

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.