vinetur

Le bénéfice net de Jin Hui au deuxième trimestre a chuté de 85,3 % à 9,5 millions de yuans

La hausse des charges fiscales, conjuguée à la faiblesse des ventes sur le milieu de gamme, a comprimé les marges après une progression du chiffre d’affaires de 11,12 %

mardi 25 août 2026



Le producteur chinois de baijiu Jin Hui a publié une forte baisse de son bénéfice au deuxième trimestre, alors même que les ventes continuaient d'augmenter, soulignant combien la hausse des coûts liés aux impôts et la contre-performance d'une partie de sa principale gamme de prix ont pesé sur les résultats.

Dans son rapport d'entreprise publié le 19 août puis relayé par China Times et reproduit par Sina Finance le 23 août, la société a indiqué que le bénéfice net du deuxième trimestre avait chuté de 85,3 % sur un an, à 9,5 millions de yuans. Sur la base du taux de recul publié, cela correspond à environ 64,6 millions de yuans un an plus tôt, soit une baisse d'environ 55,1 millions de yuans.

La baisse du résultat est intervenue malgré la croissance du chiffre d'affaires. Jin Hui a indiqué que le chiffre d'affaires du deuxième trimestre avait augmenté de 11,12 % pour atteindre 724 millions de yuans, ce qui représente une hausse d'environ 72,4 millions de yuans par rapport à la même période de l'an dernier. Ces chiffres montrent un net écart entre croissance commerciale et rentabilité sur la période.

Sur les six premiers mois de 2026, la société a déclaré un chiffre d'affaires de 1,816 milliard de yuans, en hausse de 3,19 % sur un an. Le bénéfice net de janvier à juin a reculé de 28,24 % à 214 millions de yuans. Les résultats semestriels montrent que la pression sur les marges ne s'est pas limitée à un seul trimestre, même si l'entreprise a encore enregistré une hausse de son chiffre d'affaires sur la période.

Jin Hui a lié une partie de la pression sur les profits aux taxes et surtaxes. La société a indiqué que ces versements avaient atteint 83,82 millions de yuans. Elle a également estimé que cet impact réduirait le bénéfice annuel de 75 millions de yuans. Ce fardeau de coûts semble avoir joué un rôle majeur dans la transformation de la hausse des ventes en un niveau de bénéfice nettement plus faible.

La société a également signalé une faiblesse dans la tranche de prix de 100 à 300 yuans, un segment important du marché chinois du baijiu. Le chiffre d'affaires dans cette fourchette a reculé de 4,77 %. Ce repli suggère que Jin Hui a fait face à une demande plus faible ou à une concurrence plus vive dans la catégorie du milieu de gamme, alors même que son chiffre d'affaires total progressait.

Dans le même temps, les ventes hors de la base régionale de la société ont continué de s’étendre. Jin Hui a indiqué que le chiffre d’affaires des marchés situés en dehors de sa région d’origine avait augmenté de 20,31 % pour atteindre 460 millions de yuans. Cette progression indique que l’entreprise continue d’avancer dans son expansion vers des marchés plus larges, mais la meilleure performance hors région n’a pas suffi à compenser l’effet d’une rentabilité plus faible.

Les chiffres mettent en lumière la pression qui peut apparaître lorsqu’un producteur d’alcool augmente ses expéditions ou la valeur de ses ventes mais fait face à des coûts plus élevés et à un mix produit inégal. Dans le cas de Jin Hui, la hausse du chiffre d’affaires ne s’est pas traduite par de meilleurs résultats nets. Au contraire, le deuxième trimestre a affiché une nette contraction du bénéfice, les dépenses liées aux impôts et la faiblesse d’un segment clé de milieu de gamme rognant les rendements.

Les chiffres semestriels suggèrent également que les difficultés de la société allaient au-delà d’une simple volatilité trimestrielle ponctuelle. La croissance du chiffre d’affaires de 3,19 % au cours des six premiers mois était modeste au regard de l’ampleur du recul du bénéfice. Une baisse de 28,24 % du bénéfice net à 214 millions de yuans montre que la rentabilité s’est détériorée bien plus vite que le chiffre d’affaires.

Ce rapport s’appuie sur le dépôt de la société publié le 19 août et reflète la propre communication financière de Jin Hui pour le deuxième trimestre et le premier semestre 2026. Il ne s’agit pas d’une nouvelle mise à jour statistique sectorielle sur l’industrie chinoise des spiritueux. Les chiffres de comparaison absolus d’une année sur l’autre déduits des pourcentages sont approximatifs, car ils sont calculés à partir de taux arrondis.

Les derniers résultats de Jin Hui interviennent à un moment où les investisseurs du secteur de la consommation en Chine surveillent de près la capacité des producteurs d’alcool à maintenir leurs marges, alors que la concurrence se déplace selon les tranches de prix et les marchés régionaux. Dans ce cas, la croissance des ventes était bien réelle, mais le trimestre s’est caractérisé par la très faible part de cette croissance qui est parvenue jusqu’au bénéfice net.