Semper idem Underberg称Underberg和Asbach海外销量增长约20%

上半年海外整体销量增长16%，但公司未披露各品牌的具体销售总量

2026年11月17日星期二



德国烈酒集团Semper idem Underberg AG于11月16日星期一发布声明称，旗下Underberg和Asbach在2026/27财年上半年各自在德国以外市场的销量均增长约20%。

公司表示，销量增长发生在4月1日至9月30日期间，比较基准为2025年同期。公司未公布两个品牌以升、瓶或箱为单位的绝对销量，因此无法根据声明中的百分比核实增幅对应的具体规模。公司也未提供Underberg或Asbach按国家划分的销售数据。

Semper idem Underberg称，同一六个月期间，其德国以外市场的整体销量增长约16%。公司指出，巴西、美国和北欧国家是其海外业务的重要增长市场，但未说明各市场的具体贡献，也未透露增长是否主要由其中一个品牌带动。

这些数据表明，两类不同的德国烈酒在国际市场上的需求有所增强。Underberg是集团旗下的草本苦味酒品牌，自1846年起销售；Asbach则是创立于1892年、产自吕德斯海姆的德国白兰地品牌。公司声明未按市场、定价或产品组合分别披露两个品牌的表现。

这家总部位于莱茵贝格的集团表示，上半年营收从上年同期的6770万欧元增至6840万欧元。按披露数据计算，增幅约为1.0%。营收增速低于海外销量增幅，表明不同地区或品牌的增长并不均衡；不过，公司未提供足够细节，无法判断价格、产品组合或汇率因素对业绩的影响。

Semper idem Underberg表示，海外业务增长之际，德国国内烈酒市场仍然疲软。公司援引NielsenIQ数据称，2026年前九个月德国烈酒行业营收下降3%。公司将自身表现视为在萎缩市场中提升份额的证据，但未公布市场份额数据。

除Underberg和Asbach在国际市场增长外，公司还称，旗下St. Hubertus品牌在本财年上半年德国市场的销量增长约17%。公司将这一增长归因于近期推出的产品线扩展和产品创新。

Semper idem Underberg发布品牌业绩更新之际，也在为现有债券进行再融资。公司于11月16日星期一表示，经监事会批准，管理委员会已决定发行一只2032年到期的新公司债券，目标发行规模最高为4500万欧元。公司称，募集资金将用于对2022/2028债券进行再融资。

公司表示，新债券的指示性利率区间为6.00%至6.75%，最终票息将在簿记建档后确定。现有2022/2028债券持有人可按1:1比例将债券置换为新债券，并就每份置换债券获得5欧元现金，另加应计利息。置换期于11月17日星期二开始，至12月1日欧洲中部时间下午6时结束。

Semper idem Underberg还启动了新债券的公开发行。公司称，投资者可通过其网站自11月17日星期二起认购，认购期至12月3日欧洲中部时间下午6时结束。通过法兰克福证券交易所DirectPlace系统的认购计划于11月18日星期三开始，至12月4日欧洲中部时间中午结束。最低认购金额为1000欧元，公司表示保留提前结束发行的权利。

公司称，债券募集说明书预计于11月16日星期一获卢森堡金融监管机构卢森堡金融业监管委员会（Commission de Surveillance du Secteur Financier）批准。Semper idem Underberg表示，新债券拟在法兰克福证券交易所公开市场板块交易，同时计划通过独家主承销商B. Metzler seel. Sohn & Co. Aktiengesellschaft，向部分欧洲国家的机构投资者进行私募配售。

集团表示，2025/26财年营收为1.369亿欧元，调整后EBITDA为1230万欧元。对于2026/27财年全年，公司预计营收与上年大致持平，调整后EBITDA则将处于1100万至1200万欧元目标区间的高端。

Semper idem Underberg称自己是一家家族所有的优质烈酒生产商和经销商。除Underberg和Asbach外，其产品组合还包括PITÚ、St. Hubertus、XUXU、Zwack Unicum和Grasovka，以及Amarula、BOLS、Koskenkorva Vodka、Linie Aquavit、STROH、The Standard 1894、Túnel和Ouzo of Plomari等第三方品牌。公司在同一份声明中还表示，旗下德国经销部门将开始在德国经销Loch Lomond威士忌，继续拓展合作品牌业务。