群星报告上半年酒类分销收入增长25.6%

这项1.78亿元业务贡献了近80%的销售额，显示中高端白酒需求更为稳健

2026年8月25日星期二



在多个行业拥有业务的中国分销商群星玩具表示，其酒类分销收入在2026年上半年增长了25.6%，这表明在承压市场中，中高端白酒的需求仍在延续。

公司称，1月至6月期间，酒类分销收入达到1.78亿元人民币，约合2480万美元。按去年同期约1.418亿元人民币的可比销售额计算，这一增长意味着该业务较上年同期增加了约3620万元人民币。

上述数据出自公司业绩报告，并由《证券时报》于8月23日引用。白酒这一中国传统蒸馏酒构成了酒类分销业务的主要部分，群星主要聚焦中高端产品。

酒类业务在公司更广泛的经营中占据重要比重。群星上半年合并收入总计2.23亿元人民币，其中酒类

销售约占80%。这意味着，在公司仍活跃于其他领域的同时，酒类业务是其主要收入来源。

尽管如此，公司整体仍处于亏损状态。群星上半年合并亏损4,859万元人民币。公司表示，更大范围的亏损主要由与信息技术业务相关的减值计提所致。业绩并未显示亏损来自饮料分销业务。

在解读这些数据时，这一区分很重要。群星是一家多元化分销商，而非白酒生产商，其合并亏损不能直接视为酒类销售疲弱的信号。披露信息还未包含发货量、平均售价或所售品牌，这限制了对定价能力或市场份额的推断。

不过，这一收入增长仍为中国酒类市场的一个部分提供了积极信号。近年来，由于消费支出不均衡且整体经济经历调整，白酒需求面临艰难环境。在此背景下，与中高端白酒主要相关的分销收入增长表明，至少通过这家分销商的渠道，这些细分市场的部分需求仍保持韧性。

这些数据也显示出分销商作为市场状况指标所能发挥的作用。由于群星销售的是他人生产的产品，其收入可以反映其所经手的品牌和价格带的订单流与动销需求，不过其精确度不及生产商的详细披露。就本案而言，公司上半年的表现表明，尽管集团整体仍因另一业务板块承压，其酒类业务的周转仍更为强劲。

群星在所引用的数据中并未按省份、品牌或客户类型提供细分。公司也没有说明增长更多来自销量提升、产品结构变化还是价格因素。缺少这些细节，就无法判断消费者是否升级购买、分销商是否补充库存，或公司是否通过新客户扩大了覆盖面。

即便存在这些限制，酒类业务在群星内部的规模仍然清晰可见。在2.23亿元人民币的上半年总收入中，酒类分销收入达到1.78亿元人民币，酒类板块以明显优势成为公司的主导业务。这种集中度意味着，即便盈利继续受到非酒类资产影响，酒类分销表现仍可能是公司短期营收变化的核心。

这份半年报为中国这一备受关注的行业又提供了一个数据点。在经历长期调整后，投资者和行业分析师一直在寻找白酒企稳的迹象。聚焦中高端产品的分销商收入增长并不能为更广泛的问题盖棺定论，但它确实显示，该细分市场在2026年前六个月仍实现了更强劲的销售。

《证券时报》援引公司报告，将收入增长视为分销需求向好的建设性信号，尤其是在中高端区间。同时，该公司的净亏损也表明，对于一家多元化集团而言，某一业务单元销量走强并不一定会在其他业务承压时转化为盈利。