AdVini称，受Cordier整合成本影响，经常性EBITDA降至640万欧元

新收购的Cordier业务小幅提振销售额，AdVini上半年营收增长0.7%，达到1.325亿欧元

2026年10月5日星期一



法国葡萄酒集团AdVini周一表示，纳入Cordier业务后，公司上半年销售额略有增长，但在承担与交易相关的整合和启动成本后，经常性EBITDA大幅下滑。

截至6月30日的六个月，AdVini营收为1.325亿欧元，高于上年同期的1.316亿欧元，增长0.7%。公司表示，这一增幅得益于新收购的Cordier业务刚刚开始纳入合并范围。不过，按可比合并范围和汇率计算，销售额下降2.5%，降幅小于2025年上半年录得的3.7%。

公司称，市场环境仍然艰难。表现最弱的是法国大众零售渠道，销售额按金额计下降15.0%。以自有品牌为主的零售连锁渠道业务也下滑10%。相比之下，AdVini表示，其欧洲餐饮渠道业务保持稳定，

该渠道包括酒吧、餐厅、酒店和专业葡萄酒零售商；公司继续推行以更高价值品牌葡萄酒为核心的战略。

尽管销量承压，这种销售结构仍有助于支撑利润率。毛利从5160万欧元升至5260万欧元，毛利率从39.2%提高至39.7%。AdVini表示，在市场波动的情况下，品牌战略通过改善产品组合抵消了销量下滑的影响。

然而，经常性EBITDA从980万欧元降至640万欧元，经常性EBITDA利润率也从7.4%降至4.8%。经常性营业利润同样走弱，从400万欧元降至50万欧元。公司表示，EBITDA下滑主要源于外部费用增加250万欧元，以及其他经常性营业费用增加140万欧元，两项增支均与收购Cordier有关。这些成本包括业务启动费用，以及为下半年调整资源所产生的支出。人员费用保持稳定。

报告净利润从上年同期亏损60万欧元改善至700万欧元。这一增长主要得益于与收购相关的1000万欧元非经常性营业收入，该收入来自暂时确认负商誉。AdVini表示，该交易的最终购买价分摊将在截至2026年12月31日的年度账目中完成。公司的财务业绩也略有改善，净金融负债则基本稳定，为1.614亿欧元，上年同期为1.602亿欧元。

此次收购是公司当前战略的重要组成部分。AdVini表示，收购InVivo Wines部分资产的交易在股东特别大会后于4月30日生效，该交易也标志着InVivo入股AdVini。除Cordier外，此次交易还带来了更广泛的出口分销网络、Café de Paris品牌以及生产能力。AdVini称，这将使公司能够进入正在增长的优质起泡酒和无酒精葡萄酒细分市场。

各地区表现不一，但法国以外市场势头更强。AdVini表示，包括L’Oratoire des Papes、Champy、Kleine Zalze和Ken Forrester在内的多个品牌实现强劲增长。北美增长23%，亚洲反弹24%；南非继续表现突出，国内销售额增长13%，出口也持续增长。公司还表示，上半年出口业务在整体业务中的占比有所提高，进一步凸显其对国际市场和选择性分销渠道的重视。

从整个饮料行业来看，这些业绩反映出多项超出单一企业财报的压力。法国大众零售渠道销售额下降15.0%，显示这一重要葡萄酒销售渠道仍然疲软。与此同时，尽管毛利率改善，AdVini的EBITDA仍然下降，说明收购带来短期成本时，利润率仍可能承压。Cordier交易也凸显了葡萄酒行业的整合趋势：生产商正寻求扩大出口网络、丰富品牌组合，并布局起泡酒和无酒精饮料等增长更快的品类。

展望未来，AdVini表示，将继续专注于旗下葡萄酒品牌的盈利性内生增长，尤其是在出口市场和选择性渠道。公司还表示，已于7月9日续签银团银行授信额度，将期限延长至2032年；规模更小的银行团体承诺提供超过2亿欧元融资。此举旨在确保长期资金来源，支持公司整合新资产，并在其所称的不确定且波动的国际环境中争取扩大市场份额。