vinetur

高端白酒销售下滑后，今世缘营收下降7.41%

售价300元以上的白酒销量下降13.19%，抵消了公司中端产品线的增长。

2026年8月19日星期三



今世缘这家总部位于江苏省的中国白酒生产商公布，上半年业绩走弱，旗下高价产品销量大幅下滑，尽管较低价位产品需求有所改善，且第二季度盈利转为增长。

公司在8月17日晚间发布的半年报中表示，2026年上半年营收同比下降7.41%，至64.35亿元。净利润下降6.60%，至20.82亿元。根据披露的变动幅度，这意味着营收较去年同期减少约5.15亿元，利润减少约1.47亿元。

主要压力来自今世缘最昂贵的核心板块。其Special A+产品营收下降13.19%，至37.43亿元，这类产品的出厂指导价在300元以上。按披露的降幅推算，一年前可比数值约为43.12亿元，仅这一品类就少了约5.69亿元销售额。

相比之下，公司售价100元至300元的Special A产品实现增长。该板块营收增长3.36%，至23.07亿元，较去年同期增加约0.75亿元。这一结果表明，在中国白酒行业仍受可自由支配支出疲弱、宴请和商务餐饮场景复苏慢于预期的压力之际，消费者需求正向更亲民的白酒转移。

这两个价位带仍是今世缘业务的核心。根据披露，它们在上半年合计贡献了公司90%以上的营收。公

司在这些价位带的核心产品包括300元以上区间的国缘四开，以及100元至300元区间的国缘淡雅。

较低层级产品表现不一。A类产品营收下降21.8%，至1.82亿元，而B类产品小幅增长0.57%，至7700万元。公司未披露以升或箱计的发货量，因此这些结果无法清晰拆分单位销量、价格和产品结构变化各自的影响。

上半年下滑发生在今世缘过去几年快速扩张之后，也反映出中国白酒市场更广泛的压力。被当地媒体援引的中国行业研究显示，由于家庭仍然谨慎并削减非必需消费，许多生产商在上半年面临利润下降和人均消费额走弱。白酒是一种传统蒸馏酒，与商务宴请、家庭聚会和婚礼密切相关，因此对社交和企业支出的变化尤为敏感。

不过，今世缘的季度数据显示出一些改善。第二季度，营收同比增长14.11%，至21.13亿元，归属于股东的净利润增长19.17%，至6.97亿元。与去年同期相比，这相当于营收增加约2.61亿元，利润增加约1.12亿元。

公司对中国媒体表示，第二季度其高端产品表现改善，宴席消费及相关场景进入其所称的“新常态”。管理层还表示，国缘淡雅所竞争的价位带仍在扩容，对增长形成支撑，不过也承认，随着此前积累的动能被消化，这一产品线后续的增速可能放缓。

销售的地域分布显示，今世缘仍高度依赖本土市场。上半年，江苏及省内其他市场营收下降9.36%，至56.68亿元，占总营收的88%。省外销售增长7.18%，至6.73亿元，是公司业务中少数明确的增长领域之一。

今世缘表示，其主要产品在江苏省外的扫码销售占比持续上升，目前已超过20%。在中国消费品行业，扫码数据常被企业用作动销和市场活动的替代指标。公司上半年也扩大了经销商网络，合计新增107家经销商，其中16家位于本土市场，91家位于省外。

中国媒体报道援引行业分析师肖竹青称，今世缘的业绩受到三个因素支撑：江苏相对稳定的基本盘、外埠市场的切实进展，以及包括数字化和即时零售渠道在内的更广泛产品和渠道覆盖。不过他也表示，第二季度的反弹部分得益于去年同期较低的比较基数，不应被解读为今世缘或整个白酒行业已经真正完成拐点。

这种谨慎态度反映出公司的产品结构。即便在第二季度反弹之后，300元以上的高端品类仍是今世缘最大的营收来源，而且仍在以两位数幅度收缩。100元至300元的低价位板块正在增长，但这部分增幅尚不足以抵消高端销售下滑。

中国的投资者和分析师预计将密切关注即将到来的中秋和国庆销售季，观察宴席需求、消费流量和价格能否站稳。对今世缘而言，接下来的问题是，第二季度的复苏能否延续，同时公司进一步加大对中端产品的依赖，并设法稳住高端业务。