Rémy Cointreau第一季度销售额增长1.3%

干邑销售增长7.7%，抵消了利口酒和其他烈酒表现疲弱的影响，集团维持全年目标不变

2026年7月30日星期四



Rémy Cointreau表示，在2026-27财年第一季度，其销售额按有机基础增长1.3%。这家法国烈酒集团称，这一开局与其全年计划一致，其中干邑的增长抵消了利口酒和其他烈酒表现较弱的影响。

公司报告称，本季度干邑销售额按有机基础增长7.7%，而其利口酒和烈酒部门下降6.6%。这一更新显示，作为全球最大的高端饮料集团之一，其各品类需求呈现出喜忧参半的局面；干邑表现出韧性，而组合中的其他部分仍承受压力。

这种分化的重要性不止体现在一家公司的业绩上。对于饮料行业的生产商、分销商和零售商而言，Rémy Cointreau的结果提供了一个关于消费者按品类支出的早期观察。更强劲的干邑需求可能有助于棕色烈酒的库存规划和定价，而利口酒及其他烈酒的疲弱趋势则可能促使企业在这些细分领域对促销、产品组合和订单采取更谨慎的态度。

Rémy Cointreau确认了其2026-27整个财年的目标，表明管理层并不认为第一季度各品类之间的分化已严重到足以改变其更广泛的前景。公司并未将本季度描述为明显反转，而是视为与其此前为全年勾勒的轨迹相符的开端。

第一季度数据受到密切关注，因为Rémy Cointreau对高端和超高端烈酒，尤其是干邑，具有相当大的敞口，而这一品类近年来面临的交易环境并不均衡。高端烈酒需求受到通胀、部分市场可自由支配支出放缓，以及此前库存调整后分销商库存变化的影响。

在这一背景下，干邑的增长很可能会引起进口商和批发商的特别关注，他们正在寻找该品类是否趋于稳定的迹象。7.7%的增幅表明，在该期间，干邑需求的韧性好于集团组合中的其他部分。相比之下，利口酒和烈酒下降6.6%则表明，消费疲软或更谨慎的订货仍在拖累这些品牌。

公司的季度声明显示，品类结构仍是业绩的核心问题。干邑对Rémy Cointreau具有战略重要性，因为它是集团主要利润驱动因素之一，也是衡量全球对高端烈酒需求的关键指标。当干邑表现优于其他部门而其他业务收缩时，即便整体业务动能不均，也能帮助支撑总销售增长。

对于更广泛的饮料行业而言，这种模式也可能影响对具有类似价格带和渠道敞口的竞争对手的预期。如果消费者继续偏好成熟的高端品类，同时减少对相邻产品的购买，供应商可能需要按市场逐一调整商业计划。这可能影响从发货时点到营销预算和货架分配的方方面面。

Rémy Cointreau确认年度目标，表明尽管组合中部分业务承压，公司仍对当前经营状况可控抱有信心。投资者和贸易伙伴现在将关注后续几个季度，以判断干邑能否继续带动增长，以及利口酒和其他烈酒是否开始回升。

公司的第一季度公告并未改变其向市场传递的核心信息：业绩仍然不均衡，但管理层认为全年进展符合预期。对于正在寻找高端烈酒需求更清晰信号的行业而言，这呈现的是一个更为复杂的图景，而非一次干净利落的反弹。