Cina, mercato alcolici: crescita soffocata da cautela e downtrading

scritto da Emanuele Fiorio | 15 Settembre 2024

Nel 2023, il mercato degli alcolici in Cina ha subito una frenata rispetto alle aspettative, con consumatori cauti e un aumento del downtrading verso prodotti più economici. Le vendite di whisky, Cognac e vino hanno segnato cali significativi, mentre birra e spirits bianchi come gin e vodka hanno mostrato segnali di ripresa. Le prospettive a lungo termine sono più positive, sostenute dalla crescita della classe media e delle famiglie a reddito elevato. Tuttavia, la ripresa sarà lenta e condizionata da un contesto economico incerto.

In Cina il 2023 non è stato l’anno di ripresa rapida che molti nel settore delle bevande alcoliche si aspettavano. Le

speranze di un robusto rimbalzo sono state frenate da un mercato disomogeneo, caratterizzato da forti divergenze tra categorie di prodotto e fasce di prezzo. Le **vendite di bevande alcoliche hanno subito una battuta d'arresto**, evidenziando una crescita modesta nei volumi e una preoccupante tendenza al ribasso per alcuni dei segmenti più pregiati come baijiu, cognac e whisky scozzese.

Secondo Shirley Zhu, Research Director for Greater China di IWSR, "**Il recupero in Cina durante il 2023 non è stato né fluido né forte come molti avevano previsto**, con differenze significative tra le categorie di bevande e i livelli di prezzo". La **cautela dei consumatori** si è manifestata in maniera evidente, con un focus maggiore su spese discrezionali in settori come il turismo e le esperienze, piuttosto che sugli alcolici.

I dati raccolti da IWSR delineano un quadro chiaro: tra il 2022 e il 2023, i volumi totali delle bevande alcoliche in Cina sono cresciuti solo marginalmente. Le **perdite nel settore degli spirits (-9%) e del vino (-14%)** sono state in parte compensate dagli **incrementi di birra (+3%) e RTD (+1%)**. È particolarmente significativo il declino, per la prima volta dal 2000, dei volumi del single malt scotch whisky in tutte le fasce di prezzo.

Un altro dato che emerge dall'analisi è il **calo della spesa media per unità**, soprattutto tra le fasce di reddito medio-basso della classe media cinese, che guadagna tra 5.000 e 15.000 RMB al mese (circa 700-2.000 USD). La percezione diffusa di un aumento dei prezzi nelle categorie di spirits premium ha portato a un **downtrading**, infatti un numero crescente di **consumatori optano per alternative più economiche.**

Ripresa on-trade

Il 2023 ha visto una parziale ripresa del consumo on-trade in

Cina, sebbene con una maggiore frammentazione rispetto al passato. Molti grandi locali notturni hanno chiuso definitivamente, sostituiti da club più piccoli e da nuovi locali di musica dal vivo. In generale, **i consumatori cinesi della classe media urbana hanno riscoperto il piacere della socializzazione.**

Un altro trend emergente è quello di un **consumo meno ostentato**. L'abitudine di ordinare bottiglie di distillati o Champagne sembra essere in declino, sostituita da un consumo più sobrio e mirato. Tra i giovani consumatori, si registra una preferenza per birre in secchielli o drink al bicchiere.

Opportunità per gli spirits bianchi

Nel settore degli spirits di alta gamma, il 2023 è stato un anno particolarmente difficile per il Cognac XO (Extra Old, invecchiato minimo 10 anni) e per i whisky invecchiati, a causa degli **alti livelli di giacenze** che hanno portato a un continuo processo di destocking nei primi mesi del 2024. La crisi del mercato immobiliare ha ridotto drasticamente il consumo di alta gamma e i regali aziendali, colpendo duramente la domanda di questi prodotti.

In contrapposizione, **gli spirits bianchi come gin, vodka, rum e tequila hanno registrato una crescita robusta**, grazie alla riapertura dei bar e dei locali notturni. Le quattro categorie hanno riportato incrementi a doppia cifra nei volumi durante l'anno, con gin e vodka in crescita rispettivamente del 25% e del 24% e il rum bianco del 44%.

Ripresa consumi birra, vino in perenne difficoltà

La **birra sembra finalmente aver invertito il trend negativo** che l'aveva caratterizzata per quasi un decennio. La ripresa dei consumi nei ristoranti e nei bar ha spinto il segmento premium, mentre i prodotti a valore standard hanno mostrato

solo un lieve aumento.

Contrariamente alla birra, il **vino** continua ad affrontare grandi difficoltà in Cina. Il 2023 ha visto un **altro anno di declino a doppia cifra nei volumi,** con cali significativi nelle importazioni da quasi tutti i Paesi. Le previsioni indicano che il calo continuerà, con una contrazione CAGR del 2% tra il 2023 e il 2028. Tuttavia, il segmento del vino spumante potrebbe segnare una ripresa, con una crescita prevista del 5% nel medesimo periodo.

Leggi anche: Ripresa delle importazioni di vino in Cina nel primo semestre 2024

Prospettive future

Nonostante un 2023 deludente, le previsioni per il futuro non sono del tutto negative. Mentre i volumi delle bevande alcoliche sono previsti in stagnazione tra il 2023 e il 2028, il **valore del mercato cinese dovrebbe riprendersi significativamente**, con un incremento di oltre 14 miliardi di dollari **entro il 2028.** La crescita sarà trainata principalmente dal baijiu, che rappresenterà circa i due terzi del valore aggiunto totale.

Un fattore chiave per la crescita futura sarà l'aumento delle famiglie a reddito medio-alto e alto, che sosterranno una domanda più consistente e sostenibile nel medio-lungo termine. Tuttavia, il percorso di ripresa non sarà privo di ostacoli. "La crisi del settore immobiliare ha avuto un impatto significativo sull'economia cinese, influenzando sia la fiducia delle imprese che quella dei consumatori" commenta Zhu. Anche se il sentiment dei consumatori è migliorato all'inizio del 2023 con la fine delle restrizioni pandemiche, la fiducia si è poi nuovamente affievolita.

Il mercato delle bevande alcoliche in Cina si trova in una fase di transizione, il 2024 potrebbe segnare l'inizio di una

normalizzazione, ma il **contesto economico appare incerto e si registra una crescente cautela dei consumatori.** Tuttavia, con la giusta strategia e un’attenzione ai trend emergenti, le aziende potrebbero cogliere nuove occasioni di crescita in questo vasto e complesso mercato.