Cina, import vino italiano 2024: un anno di arretramento

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Maggio 2025



Nel 2024 il mercato cinese del vino cresce a doppia cifra, ma il vino italiano registra un netto arretramento in volume e valore, segnando una flessione importante. Solo il segmento spumanti mostra segni di vitalità per l'Italia. La concorrenza agguerrita, in particolare di Australia e altri Paesi, impone una strategia urgente di rilancio.

Il 2024 si è chiuso con un quadro complesso per il vino italiano sul mercato cinese, una delle piazze più strategiche e dinamiche per le esportazioni mondiali di vino. Secondo i dati ufficiali delle dogane cinesi elaborati dalla Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE), le **importazioni totali di vino in Cina sono cresciute nel 2024 del 13,7% in volume e del 39,6% in valore**, raggiungendo rispettivamente i 283,1 milioni di litri e gli 11.477,4

milioni di yuan (circa 1,523 miliardi di euro) a un **prezzo medio di 5,38 euro/litro.**

In questo contesto di crescita complessiva, il vino italiano registra invece un calo sia in termini di volume che di valore. Le importazioni italiane sono scese a 759,7 milioni di yuan **(-8,6%** rispetto al 2023) e 16,7 milioni di litri **(-6,3%).** Questi dati confermano una flessione rispetto agli anni precedenti, in un mercato dove la competizione è sempre più agguerrita e dominata da altri Paesi. La **quota di mercato italiana** sul totale importato in Cina si attesta così al **6,6% in volume e al 6,6% in valore**, mostrando un arretramento rispetto al passato.

Un segmento di particolare interesse è quello del **vino spumante, dove l'Italia rimane primo fornitore per volume** con 3,9 milioni di litri **(+23%),** ma occupa la seconda posizione per valore con 110 milioni di yuan (+12%), alle spalle della Francia che detiene il 69% del valore totale delle importazioni di spumante in Cina. Questo segmento rappresenta dunque un ambito di relativa solidità per il nostro Paese, anche se con margini di crescita importanti da recuperare.

Sul fronte del **vino in bottiglia** (fino a 2 litri), le **importazioni italiane sono calate del 10,7% in valore e del 12,4% in volume**, in un contesto dominato dalla crescita di vini australiani e americani. Le difficoltà italiane nel mercato cinese sono influenzate anche dalla **forte ripresa dei vini australiani**, che hanno visto la **rimozione nel marzo 2024 dei dazi** punitivi del 200% imposti nel 2020. Questo ha provocato una ripresa delle importazioni australiane da 1,6 milioni di litri a 78,6 milioni e un balzo in valore da 24,7 milioni a 4.240 milioni di yuan, superando di gran lunga l'Italia.

Anche i vini sfusi e bag-in-box italiani segnano una flessione, mentre la competizione da parte di paesi come Cile, Francia, Stati Uniti e Nuova Zelanda si fa sempre più intensa.

Nel segmento dei vini sfusi, l’Italia rappresenta solo lo 0,4% in valore e il 0,6% in volume, posizionandosi molto dietro ai principali protagonisti come Cile e Australia.

Nonostante l’interesse e la storica reputazione del vino italiano in Cina, **il 2024 è stato un anno di sfide e arretramenti**. Il ritorno sul mercato dei vini australiani, unito a dinamiche di prezzo e preferenze del consumatore cinese, **impone una riflessione strategica per il settore italiano**, che deve lavorare su qualità, marketing e posizionamento per recuperare terreno in un mercato che continua a crescere e a evolversi rapidamente.

Punti chiave:

1. Nel 2024, le **importazioni totali di vino in Cina crescono** del 13,7% in volume e del 39,6% in valore, raggiungendo 283,1 milioni di litri e 11,477 miliardi di yuan.
2. Il **vino italiano perde terreno** con un calo del 6,3% in volume e dell’8,6% in valore, attestandosi al 6,6% di quota di mercato in Cina.
3. Il **segmento spumanti rappresenta l’unico ambito di crescita italiana** (+23% volume e +12% valore), anche se la Francia domina per valore.
4. I **vini in bottiglia italiani subiscono un calo** del 12,4% in volume e del 10,7% in valore, penalizzati dal ritorno degli australiani dopo la rimozione dei dazi.
5. La **concorrenza** di paesi come Australia, Cile, Francia, Stati Uniti e Nuova Zelanda si fa sempre più intensa, riducendo la presenza italiana anche nei vini sfusi e bag-in-box.