La grande svalutazione: i vini premium australiani in Cina stanno crollando sotto i 10 euro

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Giugno 2026



Il mercato vinicolo cinese affronta una metamorfosi senza precedenti: i prestigiosi rossi australiani della Barossa Valley crollano sotto gli 8 euro a causa di un'eccedenza di magazzino da due miliardi di litri. Tra la svendita aggressiva della grande distribuzione e il collasso dei canali tradizionali, il comparto si spacca tra chi teme la crisi e chi spera nella democratizzazione dei consumi.

Il mercato del vino in Cina sta registrando un fenomeno che, fino a pochi anni fa, sarebbe stato giudicato semplicemente impossibile. Le etichette australiane provenienti da regioni

vinicole di assoluto prestigio, storicamente posizionate su una fascia di prezzo superiore ai **200 RMB** (circa 27 euro), vengono oggi svendute sugli scaffali cinesi a cifre che sfiorano i **60 RMB** (circa 8,87 USD / 8 euro). In alcuni casi, i vini regionali hanno addirittura abbattuto la barriera dei **30 RMB** (4,43 USD).

Come riportato in un'attenta analisi di Vino Joy News, non si tratta di semplici promozioni temporanee, ma di un vero e proprio scivolamento strutturale dei prezzi che sta destabilizzando l'intera filiera commerciale.

Il caso Sam's Club e il crollo del mito di Barossa

Il primo segnale di una frattura profonda nell'immagine premium del vino australiano è arrivato da **Sam's Club**. La nota catena di negozi con formula a iscrizione ha introdotto lo scorso anno un rosso della **Barossa Valley** – una delle regioni bandiera dell'enologia australiana – a soli **68 RMB** (10,05 USD). Il vino in questione, uno Shiraz commercializzato con il marchio "St. Hallett" (annata 2023) e forte di un punteggio di 92 punti assegnato da *Wine Pilot*, ha ridefinito al ribasso le aspettative dei consumatori.

Prima che i dazi anti-dumping di Pechino bloccassero temporaneamente le importazioni, un Barossa non si trovava a meno di 200 RMB (circa 27 euro). Oggi lo scenario è radicalmente cambiato:

- **Jiuxiao'er** (piattaforma di instant-retail) ha lanciato l'Aussyn Shiraz Reserve dalla prestigiosa regione di **McLaren Vale** a soli **60,80 RMB** (8,99 USD).
- **Aldi** propone un rosso del **South Eastern Australia** (annata 2024) a **39,90 RMB** (5,90 USD).
- **HotMaxx** (catena di discount) offre uno Shiraz del **South Australia** (annata 2023), con sei mesi di affinamento in

barrique, all’incredibile prezzo di **29,90 RMB** (4,42 USD).

Questi prezzi hanno subito un tale tracollo da risultare inferiori persino a quelli di noti marchi di massa che non specificano la sotto-regione d’origine, come Yellow Tail o Rosemount Estate.

I numeri della crisi: 2 miliardi di litri nei magazzini

La radice di questa aggressiva corsa al ribasso risiede in un dato macroeconomico implacabile diffuso da Wine Australia: alla fine di giugno 2025, **le scorte di vino australiano si attestavano a circa 2,06 miliardi di litri**. Solo nell’anno finanziario 2024-2025, **la produzione ha superato le vendite di ben 52 milioni di litri.**

Paul Turale, General Manager di Wine Australia, **ha ammesso la presenza di forti eccedenze**, pur ricordando che la Cina resta il mercato d’esportazione a più alto valore (con una media di circa **12 dollari australiani al litro**, nettamente superiore a quella del Regno Unito).

“La pressione sugli stock è paradossalmente più grave nelle sotto-regioni premium rispetto alle denominazioni generiche”, spiega Li Wei, a capo di Auswan Group. *“Molte cantine di alto livello speravano nel potenziale di invecchiamento delle annate 2022 e 2023 e avevano inizialmente rifiutato di svendere. Quando il mercato cinese ha riaperto nel 2024, le aspettative erano altissime. Ma la ripresa è stata inferiore alle attese e nella seconda metà del 2025 le esportazioni hanno rallentato di nuovo”.*

Con la vendemmia di marzo e aprile alle porte, lo spazio nei magazzini è diventato vitale: di fronte a grandi ordini, i produttori preferiscono vendere sottocosto pur di liberare le

vasche.

La crisi dei distributori tradizionali e il modello “Luckin Coffee”

Il cambio di paradigma economico in Cina sta spingendo i consumatori verso una ricerca esasperata del “value for money” (il rapporto qualità-prezzo), a discapito della funzione di status symbol o di regalo aziendale tipica del passato. L’Australia, del resto, segue una strada già battuta negli ultimi anni da Bordeaux, Nuova Zelanda e dal nostro Prosecco.

Per gli importatori storici, tuttavia, la situazione è drammatica. Li Sining, presidente di *Guangzhou Mega Wines*, sottolinea come questo crollo metta a rischio la sopravvivenza stessa dei distributori tradizionali, che per anni hanno investito nella costruzione del valore del brand delle cantine.

Tuttavia, c’è chi vede in questa crisi un’opportunità di democratizzazione del mercato. **Hong Boyong**, CEO di *Shanghai Pran Cellar*, fa un parallelo memorabile con il mondo del caffè: *“Anni fa Starbucks vendeva caffè in Cina a più di 30 RMB a tazza, senza mai riuscire a renderlo un prodotto davvero popolare. Poi è arrivata Luckin con il caffè a 9,90 RMB e ha trasformato il caffè in un consumo di massa”.*

Secondo questa visione, i prezzi stracciati permettono ai consumatori di acquistare vino australiano autentico (evitando contraffazioni o imbottigliamenti domestici di bassa qualità) a costi d’ingresso bassissimi. Inoltre, chi acquistava bottiglie da 200 RMB per occasioni d’affari o cene formali continuerà probabilmente a farlo, poiché il vino in Cina mantiene ancora una forte componente legata all’immagine e alle relazioni sociali.

Resta da capire se, una volta superata la tempesta dell’inventario, **il brand “Australia” riuscirà mai a**

riconquistare la percezione di esclusività perduta in questi mesi di saldi forzati.

Punti chiave:

1. **Prezzi in picchiata sul mercato cinese:** I vini australiani di fascia alta (storicamente sopra i 200 RMB) si trovano oggi nella grande distribuzione a prezzi stracciati tra i **60 e i 30 RMB** (da 8 a 4 euro circa).
2. **Crisi da sovrapproduzione:** La causa principale è un immenso surplus di inventario in Australia, stimato in **2,06 miliardi di litri** a metà 2025, con una produzione che supera le vendite globali.
3. **Urgenza di stoccaggio nelle cantine:** L'arrivo delle nuove vendemmie costringe i produttori a svendere le vecchie annate rimaste nei serbatoi per **liberare spazio fisico** nei magazzini.
4. **Canali di distribuzione a rischio:** I piccoli importatori tradizionali vedono svanire i propri margini operativi, mentre i grandi retailer e i discount guidano la transizione verso un **consumo di massa**.
5. **L'effetto democratizzazione:** Parte della critica commerciale paragona il fenomeno al successo del caffè economico in Cina, ipotizzando che la riduzione dei prezzi possa stabilmente **allargare la base di consumatori**.