vinetur

Jiugui Liquor eleva un 37,57% su beneficio con ventas a la baja

El recorte de gastos compensa la caída de ingresos, el retroceso premium y las pérdidas del segundo trimestre

viernes 28 de agosto de 2026



Jiugui Liquor cerró el primer semestre con un beneficio de 12,32 millones de yuanes, un 37,57% más que en el mismo periodo del año anterior, pese a que sus ingresos bajaron un 5,58%, hasta 530 millones de yuanes. La mejora del resultado llegó, por tanto, sin un avance de las ventas y con una rentabilidad todavía muy limitada para el volumen de negocio que maneja la compañía china.

Los datos comunicados este martes, 25 de agosto, muestran que la facturación se redujo en torno a 31,3 millones de yuanes respecto al primer semestre del año pasado. Al mismo tiempo, el beneficio aumentó cerca de 3,4 millones, desde una base muy baja. Con esas cifras, el margen neto ronda el 2,3%, lo que refleja que la ganancia sigue siendo pequeña en relación con los ingresos.

La evolución por gamas ayuda a entender el cambio. La serie Jiugui, situada en el tramo medio-alto, aumentó sus ventas un 16,04% y alcanzó 336 millones de yuanes. En cambio, la marca premium Neican cayó un 24,14%, hasta 84,17 millones, y la línea económica Xiangquan retrocedió un 23,70%.

Ese movimiento alteró la composición del negocio. La serie Jiugui pasó de representar aproximadamente el 51,6% de la facturación total a alrededor del 63,4%. Son casi 11,8 puntos más en un año. El dato apunta a un desplazamiento del peso comercial desde la gama premium hacia un segmento medio-alto con más volumen, en un semestre en el que la demanda no mostró una mejora amplia.

La contención de los gastos fue el principal apoyo del beneficio. El gasto total bajó un 6,08% y los gastos comerciales lo hicieron un 16,64%. Esa reducción permitió compensar parte de la pérdida de ingresos y aliviar la presión sobre la cuenta de resultados en un momento de ventas más débiles.

Aun así, la mejora del semestre no oculta la debilidad del segundo trimestre. Con las cifras facilitadas por la empresa, el periodo entre abril y junio siguió en pérdidas, con un resultado negativo cercano a 20,9 millones de yuanes. Eso significa que el beneficio semestral dependió de un primer trimestre mejor y que el avance no fue uniforme dentro del año.

La combinación de menores ingresos, un peor comportamiento de la gama premium y un recorte de gastos dibuja una recuperación basada más en la disciplina interna que en una reactivación del mercado. Para Jiugui Liquor, el cambio de mezcla hacia productos de gama media-alta alivió parte del deterioro, pero no evitó la caída de la facturación ni las pérdidas del segundo trimestre.

El semestre deja así una señal mixta para la compañía en China. Por un lado, el beneficio mejora y los gastos bajan. Por otro, el negocio vende menos, pierde peso en su marca premium y mantiene una rentabilidad muy estrecha, con una ganancia que apenas supera los 12 millones de yuanes sobre 530 millones de ingresos.