vinetur

# Luzhou Laojiao voit son bénéfice semestriel chuter de 43,37 %

La faiblesse de la demande pour le baijiu premium a conduit le distillateur chinois à réduire de 77,40 % sa production de milieu et haut de gamme.

jeudi 27 août 2026



Luzhou Laojiao, l’un des plus grands producteurs de baijiu en Chine, a annoncé mardi un net recul de ses ventes, de son chiffre d’affaires et de son bénéfice au premier semestre, alors qu’une demande plus faible pour les spiritueux premium a poussé l’entreprise à réduire sa production bien plus vite que ses livraisons.

Dans son rapport semestriel, la société a indiqué que le chiffre d’affaires des six premiers mois de 2026 avait chuté de 36,35 % sur un an, à 10,472 milliards de yuans, tandis que le bénéfice net attribuable aux actionnaires a reculé de 43,37 % à 4,339 milliards de yuans. La trésorerie nette issue des activités opérationnelles a diminué de 65,68 % à 2,082 milliards de yuans.

La pression était surtout visible dans les activités de baijiu milieu et haut de gamme de la société, qui comprennent des produits affichant un prix de vente TTC d’au moins 150 yuans la bouteille, comme Guojiao 1573. Le volume des ventes de ce segment a reculé de 42,53 % pour s’établir à environ 13 900 tonnes entre janvier et juin, soit quelque 10 300 tonnes de moins que sur la même période l’an dernier. La production dans cette catégorie a baissé encore plus brutalement, plongeant de 77,40 % à 4 801 tonnes, soit environ 16 400 tonnes de moins qu’un an plus tôt.

La société a indiqué que cette baisse de production reflétait une décision délibérée de contrôler les volumes en fonction de la demande des ventes et des niveaux de stocks. Cela traduit une réponse directe au ralentissement de l’écoulement au détail et aux stocks élevés dans les circuits de distribution du marché chinois du baijiu premium.

Luzhou Laojiao a déclaré que le recul des résultats était principalement dû à une demande finale plus faible et à des ventes de produits en baisse dans un environnement sectoriel difficile. Le secteur du baijiu dans son ensemble traverse une profonde phase d’ajustement, avec une demande premium sous pression et des distributeurs de plus en plus prudents.

Les chiffres trimestriels de la société montrent que le repli s’est aggravé au deuxième trimestre. Le chiffre d’affaires de la période d’avril à juin s’est élevé à 2,447 milliards de yuans, en baisse d’environ 65,5 % sur un an. Le bénéfice net attribuable aux actionnaires a chuté d’environ 79,45 % à 631 millions de yuans, tandis que le bénéfice net récurrent a reculé de 80,1 % à 608 millions de yuans.

Les activités de baijiu milieu et haut de gamme ont généré 9,2 milliards de yuans de chiffre d’affaires au premier semestre, en baisse de 38,86 %. Comme ce recul du chiffre d’affaires était moins important que la baisse de 42,53 % du volume des ventes, le revenu implicite par tonne a augmenté d’environ 6,4 % selon un simple calcul à partir des chiffres publiés par la société. Cela suggère que la stratégie de contrôle de l’offre de l’entreprise a pu contribuer dans une certaine mesure à préserver les prix ou la composition du portefeuille produit, même si ce calcul ne dissocie pas les effets de la variation réelle des prix, des promotions ou des changements entre gammes de produits.

Luzhou Laojiao s’efforce de défendre la structure de prix de ses marques phares en limitant l’offre. Selon la société et les données de marché citées par des médias financiers chinois, le prix de gros de Guojiao 1573, à 52 % d’alcool par volume et 500 millilitres, est resté relativement stable cette année autour de 825 yuans la bouteille, bien qu’il soit environ 15 yuans en dessous du niveau du début d’année. Le prix de gros du produit reste supérieur à celui de Wuliangye, une autre grande marque de baijiu premium.

La tension s’est également manifestée dans le réseau de distribution de la société. Les passifs contractuels à fin juin s’élevaient à 2,437 milliards de yuans, en baisse d’environ 31 % sur un an, signe que les distributeurs étaient moins enclins à effectuer des paiements anticipés. Luzhou Laojiao a également fait état d’une réduction nette de 162 distributeurs nationaux au premier semestre, soit une baisse de près de 10 %.

En dehors du segment premium, les ventes de produits alcoolisés moins chers, définis comme ceux dont le prix de vente TTC est inférieur à 150 yuans par bouteille, ont reculé de 9,8 % pour atteindre environ 22 400 tonnes au premier semestre.

Les résultats semestriels de l’entreprise ont été inférieurs à de nombreuses prévisions de courtiers en Chine. Selon Cailian Press, les dernières estimations de plusieurs sociétés de valeurs mobilières anticipaient généralement une baisse de 23 % à 36 % du bénéfice net du premier semestre et un recul de 30 % à 60 % au deuxième trimestre. Les baisses publiées ont été plus marquées que ces attentes.

Pour le second semestre, Luzhou Laojiao a indiqué qu’elle continuerait sa politique de contrôle des volumes et de soutien des prix pour ses produits phares, tout en aidant ses distributeurs à réduire leurs stocks. La société a également déclaré qu’elle approfondirait sa présence sur les marchés de niveau district, accélérerait la numérisation des canaux et l’innovation produit, et poursuivrait les travaux sur la première phase d’un projet de modernisation du brassage intelligent, avec un investissement prévu de 4,783 milliards de yuans afin d’accroître les réserves d’alcool de base de haute qualité. Elle a également précisé qu’elle maintiendrait son plan de dividende existant, dont un ratio de versement 2026 d’au moins 75 % et un dividende en numéraire minimal de 8,5 milliards de yuans.