vinetur

Chinas Baijiu-Einzelhandelskorb erreicht nach flächendeckenden Preisrückgängen ein 13-Tage-Tief

Der Indikator sank am 9. Oktober um 0,31 Prozent; 91,7 Prozent der erfassten Produkte verzeichneten Verluste.

Freitag, 9. Oktober 2026



Chinas erfasster Baijiu-Einzelhandelskorb fiel am 9. Oktober auf den niedrigsten Stand seit 13 Tagen. Die Preise von 11 der 12 beobachteten Referenzprodukte sanken. Damit setzte sich die bereits am Vortag erkennbare Schwäche fort und der Druck weitete sich

auf den Markt aus.

Der proprietäre Indikator addiert die durchschnittlichen Endverkaufspreise je einer Flasche von 12 großen Baijiu-Produkten. Er sank von ¥10.759 am Vortag auf ¥10.726. Das entspricht einem Rückgang um ¥33 beziehungsweise 0,31 Prozent. Grundlage sind Transaktionen aus den vorangegangenen 24 Stunden. Damit ist der Wert zwei Tage in Folge gefallen.

Besonders auffällig war die Breite des Rückgangs. Die Preise sanken bei 91,7 Prozent der Stichprobe; nur ein Produkt verzeichnete einen Zuwachs. Sina Finance zufolge stammen die Daten von rund 200 Erhebungsstellen in ganz China, darunter von den Herstellern benannte Vertriebspartner, unabhängige Händler, E-Commerce-Plattformen und Einzelhandelsgeschäfte. Das Unternehmen erklärte, die Zahlen beruhten auf gewichteten Berechnungen anhand tatsächlicher Transaktionspreise der vorangegangenen 24 Stunden. Zudem sei der Indikator darauf ausgelegt, die Marktpreise großer Marken abzubilden, nicht aber nationale Absatzmengen, Umsätze oder Lagerbestände.

Das einzige Produkt, dessen Preis am 9. Oktober stieg, war Xijiu Junpin: Nach einem deutlichen Rückgang am Vortag legte es um ¥4 auf ¥633 zu. Alle übrigen erfassten Marken verbilligten sich.

Unter den besonders aufmerksam beobachteten Produkten sank Feitian Moutai um ¥2 auf ¥1.797 und blieb damit den dritten Tag in Folge unter der Marke von ¥1.800. Premium Moutai gab nach vorherigen Zuwächsen um ¥2 auf ¥2.466 nach. Moutai 1935 verlor den zweiten Tag in Folge ¥1 und kostete ¥685.

Wuliangyes Flaggschiff Puwu Eighth Generation verbilligte sich um ¥3 auf ¥800 und erreichte nach zwei Rückgängen in Folge wieder diese runde Preisschwelle. Wuliangye 1618 sank nach zwei unveränderten Handelstagen um ¥1 auf ¥829.

Weitere Verluste verteilten sich auf große Marken. Qinghua Fen 20 fiel um ¥4 auf ¥403 und gab damit einen Teil der im Zuge einer früheren Rally aufgebauten Gewinne wieder ab. Guojiao 1573 sank um ¥1 auf ¥875. Yanghe Dream Blue M6+ verlor ¥5 auf ¥606 und verzeichnete damit den sechsten Rückgang in Folge. Laut dem Bericht erreichte

der Preis zugleich ungefähr ein 30-Tage-Tief.

Gujing Gong Gu 20 verbuchte einen der stärksten Rückgänge: Am zweiten Tag einer deutlichen Korrektur sank der Preis um ¥8 auf ¥536. Qinghualang gab um ¥6 auf ¥682 nach und verzeichnete den dritten Rückgang in Folge. Crystal Jian Nanchun verlor ¥4 und fiel auf ¥414, nachdem der Preis die Dynamik eines vorherigen zweitägigen Anstiegs nicht hatte halten können.

Der jüngste Wert ergänzt die Anzeichen einer Abschwächung am chinesischen Einzelhandelsmarkt für Baijiu im oberen und mittleren bis oberen Preissegment. Anleger und Händler beobachten die täglichen Preisänderungen, um Hinweise auf die Nachfrageentwicklung, den Druck auf die Vertriebskanäle und die Lagerbestände zu erhalten. Da führende Marken wie Kweichow Moutai und Wuliangye häufig als Richtwerte für die gesamte Branche dienen, können selbst geringe tägliche Veränderungen Aufmerksamkeit erregen, wenn die Schwäche breit angelegt ist.

Der tägliche Warenkorb sollte jedoch mit Vorsicht interpretiert werden. Die Daten spiegeln angebotene und tatsächlich erzielte Endmarktpreise wider, die an einer begrenzten Zahl von Erhebungsstellen erfasst wurden; sie sind keine vollständige Erhebung des chinesischen Baijiu-Marktes. Als kurzfristiger Preisindikator ist die Kennzahl nützlich, sie bildet jedoch weder den landesweiten Verbrauch noch die Erträge der Hersteller direkt ab.

Sina Finance erklärte, die Methodik berücksichtige transaktionsgewichtete Preise und beziehe für einige Moutai-Produkte identifizierbare Preise aus offiziellen Vertriebskanälen ein. Dem Bericht zufolge verkauft Moutais eigene iMoutai-Plattform Feitian Moutai und Premium Moutai zu offiziellen Preisen, die Anfang dieses Jahres angehoben wurden. Dieser neuere Vertriebskanal habe die Marktpreise beider Produkte allmählich beeinflusst.

Der schwächere Wert des Warenkorbs fiel in eine Zeit, in der Analysten weiter darüber diskutierten, wann sich die Baijiu-Branche nach einer langen Phase der Anpassungen in den Vertriebskanälen stabilisieren könnte. Ein jüngster Bericht des Lebensmittel- und Getränketeams von Huachuang Securities kam zu dem Schluss, dass der Absatz von Spirituosen während des Mittherbstfestes den Erwartungen entsprach. Zudem

argumentierte das Team, die Finanzberichte für das zweite Quartal zeigten, dass sich die Branche beschleunigt einem Tiefpunkt nähere. Dem Broker zufolge hätten viele Baijiu-Unternehmen den Druck auf ihre Vertriebspartner aktiv verringert, was einen Teil der in den ausgewiesenen Ergebnissen sichtbaren Belastungen abfedern könnte.

Huachuang erklärte, die niedrige Vergleichsbasis in der zweiten Jahreshälfte könnte eine schrittweise Verbesserung sowohl des Absatzes als auch der Geschäftsergebnisse der Unternehmen begünstigen. Eine zentrale Frage für die Branche sei zudem, ob sich die Erwartungen weiter stabilisieren können, sobald die Großhandelspreise für Moutai eine festere Basis gefunden haben.

Vorerst deuten die täglichen Einzelhandelspreise auf anhaltende Vorsicht am Markt hin. In der jüngsten Sitzung zeigte sich die Schwäche nicht nur bei einer oder zwei Marken, sondern in nahezu dem gesamten erfassten Warenkorb. Premium-, mittlere und regionale Produkte waren gleichermaßen von den Rückgängen betroffen, während Einzelhändler und Vertriebspartner ihre Preise weiter anpassten.