Mercato del vino Cina: settore in crisi tra calo dei consumi e dipendenza dai canali tradizionali

scritto da Veronica Zin | 13 Ottobre 2024



Il mercato del vino cinese sta vivendo una fase di forte contrazione, con vendite in calo del 15% nel 2023 e un'ulteriore riduzione nel 2024. La domanda interna è in flessione, mentre i consumatori cinesi mostrano una crescente preferenza per bevande alcoliche locali. Anche i principali produttori, come Changyu, risentono della crisi economica e del cambiamento nelle abitudini di consumo.

Il mercato del vino cinese sta attraversando una fase di forte stagnazione, che ha colpito tanto i produttori locali quanto quelli internazionali. Nonostante la Cina sia stata

considerata per anni un mercato emergente e ricco di opportunità per il settore vinicolo, gli ultimi dati mostrano una netta inversione di tendenza. La flessione della domanda interna, unita a un cambiamento nelle abitudini di consumo e alle difficoltà economiche, ha determinato un periodo di incertezza per l'intero comparto.

Negli ultimi cinque anni, le vendite di vino in Cina hanno subito una contrazione significativa. Solo nel 2023, il volume delle vendite è sceso del **15%** rispetto all'anno precedente, e nel primo semestre del 2024 si è registrato un ulteriore calo del **9%**. Questi dati riflettono una crisi più profonda che sta colpendo il mercato vinicolo del paese, penalizzato da fattori economici e da un cambiamento nei gusti dei consumatori.

Secondo un report di IWSR, il valore delle vendite di vino in Cina è diminuito del **12%** nel 2023, passando da 80 miliardi di RMB (circa 11,2 miliardi di dollari USA) a poco meno di 70 miliardi di RMB (circa 9,8 miliardi di dollari USA). Un calo significativo si è registrato anche nelle importazioni di vino, che sono diminuite del **20%** rispetto ai livelli pre-pandemia. Questi dati sono un chiaro segnale di un mercato che fatica a riprendersi e che potrebbe affrontare ulteriori difficoltà nei prossimi anni.

Anche il consumo pro capite di vino ha subito una riduzione, passando da 1,4 litri nel 2018 a **1,1 litri nel 2023**, con una previsione di ulteriore calo nel 2024. Gli esperti del settore attribuiscono questo trend negativo non solo alla riduzione del potere d'acquisto dei consumatori, ma anche a una maggiore preferenza per bevande alcoliche locali come il baijiu e la birra, considerate più accessibili e in linea con le tradizioni culturali del paese.

La testimonianza di Changyu: un

indicatore della crisi

Un esempio emblematico della crisi del mercato vinicolo cinese è fornito da Changyu, la più grande azienda vinicola del paese. Fondata nel 1892, Changyu ha registrato un calo dei profitti del **40%** nel primo semestre del 2024, evidenziando come anche i colossi del settore non siano immuni dalle difficoltà attuali.

Secondo quanto riportato da Vino Joy News, i profitti dell'azienda sono diminuiti di **221 milioni di RMB** (circa 30,1 milioni di dollari USA) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con un calo del **39,17%**. Changyu attribuisce questo risultato principalmente alla riduzione della domanda interna e alla dipendenza dai canali di distribuzione tradizionali. Attualmente, l'azienda si affida a una rete di **5.000 distributori** in Cina e all'estero, ma la diminuzione delle occasioni di consumo e l'abbassamento della spesa media per il vino hanno avuto un impatto significativo sulle sue vendite.

Anche le filiali estere di Changyu hanno subito perdite, con eccezione del gruppo spagnolo Marqués del Atrio, che ha registrato un utile positivo. Al contrario, le filiali in Cile, Australia e Francia hanno riportato perdite complessive di oltre **4 milioni di RMB**.

Questa situazione non ha solo penalizzato i risultati finanziari dell'azienda, ma ha anche preoccupato gli investitori. Diverse società di investimento, tra cui Shenwan Hongyuan Securities e Guotai Junan Securities, hanno ridotto la loro partecipazione nel primo semestre del 2024, un segnale evidente del crescente scetticismo riguardo alle prospettive future di Changyu e, più in generale, del mercato vinicolo cinese.

Il mercato del vino in Cina sta vivendo un momento di forte incertezza, e le prospettive per una ripresa sembrano ancora lontane. La contrazione della domanda, la dipendenza da canali

di distribuzione tradizionali e la riduzione del potere d’acquisto dei consumatori cinesi sono tutti fattori che contribuiscono a rendere il settore vulnerabile.

L’innovazione e la diversificazione dei canali di distribuzione, come l’e-commerce, potrebbero essere le chiavi per risollevare il mercato. Tuttavia, per ora, il futuro rimane incerto e le aziende dovranno affrontare sfide sempre più complesse per sopravvivere in un mercato che sta cambiando rapidamente.

Punti chiave:

1. **Contrazione del mercato vinicolo cinese**: Vendite in calo del 15% nel 2023 e di un ulteriore 9% nel primo semestre del 2024, con un consumo pro capite ridotto.
2. **Calo delle importazioni**: Le importazioni di vino sono diminuite del 20% rispetto ai livelli pre-pandemia, colpendo sia i produttori locali che internazionali.
3. **Testimonianza di Changyu**: La più grande azienda vinicola cinese ha registrato una riduzione dei profitti del 40% nel primo semestre del 2024, a causa della flessione della domanda interna e della dipendenza da canali tradizionali.
4. **Preferenza per bevande locali**: Baijiu e birra stanno diventando le scelte principali dei consumatori cinesi, sostituendo il vino nelle occasioni di consumo.
5. **Sfide per la ripresa**: L’innovazione e la diversificazione dei canali di distribuzione, come l’e-commerce, potrebbero essere le chiavi per superare la crisi, ma il futuro rimane incerto.