vinetur

I produttori cinesi di baijiu hanno registrato un calo dell'utile del 12,3% nel primo semestre

Solo cinque dei 19 distillatori quotati hanno aumentato i ricavi dopo che una domanda debole ha indebolito i prezzi e compresso i margini.

martedì 1 settembre 2026



Diciannove produttori cinesi di baijiu quotati in borsa hanno riportato risultati del primo semestre più deboli, con ricavi e utili complessivi entrambi in calo a causa della domanda ancora fiacca e della pressione sui prezzi diffusa in tutto il settore.

Entro la sera del 28 agosto, tutte le società di baijiu quotate con azioni A e H tranne Shanxi Fenjiu avevano pubblicato i risultati semestrali, secondo una raccolta di First Financial riportata da Eastmoney. Insieme, le 19 società hanno registrato ricavi per 179,4 miliardi di yuan da gennaio a giugno, in calo rispetto ai 189,1 miliardi di yuan di un anno prima. Si tratta di una diminuzione di 9,7 miliardi di yuan, pari al 5,1%.

L'utile netto complessivo attribuibile agli azionisti è sceso più nettamente. Il gruppo ha realizzato 67,4 miliardi di yuan nel primo semestre, contro i 76,9 miliardi di yuan di un anno prima. Si tratta di un calo di 9,5 miliardi di yuan, pari al 12,3%.

Il divario tra il calo dei ricavi e la più marcata flessione degli utili indica una crescente pressione sui margini nel business del baijiu in Cina, dove i produttori stanno affrontando una domanda più lenta, prezzi più deboli e costi di vendita più elevati. I dati mostrano anche che il rallentamento è diffuso. Delle 19 società incluse nel conteggio, solo cinque hanno registrato una crescita dei ricavi nel primo semestre: Kweichow Moutai, Wuliangye, Yingjia Gongjiu, Jinhui Liquor e Zhenjiu Li Du. Le altre 14 hanno riportato un calo dei ricavi.

I risultati aggiungono elementi alla tesi che il mercato cinese del baijiu resti in una fase di aggiustamento prolungato. First Financial ha affermato che sia le vendite sia gli utili sono scesi nei primi sei mesi, a conferma che la profonda ristrutturazione del settore è ancora in corso.

Anche un indicatore separato delle condizioni del settore si è indebolito. La China Alcoholic Drinks Circulation Association ha detto che l'Alcoholic Beverage Market Climate Index, o ACI, è sceso a 43,41 nel secondo trimestre. Il dato è inferiore alla soglia di 50 che separa espansione e contrazione, e sotto il 49,72 del quarto trimestre del 2025 e il 47,32 del primo trimestre del 2026.

Il valore più basso suggerisce che le condizioni di mercato hanno continuato a deteriorarsi durante la primavera e l'inizio dell'estate. Nel commercio degli alcolici in Cina, un dato inferiore a 50 è generalmente considerato un segnale di fiducia debole e di attività di vendita fiacca.

Gli analisti del settore citati nel rapporto hanno affermato che la pressione riflette sia la debolezza ciclica sia il cambiamento strutturale. Xiao Zhuqing, commentatore indipendente del baijiu, ha detto che il settore è ancora in una fase di competizione sulla riduzione dei volumi e che la ripresa della domanda dei consumatori resta disomogenea. Ha affermato che i consumi legati a banchetti e attività commerciali si sono ripresi più lentamente di quanto molti produttori si aspettassero, lasciando il settore sotto una pressione generalizzata.

Xiao ha detto che alcune aziende hanno retto meglio grazie alla propria strategia e alla propria esecuzione, ma molti distillatori regionali devono ancora fare i conti con grandi scorte, prezzi instabili e una debole espansione al di fuori dei mercati di origine. Questa divisione sta diventando più evidente nei risultati delle società quotate, con un piccolo numero di marchi leader che continua a crescere mentre molti altri arretrano.

Secondo il rapporto, la fase di aggiustamento del settore dura già da circa tre anni e ci sono pochi segnali che stia per concludersi presto. Chai Jun, presidente di Shengchu Consulting, ha detto che le ricerche di mercato del secondo trimestre hanno mostrato diversi nuovi cambiamenti. Uno dei più chiari è che i prodotti a bassa gradazione alcolica sono passati dall'essere un concetto a una realtà commerciale. Ha detto che il mercato mostra sempre più un modello in cui, quanto più alta è la gradazione alcolica, tanto più debole è il clima di mercato.

Chai ha aggiunto che le condizioni sul fronte della vendita al dettaglio restano difficili. Nel secondo trimestre, l'indice del clima per i negozi di alcolici e terminali retail simili era a 42,88, in lieve aumento rispetto al trimestre precedente. Ha detto che la riduzione delle scorte ha registrato progressi visibili, ma i rivenditori restavano sotto pressione sui profitti. Vendere di più abbassando i prezzi non è un modello sostenibile, ha detto, mentre le vendite attraverso i tradizionali punti vendita generali e i supermercati restano deboli.

Le visite di mercato citate nel rapporto indicano lo stesso andamento. I consumi business sono rimasti deboli nel primo semestre del 2026, incidendo direttamente sulle vendite complessive di baijiu, e molti negozi hanno descritto un traffico nel mercato finale e un giro d'affari contenuti.

Ciò conta perché la domanda di baijiu dipende in larga misura dalle occasioni sociali e di lavoro, compresi banchetti, regali e intrattenimento aziendale. Quando questi canali si riprendono lentamente, i produttori possono avere difficoltà anche se i consumi complessivi migliorano in altre parti dell'economia. Tende inoltre a influire sul mix di prodotto, poiché consumatori e acquirenti si orientano verso fasce più economiche o diventano più sensibili al prezzo, il che può erodere i profitti più rapidamente dei ricavi.

L'ultima stagione degli utili suggerisce che ciò stia accadendo in gran parte del settore quotato. Un calo del 5,1% dei ricavi complessivi è di per sé significativo per un settore un tempo associato a una crescita costante, ma la flessione del 12,3% dell'utile netto attribuibile mostra che mantenere prezzi e redditività è diventato molto più difficile.

Tuttavia, i dati non rappresentano l'intero mercato cinese del baijiu. La raccolta esclude Shanxi Fenjiu perché i suoi risultati non erano ancora stati inclusi alla scadenza del 28 agosto. Le cifre si basano inoltre su un'aggregazione giornalistica dei rapporti societari intermedi, non su un censimento completo del settore. Come accade per molti bilanci semestrali, i conti sono per lo più non certificati.

Anche con questi limiti, i numeri offrono un quadro ampio di un segmento importante del mercato dei beni di consumo in Cina. Il baijiu resta una delle categorie di bevande alcoliche domestiche più importanti del Paese, e le società quotate incluse nel conteggio comprendono molti dei produttori più noti del settore. La loro performance del primo semestre mostra che il comparto sta ancora facendo i conti con un sentiment debole, una domanda business fiacca e una pressione continuativa su prezzi e margini mentre si avvicina alla cruciale stagione di vendita della Festa di metà autunno e della Giornata nazionale.