

# Cina 2024, anno di contrasti: analisi fragilità e spunti di ottimismo

scritto da Emanuele Fiorio | 19 Gennaio 2025



*Il mercato del vino cinese nel 2024 ha vissuto un anno di contrasti: timidi segnali di ripresa si sono intrecciati con persistenti fragilità. Crescono le importazioni di vini australiani e la popolarità dei bianchi tra i giovani, ma la domanda interna resta debole. La grande distribuzione avanza, mentre tensioni geopolitiche e strategie locali modellano il futuro.*

Nonostante in Cina durante il 2024 ben [772 aziende del settore vino abbiano cessato l'attività](#) (incluse importatori, rivenditori e produttori), il mercato del vino in Cina, ha mostrato alcuni **timidi segnali di ripresa**, seppur con un andamento incerto e fortemente influenzato da eventi

geopolitici e cambiamenti nei modelli di consumo. Un'analisi approfondita dei dati e delle tendenze, pubblicata da Vino Joy News, rivela le **dinamiche chiave** che hanno caratterizzato quest'anno cruciale per il settore.

Marzo 2024 ha segnato una svolta importante per il mercato vinicolo cinese con la **rimozione dei dazi punitivi sui vini australiani**. Dopo tre anni di assenza, i produttori australiani hanno ripreso le esportazioni per un valore di 515,11 milioni di dollari, segnando un sorprendente aumento rispetto all'anno precedente. Questo importo rappresenta il 67,17% rispetto ai livelli pre-dazi del 2019 che avevano raggiunto 766,80 milioni di dollari.

Tuttavia, nonostante l'“esplosivo” aumento dei volumi importati, i **risultati sul mercato retail sono stati al di sotto delle aspettative**.

Secondo Lei Yumeng, general manager di Zhejiang Xuan Yi International Trade Co., “I distributori sono proattivi nell'approvvigionarsi, ma le vendite ai consumatori sono lente. Il volume di vendita di Penfolds rappresenta solo il 30% rispetto al 2019.” La stessa delusione è stata espressa da altri operatori che, nonostante il rinnovato interesse per i prodotti australiani, hanno osservato una **risposta fredda da parte dei consumatori**.

*Leggi anche: [Vino, Australia: la Cina non basta, calo produzione e vendite stagnanti](#)*

Tenendo conto dei precedenti sei anni di declino continuativo, il mercato cinese del vino nel 2024 ha registrato un **modesto aumento delle importazioni**: +11,54% in volume e +34,34% in valore, raggiungendo 1,43 miliardi di dollari. Questo dato, però, è **in gran parte attribuibile al ritorno dei vini australiani**, lasciando fuori dalla ripresa i principali produttori europei. Le **importazioni dalla Francia**, ad esempio, sono **diminuite del 20,72%** in volume, mentre quelle dall'**Italia**

hanno registrato un calo del **12,68%**.

Anche sul fronte interno, **i principali produttori cinesi come Changyu hanno sofferto**. Nei primi tre trimestri del 2024, il gigante vinicolo ha subito un calo del 21,5% nei ricavi operativi e una perdita netta di 2,88 milioni di RMB nel terzo trimestre. Questi numeri riflettono la fragilità di un mercato ancora distante da una ripresa completa.

Il clima di incertezza ha spinto gli importatori e i distributori a essere estremamente prudenti. Molti preferiscono acquistare solo prodotti già richiesti dai consumatori, evitando il rischio di accumulare invenduti. Anche durante eventi chiave come Vinexpo Hong Kong e ProWine Shanghai, gli ordini sono stati inferiori alle aspettative.

Dan Siebers, co-partner di Wajiu China, ha evidenziato il problema: **“L’aumento delle importazioni australiane è disconnesso dalla reale domanda del mercato**, spinto più che altro da imprenditori opportunisti.” Questa cautela riflette una strategia orientata più alla gestione del rischio che alla crescita.

Nonostante le difficoltà, il 2024 ha visto alcune tendenze positive, come la **crescente popolarità dei vini bianchi**. In particolare, le importazioni di vini bianchi da Nuova Zelanda e Germania sono aumentate rispettivamente del 9,99% e del 12,95% in volume. I giovani della Gen Z cinese sono tra i principali promotori di questa tendenza, attirati dal gusto fresco e dagli aromi fruttati dei vini bianchi, ideali per occasioni informali e momenti di socializzazione.

**Il ruolo dei supermercati nella vendita di vino è cresciuto significativamente**. Sam's Club è diventato il principale venditore di vino in Cina, con vendite che hanno superato gli 800 milioni di RMB nel 2023. Questo successo ha spinto altri grandi distributori, come ALDI e Freshippo, a lanciare linee di vini a marchio proprio, aumentando la competizione nel

segmento della grande distribuzione.

Le tensioni geopolitiche e la necessità di ridurre i rischi commerciali hanno portato aziende come Treasury Wine Estates (TWE) a investire nella produzione locale. L'acquisizione del 75% di Stone & Moon Winery in Ningxia da parte di TWE conferma **l'importanza strategica della presenza fisica sul territorio per competere in un mercato complesso come quello cinese.**

Il 2024 è stato un anno di contrasti per il mercato del vino cinese, con segnali di ripresa bilanciati da sfide persistenti. La crescita delle importazioni di vini australiani, il boom dei vini bianchi e il ruolo crescente della grande distribuzione offrono spunti di ottimismo. Tuttavia, **la fragilità della domanda interna, la cautela degli operatori e il declino dei produttori locali** indicano che la strada verso una ripresa stabile è ancora lunga.

---

## **Punti Chiave:**

- 1. Ripresa moderata delle importazioni:** Le importazioni di vino in Cina crescono del 34,34% in valore nel 2024, trainate dal ritorno dei vini australiani (+67,17% rispetto al 2019). Tuttavia, il mercato retail rimane debole e distante dai livelli pre-crisi.
- 2. Fragilità della domanda interna:** I produttori locali, come Changyu, soffrono pesanti cali di ricavi, mentre gli operatori internazionali osservano una domanda dei consumatori fredda e discontinua, nonostante l'aumento delle scorte da parte dei distributori.
- 3. Crescita dei vini bianchi e della GDO:** I vini bianchi guadagnano popolarità tra i giovani della Gen Z per il loro stile fresco e fruttato, mentre la grande distribuzione, con protagonisti come Sam's Club, supera i canali tradizionali di vendita.

4. **Tensioni geopolitiche e strategie locali:** Il ritorno dei vini australiani è legato alla rimozione dei dazi punitivi, ma le tensioni geopolitiche continuano a influenzare le strategie commerciali. Aziende come Treasury Wine Estates investono nella produzione locale per mitigare i rischi.
5. **Mercato polarizzato e prudente:** L'incertezza economica spinge gli importatori a concentrarsi su prodotti richiesti dai consumatori, evitando rischi di invenduti. Gli ordini durante eventi come Vinexpo e ProWine restano al di sotto delle aspettative.