股0.12美元的季度股息，登记日在8月14日，支付日为8月28日。

公司业务涵盖品牌烈酒、蒸馏解决方案和特种配料，在印第安纳州和肯塔基州设有蒸馏厂，在墨西哥阿兰达斯设有一家龙舌兰酒厂，并在密苏里州、俄亥俄州和北爱尔兰开展装瓶业务。作为品牌所有者和供应商双重身份的企业，其季度业绩在饮料市场上具有不同寻常的分量，因为它既能反映零售端的消费者需求，也能反映烈酒供应链更深层的订货模式。

对于关注威士忌及其他蒸馏产品产能决策、采购计划和库存策略的饮料公司而言，MGP最新季度显示市场仍不均衡：品牌标签仍能找到增长空间，尤其是在更高价位或通过限量发行的情况下，但随着客户继续谨慎管理库存，合同蒸馏需求仍承压。