vinetur

Il paniere retail di baijiu in Cina ai minimi da 13 giorni dopo un calo generalizzato dei prezzi

Il 9 ottobre l’indicatore è sceso dello 0,31%, con ribassi per il 91,7% delle etichette monitorate.

venerdì 9 ottobre 2026



Il paniere dei prezzi retail del baijiu monitorati in Cina è sceso il 9 ottobre ai minimi da 13 giorni, dopo il calo dei prezzi di 11 dei 12 prodotti di riferimento seguiti da Jiujia Neican di Sina Finance. La flessione, che segue quella del giorno precedente, evidenzia

una pressione più diffusa sul mercato.

L’indicatore proprietario, che somma i prezzi medi al dettaglio di una bottiglia per ciascuno dei 12 principali prodotti di baijiu, è sceso a ¥10.726 da ¥10.759 del giorno precedente. La contrazione è stata di ¥33, pari allo 0,31%, sulla base delle transazioni raccolte nelle 24 ore precedenti. L’indice è così calato per il secondo giorno consecutivo.

A spiccare è stata l’ampiezza del ribasso. I prezzi sono scesi per il 91,7% del campione e soltanto un prodotto ha registrato un aumento. Sina Finance ha dichiarato che i dati provengono da circa 200 punti di rilevazione in tutta la Cina, tra cui distributori designati dai produttori, rivenditori indipendenti, piattaforme di e-commerce e punti vendita al dettaglio. La società ha precisato che i valori sono calcolati con ponderazioni sulla base dei prezzi effettivi delle transazioni nelle 24 ore precedenti. Ha inoltre sottolineato che l’indicatore è concepito per seguire i prezzi di mercato delle principali etichette e non misura le vendite, i ricavi o le scorte a livello nazionale.

Il 9 ottobre l’unico prodotto in rialzo è stato Xijiu Junpin, che ha guadagnato ¥4 portandosi a ¥633, dopo il forte calo del giorno precedente. Tutte le altre etichette monitorate hanno perso terreno.

Tra i prodotti più seguiti, Feitian Moutai ha perso ¥2, scendendo a ¥1.797 e rimanendo sotto la soglia di ¥1.800 per il terzo giorno consecutivo. Premium Moutai è sceso di ¥2 a ¥2.466 dopo i rialzi precedenti, mentre Moutai 1935 ha ceduto ¥1 a ¥685, registrando il secondo calo giornaliero consecutivo.

Puwu Eighth Generation, il prodotto di punta di Wuliangye, ha perso ¥3, scendendo a ¥800 e tornando a quella soglia tonda dopo due ribassi consecutivi. Wuliangye 1618 è calato di ¥1 a ¥829 dopo due sedute senza variazioni.

Le altre perdite hanno interessato diversi marchi importanti. Qinghua Fen 20 ha perso ¥4, scendendo a ¥403 e riducendo i guadagni accumulati durante un precedente rally. Guojiao 1573 è calato di ¥1 a ¥875. Yanghe Dream Blue M6+ ha perso ¥5, portandosi a ¥606 e prolungando la serie negativa a sei sedute; secondo il rapporto, il prezzo è così tornato in prossimità dei minimi degli ultimi 30 giorni.

Gujing Gong Gu 20 ha registrato uno dei cali più marcati, perdendo ¥8 e scendendo a ¥536 nel secondo giorno di forte correzione. Qinghualang ha perso ¥6, portandosi a ¥682 e segnando il terzo ribasso consecutivo, mentre Crystal Jian Nanchun è sceso di ¥4 a ¥414, senza riuscire a mantenere lo slancio del precedente rialzo durato due giorni.

L'ultima rilevazione si aggiunge ai segnali di indebolimento del mercato retail cinese del baijiu di fascia alta e medio-alta, dove investitori e distributori seguono le variazioni giornaliere dei prezzi per cogliere indicazioni sull'andamento della domanda, sulle pressioni nei canali distributivi e sulle scorte. Poiché i marchi leader come Kweichow Moutai e Wuliangye fungono spesso da riferimento per l'intero settore, anche variazioni giornaliere contenute possono attirare l'attenzione quando la debolezza è diffusa.

Il dato giornaliero del paniere va comunque interpretato con cautela. Riflette prezzi dichiarati e prezzi effettivamente praticati sul mercato finale, raccolti da un campione limitato di punti di rilevazione, e non da un censimento completo del mercato cinese del baijiu. È utile come indicatore dei prezzi nel breve periodo, ma non misura direttamente i consumi nazionali né i ricavi dei produttori.

Sina Finance ha dichiarato che la metodologia prevede prezzi ponderati in base alle transazioni e che, per alcuni prodotti Moutai, include i prezzi identificabili dei canali ufficiali. Il rapporto ha osservato che la piattaforma iMoutai dello stesso marchio vende Feitian Moutai e Premium Moutai ai prezzi ufficiali, aumentati all'inizio di quest'anno, e che questo canale di vendita più recente ha gradualmente influenzato i prezzi di mercato di entrambi i prodotti.

La flessione del paniere è arrivata mentre gli analisti continuano a discutere di quando l'industria del baijiu potrebbe stabilizzarsi, dopo un lungo periodo di aggiustamento dei canali distributivi. In un recente rapporto, il team dedicato a alimentari e bevande di Huachuang Securities ha affermato che le vendite al consumo di liquori durante il periodo della Festa di Metà Autunno hanno rispettato le attese e ha sostenuto che i bilanci del secondo trimestre indicano un'accelerazione del settore verso il punto più basso. Secondo la società di intermediazione, molte aziende del baijiu stanno intervenendo attivamente per alleggerire la pressione sui distributori, contribuendo

potenzialmente a ridurre parte delle tensioni emerse nei risultati dichiarati.

Huachuang ha affermato che la base di confronto contenuta nella seconda metà dell’anno potrebbe favorire un miglioramento graduale sia delle vendite al consumo sia dei risultati finanziari delle aziende. Ha aggiunto che una questione centrale per il settore sarà capire se le aspettative potranno stabilizzarsi ulteriormente una volta che i prezzi all’ingrosso del Moutai avranno trovato un sostegno più solido.

Per il momento, i dati giornalieri sui prezzi retail indicano che il mercato resta prudente. Nell’ultima seduta la debolezza non ha riguardato soltanto una o due etichette, ma quasi l’intero paniere monitorato: i ribassi hanno coinvolto prodotti premium, di fascia medio-alta e regionali, mentre rivenditori e distributori hanno continuato ad adeguare i prezzi.