vinetur

Chinesische Baijiu-Hersteller melden im ersten Halbjahr einen Gewinnrückgang von 12,3 %

Nur fünf der 19 gelisteten Brennereien steigerten den Umsatz, nachdem schwache Nachfrage die Preise drückte und die Margen belastete.

Dienstag, 1. September 2026



Neunzehn börsennotierte chinesische Baijiu-Hersteller meldeten für das erste Halbjahr schwächere Ergebnisse, wobei der Gesamtumsatz und der Gesamtgewinn zurückgingen, da die Nachfrage verhalten blieb und der Preisdruck in der Branche zunahm.

Bis zum Abend des 28. Aug. hatten mit Ausnahme von Shanxi Fenjiu alle an den Börsen A und H gelisteten Baijiu-Unternehmen ihre Halbjahresergebnisse vorgelegt, wie eine von Eastmoney übernommene Zusammenstellung von First Financial zeigt. Zusammen erzielten die 19 Unternehmen von Januar bis Juni einen Umsatz von 179,4 Milliarden Yuan, nach 189,1 Milliarden Yuan im Vorjahreszeitraum. Das entsprach einem Rückgang um 9,7 Milliarden Yuan oder 5,1 %.

Der zusammengefasste den Aktionären zurechenbare Nettogewinn fiel noch stärker. Die Gruppe erwirtschaftete im ersten Halbjahr 67,4 Milliarden Yuan, nach 76,9 Milliarden Yuan ein Jahr zuvor. Das war ein Rückgang um 9,5 Milliarden Yuan oder 12,3 %.

Die Lücke zwischen dem Umsatzrückgang und dem deutlich stärkeren Gewinneinbruch weist auf zunehmenden Margendruck im chinesischen Baijiu-Geschäft hin, in dem die Produzenten mit schwächerer Nachfrage, geringeren Preisen und höheren Vertriebskosten zu kämpfen haben. Die Zahlen zeigen auch, dass sich die Abschwächung breit durchzieht. Von den 19 in der Auswertung berücksichtigten Unternehmen meldeten im ersten Halbjahr nur fünf ein Umsatzwachstum: Kweichow Moutai, Wuliangye, Yingjia Gongjiu, Jinhui Liquor und Zhenjiu Li Du. Die übrigen 14 verzeichneten Umsatzrückgänge.

Die Ergebnisse liefern weitere Hinweise darauf, dass Chinas Baijiu-Markt weiterhin in einer längeren Anpassungsphase steckt. First Financial sagte, dass sowohl Umsatz als auch Gewinn in den ersten sechs Monaten nach unten gingen, was zeigt, dass der tiefgreifende Umbau des Sektors noch andauert.

Ein weiterer Indikator für die Branchenlage verschlechterte sich ebenfalls. Die China Alcoholic Drinks Circulation Association teilte mit, dass der Alcoholic Beverage Market Climate Index, kurz ACI, im zweiten Quartal auf 43,41 gefallen sei. Das lag unter der 50er-Marke, die Expansion von Kontraktion trennt, und unter 49,72 im vierten Quartal

2025 sowie 47,32 im ersten Quartal 2026.

Der niedrigere Wert deutet darauf hin, dass sich die Marktbedingungen im Frühjahr und Frühsommer weiter verschlechterten. Im chinesischen Spirituosenhandel gilt ein Wert unter 50 allgemein als Zeichen für schwache Stimmung und geringe Verkaufsaktivität.

Von Branchenanalysten, die im Bericht zitiert werden, hieß es, der Druck spiegele sowohl zyklische Schwäche als auch strukturellen Wandel wider. Xiao Zhuqing, ein unabhängiger Baijiu-Kommentator, sagte, der Sektor befinde sich weiterhin in einer Phase des Wettbewerbs um schrumpfende Volumina und die Erholung der Verbrauchernachfrage verlaufe uneinheitlich. Er sagte, dass sich der Konsum bei Banketten und im geschäftlichen Umfeld langsamer erhole, als viele Produzenten erwartet hätten, was die Branche unter breiten Druck setze.

Xiao sagte, einige Unternehmen hätten sich dank ihrer eigenen Strategie und Umsetzung besser gehalten, doch viele regionale Brennereien kämpften weiterhin mit hohen Beständen, instabilen Preisen und schwacher Expansion außerhalb ihrer Heimatmärkte. Diese Spaltung wird in den Ergebnissen der börsennotierten Unternehmen immer sichtbarer: Eine kleine Zahl führender Marken wächst weiter, während viele andere an Boden verlieren.

Die Anpassung der Branche dauert dem Bericht zufolge bereits seit etwa drei Jahren an, und es gibt kaum Anzeichen dafür, dass sie bald endet. Chai Jun, Vorsitzender von Shengchu Consulting, sagte, Marktbeobachtungen im zweiten Quartal hätten mehrere neue Entwicklungen gezeigt. Eine der klarsten sei gewesen, dass niedrigalkoholische Produkte sich von einem Konzept zu einer kommerziellen Realität entwickelt hätten. Er sagte, der Markt zeige zunehmend ein Muster, bei dem gilt: Je höher der Alkoholgehalt, desto schwächer das Marktklima.

Chai sagte zudem, dass die Bedingungen im Einzelhandel weiterhin schwierig seien. Im zweiten Quartal lag der Klimaindex für Spirituosenläden und ähnliche Einzelhandelsstellen bei 42,88, leicht über dem Wert des Vorquartals. Er sagte, der Bestandsabbau habe sichtbare Fortschritte gemacht, doch der Margendruck im Handel bleibe hoch. Mehr zu verkaufen, indem man die Preise senke, sei kein nachhaltiges Modell, sagte er, während die Verkäufe über traditionelle allgemeine

Einzelhandelsgeschäfte und Supermärkte weiterhin schwach blieben.

Die im Bericht genannten Marktbesuche deuteten auf dasselbe Muster hin. Der Geschäftsverbrauch war im ersten Halbjahr 2026 schwach, was sich direkt auf den gesamten Baijiu-Absatz auswirkte, und viele Geschäfte beschrieben Kundenverkehr und Umsatz als verhalten.

Das ist wichtig, weil die Baijiu-Nachfrage stark von sozialen und geschäftlichen Anlässen abhängt, darunter Bankette, Geschenke und Firmenbewirtung. Wenn sich diese Kanäle nur langsam erholen, können die Produzenten selbst dann unter Druck geraten, wenn sich die Konsumnachfrage in anderen Teilen der Wirtschaft verbessert. Zudem wirkt sich das oft auf den Produktmix aus, da Verbraucher und Käufer zu günstigeren Produkten greifen oder preissensibler werden, was den Gewinn schneller belasten kann als den Umsatz.

Die jüngste Berichtssaison legt nahe, dass dies in weiten Teilen des gelisteten Sektors geschieht. Ein Rückgang des zusammengefassten Umsatzes um 5,1 % ist für sich genommen bereits bemerkenswert in einer Branche, die einst mit stetigem Wachstum verbunden war, doch der Rückgang des den Aktionären zurechenbaren Nettogewinns um 12,3 % zeigt, dass es weitaus schwieriger geworden ist, Preise und Profitabilität zu halten.

Die Daten bilden jedoch nicht den gesamten chinesischen Baijiu-Markt ab. Die Zusammenstellung schließt Shanxi Fenjiu aus, weil dessen Ergebnisse bis zur Frist am 28. Aug. noch nicht berücksichtigt waren. Die Zahlen beruhen außerdem auf einer journalistischen Auswertung der Zwischenberichte der Unternehmen und nicht auf einer vollständigen Branchenzählung. Wie bei vielen Halbjahresberichten sind die Abschlüsse überwiegend ungeprüft.

Trotz dieser Einschränkungen geben die Zahlen ein breites Bild eines wichtigen Segments von Chinas Verbrauchermarkt. Baijiu bleibt eine der wichtigsten inländischen Alkoholkategorien des Landes, und die in der Auswertung erfassten börsennotierten Unternehmen gehören zu vielen der bekanntesten Produzenten der Branche. Ihre Halbjahresleistung zeigt, dass der Sektor weiterhin mit schwacher Stimmung, verhaltener Geschäftsnachfrage und anhaltendem Druck auf Preise und Margen zu

kämpfen hat, während er in die wichtige Verkaufsphase zum Mittherbstfest und zum Nationalfeiertag geht.