vinetur

Jin Hui pierde el 85,3% de su beneficio por el golpe fiscal al baijiu

La destilería más premiada de China vende más, pero los impuestos deterioran con fuerza su rentabilidad

martes 25 de agosto de 2026



Jin Hui cerró el segundo trimestre de 2026 con una fuerte caída del beneficio pese a elevar las ventas. La productora china de baijiu, una de las destilerías con más historia del país y la más premiada en 2025, ganó 9,5 millones de yuanes entre abril y junio de

este año, un 85,3% menos que un año antes, mientras los ingresos subieron un 11,12%, hasta 724 millones de yuanes.

Si se toma como referencia el porcentaje publicado por la empresa, el beneficio neto del mismo trimestre de 2025 rondó los 64,6 millones de yuanes. La diferencia entre ambos periodos es de unos 55,1 millones. En cambio, la facturación del trimestre avanzó en torno a 72,4 millones frente al dato de hace un año.

La distancia entre ambos indicadores muestra un deterioro claro de la rentabilidad. En el negocio de bebidas espirituosas, una subida de ingresos no garantiza una mejora del beneficio, ya que el resultado final depende también de la mezcla de productos, de la presión fiscal y del peso de cada canal de venta. En el caso de Jin Hui, la empresa vincula buena parte de ese retroceso a los impuestos y recargos.

La compañía informó el pasado 19 de agosto de que el pago por ese concepto alcanzó 83,82 millones de yuanes. Además, calcula que ese factor restará 75 millones al beneficio del conjunto del año. Esa previsión ayuda a explicar por qué el avance comercial del trimestre no se trasladó a la cuenta final.

En el acumulado de enero a junio, Jin Hui también registró una evolución desigual entre ventas y ganancias. La facturación del semestre creció un 3,19%, hasta 1.816 millones de yuanes, mientras el beneficio descendió un 28,24%, hasta 214 millones. El recorte del resultado es mucho menor que el del segundo trimestre por sí solo, pero mantiene la misma tendencia: el negocio vende más y gana menos.

La empresa también dio cuenta de un cambio en el comportamiento de sus distintas franjas de precio. El tramo de 100 a 300 yuanes redujo sus ingresos un 4,77%. Se trata de una gama que suele concentrar buena parte del consumo habitual y que puede verse afectada con rapidez cuando el comprador ajusta su gasto o cambia de referencia.

Al mismo tiempo, las ventas fuera de su mercado regional aumentaron un 20,31%, hasta 460 millones de yuanes. Ese avance geográfico permitió elevar la facturación total, pero no compensó el impacto de la carga fiscal ni la debilidad del segmento medio sobre el beneficio.

Las cifras de Jin Hui reflejan así una divergencia marcada en el primer semestre de 2026. Por un lado, la empresa mantiene capacidad para vender más, tanto en el trimestre como en el semestre y con una mejora clara fuera de su área tradicional. Por otro, la presión de los impuestos y el peor comportamiento de parte de su cartera de precios reducen con fuerza el margen y dejan el resultado neto muy por debajo del registrado un año antes.