vinetur

L'utile del secondo trimestre di Jin Hui crolla dell'85,3% a 9,5 milioni di yuan

Costi fiscali più elevati, insieme a vendite più deboli nella fascia media, hanno eroso i margini dopo che i ricavi sono saliti dell'11,12%

martedì 25 agosto 2026



Il produttore cinese di baijiu Jin Hui ha comunicato un forte calo dell'utile nel secondo trimestre, nonostante le vendite continuassero a crescere, a conferma di come costi fiscali più elevati e una performance più debole in parte della sua fascia di prezzo core abbiano pesato sugli utili.

Nel suo rapporto societario pubblicato il 19 agosto e successivamente citato da China Times e ripreso da Sina Finance il 23 agosto, la società ha indicato che l'utile netto del secondo trimestre è sceso dell'85,3% su base annua, a 9,5 milioni di yuan. In base al tasso di calo indicato, ciò si confronta con circa 64,6 milioni di yuan dell'anno precedente, una diminuzione di circa 55,1 milioni di yuan.

Il calo degli utili è arrivato nonostante la crescita dei ricavi. Jin Hui ha detto che i ricavi del secondo trimestre sono aumentati dell'11,12%, raggiungendo 724 milioni di yuan, il che indica un incremento di circa 72,4 milioni di yuan rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. I dati evidenziano una netta separazione tra crescita commerciale e redditività nel periodo.

Nei primi sei mesi del 2026, la società ha riportato ricavi pari a 1,816 miliardi di yuan, in aumento del 3,19% rispetto a un anno prima. L'utile netto da gennaio a giugno è sceso del 28,24%, a 214 milioni di yuan. I risultati semestrali mostrano che la pressione sui margini non si è limitata a un solo trimestre, anche se la società ha comunque registrato una crescita dei ricavi nel periodo.

Jin Hui ha collegato parte della pressione sugli utili alle imposte e ai sovrapprezzi. La società ha affermato che tali versamenti hanno raggiunto 83,82 milioni di yuan. Ha inoltre stimato che l'impatto ridurrà l'utile dell'intero anno di 75 milioni di yuan. Quel peso sui costi sembra aver avuto un ruolo importante nel trasformare una crescita delle vendite in utili molto più bassi.

La società ha inoltre segnalato debolezza nella fascia di prezzo tra 100 e 300 yuan, un segmento importante nel mercato cinese del baijiu. I ricavi in quella fascia sono scesi del 4,77%. Il calo suggerisce che Jin Hui abbia affrontato una domanda più debole o una concorrenza più forte nella categoria di fascia media, pur mentre i ricavi complessivi salivano.

Allo stesso tempo, le vendite al di fuori della base regionale della società hanno continuato a espandersi. Jin Hui ha detto che i ricavi dai mercati oltre la propria regione d'origine sono saliti del 20,31%, a 460 milioni di yuan. Questa crescita indica che l'azienda sta ancora facendo progressi nell'espansione su mercati più ampi, ma la migliore performance fuori regione non è bastata a compensare l'effetto di una redditività più bassa.

I numeri evidenziano la pressione che può emergere quando un produttore di liquori aumenta le spedizioni o il valore delle vendite ma si trova a fronteggiare costi più alti e un mix di prodotto disomogeneo. Nel caso di Jin Hui, l'aumento dei ricavi non si è tradotto in risultati più solidi in termini di utile netto. Al contrario, il secondo trimestre ha mostrato una brusca contrazione degli utili, con spese legate alle imposte e una performance più debole in un importante segmento di prezzo medio che hanno inciso sui ritorni.

I dati semestrali suggeriscono anche che le difficoltà della società andavano oltre la volatilità trimestrale occasionale. La crescita dei ricavi del 3,19% nei primi sei mesi è stata modesta rispetto all'entità del calo degli utili. Un calo del 28,24% dell'utile netto, a 214 milioni di yuan, mostra che la redditività si è indebolita molto più rapidamente del fatturato.

Il rapporto si basa sulla comunicazione societaria diffusa il 19 agosto e riflette la stessa disclosure finanziaria di Jin Hui per il secondo trimestre e il primo semestre del 2026. Non si tratta di un aggiornamento statistico nuovo sull'intero settore degli alcolici in Cina. Le cifre assolute di confronto dell'anno precedente implicite nelle percentuali sono approssimative perché derivate da tassi arrotondati.

Gli ultimi risultati di Jin Hui arrivano in un momento in cui gli investitori del settore dei beni di consumo in Cina osservano da vicino se i produttori di liquori riusciranno a mantenere i margini mentre la concorrenza si sposta tra fasce di prezzo e mercati regionali. In questo caso, la crescita delle vendite era reale, ma il trimestre è stato definito da quanto poco di quella crescita sia arrivato all'utile netto.