

Cina, mercato e-commerce vino: dati, trend ed evoluzioni

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Dicembre 2024



Il mercato cinese del vino è in piena evoluzione, il colosso e-commerce JD.com registra vendite di vino per 1,85 miliardi di RMB nei primi nove mesi del 2024. I consumatori cinesi, sempre più curiosi, esplorano nuovi stili, sfidando le vecchie abitudini. Tra opportunità e insidie, il futuro del vino online promette sorprese.

Il mercato cinese del vino sta attraversando una fase di trasformazione e il portale e-commerce JD.com – leader del settore in Cina – è un ottimo termometro per avere un quadro puntuale della situazione. Come riporta Vino Joy News, durante un recente forum, Kerral Xiao, responsabile del comparto vino per JD Retail's Supermarket Business Group, ha condiviso dati

rilevanti sulle vendite della piattaforma. Nei primi 9 mesi (tre trimestri) del 2024, le vendite di vino su JD.com hanno raggiunto 1,85 miliardi di RMB (circa 255,2 milioni di dollari), segnando una crescita del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Nonostante i vini rossi continuino a dominare con oltre l'80% delle vendite, i consumatori stanno dimostrando un crescente interesse verso i bianchi e gli spumanti. Xiao ha evidenziato che la quota dei vini bianchi è aumentata dal 9% al 11% in un anno, indicando una lenta ma costante diversificazione delle preferenze.

“Il Riesling è oggi la varietà d'uva più cercata sulla nostra piattaforma,” ha dichiarato Xiao. Questo interesse rispecchia l'appeal crescente dei vini bianchi, in particolare tra i giovani consumatori. Anche i dati doganali confermano questa tendenza, con le importazioni di vini tedeschi, prevalentemente bianchi, in aumento del 6,2% in volume e del 6,6% in valore nei primi tre trimestri del 2024.

JD.com ha rivelato di avere una base di circa 40 milioni di consumatori abituali di vino. Questo dato sottolinea la portata della piattaforma, che si conferma leader indiscusso nelle vendite online di vino in Cina. A confronto, il competitor Tmall, di proprietà di Alibaba, ha registrato vendite di vino per 776 milioni di RMB nei primi sei mesi del 2022, meno di un terzo rispetto a JD.com nello stesso periodo.

Xiao ha anche descritto la segmentazione del mercato cinese, suddividendo i consumatori in quattro categorie principali: neofiti, consumatori occasionali, consumatori business e appassionati professionisti. Questi ultimi rappresentano una nicchia estremamente ridotta, ma in continua crescita.

Leggi anche – [Mercato Cina, Taylors Wines: spunti concreti per una strategia ad hoc](#)

JD.com ha investito precocemente nel settore vinicolo,

avviando le importazioni dirette di vino già nel 2014. Questo approccio gli ha permesso di attirare marchi iconici come Penfolds, Yellow Tail e Casillero del Diablo, che gestiscono negozi ufficiali sulla piattaforma. Nel 2015, le vendite di vino autogestite hanno raggiunto i 400 milioni di RMB, a cui si aggiungevano altri 500 milioni derivanti dalle operazioni di marketplace.

Tuttavia, negli ultimi anni il modello è cambiato. **La quota di vini direttamente importati è diminuita, lasciando spazio a un numero crescente di negozi di terze parti e shop di brand.** Questo cambiamento ha comportato alcuni rischi, come la presenza di pratiche ingannevoli. Per esempio, un set di sei bottiglie di vino “imbottigliato in Cina” ma etichettato come cileno ha registrato oltre 500.000 vendite, suscitando polemiche.

La maturità del mercato cinese si riflette nella frammentazione delle abitudini di consumo. **I consumatori sembrano sempre meno fedeli a brand specifici, preferendo esplorare nuove varietà e stili** e sono più disposti a sperimentare, piuttosto che acquistare ripetutamente lo stesso vino.

Nonostante queste evoluzioni, **il termine “vino rosso” rimane il più cercato su JD.com**, una curiosità che illustra come molti consumatori cinesi quando pensano al vino, facciano riferimento al rosso. Questa peculiarità culturale, insieme al cambiamento nelle preferenze, pone le basi per un futuro interessante e complesso per il settore.

Punti chiave:

- 1. Crescita delle vendite su JD.com:** Nei primi nove mesi del 2024, JD.com ha registrato vendite di vino per 1,85

miliardi di RMB (+5% rispetto al 2023), confermandosi leader del mercato e-commerce cinese con una base di 40 milioni di consumatori abituali.

2. **Evoluzione delle preferenze dei consumatori:** Pur dominando il vino rosso (80% delle vendite), crescono i bianchi (+2% in un anno) e gli spumanti, trainati dai giovani che apprezzano varietà come il Riesling.
3. **Frammentazione e sperimentazione:** I consumatori cinesi si mostrano meno fedeli ai brand, preferendo esplorare nuovi stili e varietà, riflettendo un mercato maturo e in continua trasformazione.
4. **Segmentazione del mercato:** JD.com identifica quattro categorie di consumatori (neofiti, occasionali, business e appassionati professionisti), con gli appassionati in crescita ma ancora una nicchia.
5. **Sfide del mercato e-commerce:** L'aumento di negozi di terze parti su JD.com ha portato a rischi di pratiche ingannevoli, come l'etichettatura di vini falsamente "importati", sfidando la trasparenza del settore.