Cina, vini di Ningxia: Boom e-commerce

scritto da Emanuele Fiorio | 17 Marzo 2023



Mentre i vini importati hanno subito una flessione lo scorso anno, le vendite di vini cinesi, in particolare quelli provenienti da Ningxia (principale regione vinicola della Cina), hanno registrato una **crescita vertiginosa online** attraverso le principali piattaforme di e-commerce e social media del Paese.

Secondo i dati diffusi dal Yinchuan Wine Industry Development and Service Center, soprattutto le **vendite online** dei vini della zona di Yinchuan (capoluogo della regione autonoma di Ningxia) hanno superato i **75 milioni di RMB (10,9 milioni di dollari)** nel corso del 2022, con un **aumento del 50% rispetto al 2021,** nonostante i consumi domestici tradizionalmente fiacchi.

La crescita deriva in parte dalle restrizioni imposte dalla autorità cinese ma soprattutto da una tendenza emergente tra i Millennial e i Gen-Z cinesi, attenti ai social media, che scelgono i prodotti nazionali rispetto a quelli importati, grazie anche all'influenza del fenomeno "Guochao" – letteralmente "onda nazionale" – caratterizzato da una sorta di sentimento nazionalista che si concretizza in una **predilezione per brand e prodotti locali in linea con la cultura tradizionale.**

La piattaforma online più efficace sinora per le vendite di vino di Yinchuan è la principale piattaforma cinese di e-commerce, **JD.com.**
Il portale ha garantito 52 milioni di RMB (7,5 milioni di dollari) di vendite, mentre Tmall.com e Douyin (versione cinese di Tiktok), hanno raggiunto insieme 23 milioni di RMB (3,3 milioni di dollari) di vendite.

Yinchuan si è dimostrata la zona vinicola chiave di Ningxia, le altre sono Qing Tongxia, Hong Shibao e Shi Zuishan.

Secondo il governo locale, l'attiva campagna di e-commerce e l'efficace gestione dei social media hanno svolto un ruolo centrale nel boom delle vendite online dei vini di Ningxia.

L'anno scorso, **il governo di Yinchuan ha creato un flagship store su JD.com che vendeva esclusivamente vini locali.** Nel frattempo, ha incoraggiato e sostenuto le aziende vinicole a creare account sulle più popolari piattaforme cinesi di video, tra cui Douyin e Kuaishou, per promuovere i vini di Ningxia.

Più di 40 cantine stanno vendendo vini online, circa la metà del numero totale di cantine di Yinchun. Particolarmente efficaci sono state le **promozioni durante i tipici eventi dello shopping online cinese**, come il 18 giugno e il Singles' Day (11 novembre), attraverso e-coupon e livestreaming su Douyin.