vinetur

Os produtores chineses de baijiu registaram uma queda de 12,3% nos lucros no primeiro semestre.

Apenas cinco das 19 destilarias cotadas em bolsa registaram um aumento das receitas, depois de a fraca procura ter enfraquecido os preços e reduzido as margens.

terça-feira, 1 de setembro de 2026



Dezanove fabricantes chineses de baijiu cotados em bolsa registaram resultados mais fracos no primeiro semestre, com a receita e os lucros combinados a registarem uma queda, numa altura em que a procura se manteve fraca e a pressão sobre os preços se generalizou em todo o setor.

Até ao final da tarde de 28 de agosto, todas as empresas de baijiu cotadas em ações A e H, com exceção da Shanxi Fenjiu, tinham divulgado os seus resultados semestrais, de acordo com uma compilação da First Financial publicada pela Eastmoney. No total, as 19 empresas registaram 179,4 mil milhões de yuan em receitas entre janeiro e junho, o que representa uma descida em relação aos 189,1 mil milhões de yuan do ano anterior. Trata-se de uma redução de 9,7 mil milhões de yuan, ou 5,1%.

O lucro líquido combinado atribuível aos acionistas registou uma queda mais acentuada. O grupo obteve 67,4 mil milhões de yuan no primeiro semestre, uma descida em relação aos 76,9 mil milhões de yuan do ano anterior. Trata-se de uma queda de 9,5 mil milhões de yuan, ou 12,3%.

A diferença entre a diminuição da receita e a queda mais acentuada no lucro aponta para uma pressão crescente sobre as margens no setor do baijiu na China, onde os produtores têm vindo a lidar com uma procura mais lenta, preços mais baixos e custos de venda mais elevados. Os números revelam também que a recessão é generalizada. Das 19 empresas incluídas no levantamento, apenas cinco registaram um crescimento da receita no primeiro semestre: Kweichow Moutai, Wuliangye, Yingjia Gongjiu, Jinhui Liquor e Zhenjiu Li Du. As restantes 14 registaram quedas na receita.

Estes resultados vêm reforçar as evidências de que o mercado chinês de baijiu permanece numa fase prolongada de ajustamento. A First Financial afirmou que tanto as vendas como os lucros registaram uma descida nos primeiros seis meses, demonstrando que a profunda reestruturação do setor continua a decorrer.

Um indicador separado das condições do setor também se enfraqueceu. A Associação Chinesa de Distribuição de Bebidas Alcoólicas afirmou que o Índice de Clima do Mercado de Bebidas Alcoólicas (ACI) caiu para 43,41 no segundo trimestre. Este valor situou-se abaixo da linha de 50 que separa a expansão da contração, e foi inferior aos 49,72 registados no quarto trimestre de 2025 e aos 47,32 do primeiro trimestre de

2026.

Este valor mais baixo sugere que as condições do mercado continuaram a deteriorar-se ao longo da primavera e do início do verão. No setor das bebidas alcoólicas na China, um valor inferior a 50 é geralmente visto como um sinal de otimismo fraco e de fraca atividade de vendas.

Os analistas do setor citados no relatório afirmaram que a pressão reflete tanto uma fraqueza cíclica como uma mudança estrutural. Xiao Zhuqing, um comentador independente especializado em baijiu, afirmou que o setor ainda se encontra num período de concorrência caracterizada pela redução dos volumes e que a recuperação da procura dos consumidores continua a ser desigual. Referiu que o consumo relacionado com banquetes e negócios recuperou mais lentamente do que muitos produtores esperavam, deixando o setor sob uma pressão generalizada.

Xiao afirmou que algumas empresas têm-se saído melhor graças à sua própria estratégia e execução, mas muitos destiladores regionais continuam a enfrentar grandes stocks, preços instáveis e uma fraca expansão fora dos seus mercados nacionais. Essa divisão está a tornar-se mais visível nos resultados das empresas cotadas, com um pequeno número de marcas líderes a continuar a crescer, enquanto muitas outras perdem terreno.

O processo de ajustamento do setor já dura há cerca de três anos, de acordo com o relatório, e há poucos sinais de que esteja prestes a terminar. Chai Jun, presidente da Shengchu Consulting, afirmou que a pesquisa de mercado no segundo trimestre revelou várias novas tendências. Uma das mais evidentes foi o facto de os produtos com menor teor alcoólico terem passado de um conceito a uma realidade comercial. Ele referiu que o mercado está a revelar cada vez mais um padrão em que, quanto maior for o teor alcoólico, mais fraco é o clima de mercado.

Chai referiu ainda que as condições no retalho continuam difíceis. No segundo trimestre, o índice de clima para lojas de bebidas alcoólicas e pontos de venda semelhantes situou-se em 42,88, um ligeiro aumento em relação ao trimestre anterior. Afirmou que a redução de stocks registou progressos visíveis, mas que os retalhistas continuavam sob pressão em termos de lucros. Vender mais através da redução de

preços não é um modelo sustentável, afirmou, enquanto as vendas através dos pontos de venda tradicionais e dos supermercados continuam fracas.

As visitas de mercado citadas no relatório apontaram para o mesmo padrão. O consumo empresarial foi fraco na primeira metade de 2026, afetando diretamente as vendas globais de baijiu, e muitas lojas descreveram o tráfego e o volume de negócios no mercado final como moderados.

Isto é importante porque a procura de baijiu depende fortemente de ocasiões sociais e empresariais, incluindo banquetes, presentes e entretenimento corporativo. Quando esses canais recuperam lentamente, os produtores podem enfrentar dificuldades, mesmo que o consumo global melhore noutras áreas da economia. Isso também tende a afetar o mix de produtos, uma vez que os consumidores e compradores optam por produtos de gama inferior ou se tornam mais sensíveis ao preço, o que pode prejudicar os lucros mais rapidamente do que as receitas.

A mais recente época de divulgação de resultados sugere que isto está a acontecer em grande parte do setor cotado em bolsa. Uma queda de 5,1% na receita combinada é, por si só, notável para uma indústria outrora associada a um crescimento constante, mas o declínio de 12,3% no lucro líquido atribuível mostra que manter os preços e a rentabilidade se tornou muito mais difícil.

Os dados, no entanto, não representam a totalidade do mercado chinês de baijiu. A compilação exclui a Shanxi Fenjiu, uma vez que os seus resultados ainda não tinham sido incluídos até à data-limite de 28 de agosto. Os números baseiam-se também numa agregação jornalística de relatórios intercalares das empresas, em vez de um recenseamento completo do setor. Tal como acontece com muitos relatórios semestrais, as contas não foram, na sua maioria, auditadas.

Mesmo com essas limitações, os números fornecem uma visão geral de um segmento importante do mercado de consumo chinês. O baijiu continua a ser uma das categorias de bebidas alcoólicas nacionais mais importantes do país, e as empresas cotadas na lista incluem muitos dos produtores mais conhecidos do setor. O seu desempenho no primeiro semestre mostra que o setor continua a enfrentar um clima de confiança fraco, uma procura empresarial moderada e pressões contínuas sobre os preços e as

margens, à medida que se aproxima da importante época de vendas do Festival do Meio Outono e do Dia Nacional.