

Giovani e donne: il boom del vino bianco in Cina

scritto da Emanuele Fiorio | 11 Aprile 2025



Il vino bianco sta conquistando il mercato cinese, con un'ascensione trainata da varietà come Riesling e Sauvignon Blanc. A spingere la domanda sono soprattutto i giovani e le donne, facendo emergere nuove opportunità per produttori e distributori. Scopri come il vino bianco sta diventando un protagonista indiscusso in Cina.

Negli ultimi anni, **il vino bianco ha conosciuto un'ascesa straordinaria in Cina**, diventando uno dei segmenti più dinamici e promettenti dell'industria vinicola del Paese. Tradizionalmente visto come il "secondo violino" rispetto al vino rosso, il bianco sta rapidamente guadagnando terreno, **grazie soprattutto a varietà come il Riesling tedesco e il Sauvignon Blanc neozelandese**. Questo fenomeno ha attirato l'attenzione di produttori e distributori, facendo emergere

nuove opportunità di mercato che fino a poco tempo fa sembravano impensabili.

L'espansione del vino bianco è evidente anche nelle principali fiere del settore. Alla China Food & Drinks Fair di Chengdu, un'importante fiera dedicata al vino, molti dei buyer hanno mostrato una preferenza netta per il vino bianco. Un rappresentante di Longting Winery ha infatti rivelato che **circa un terzo dei visitatori che si recano allo stand chiedono esclusivamente vino bianco**. La domanda proveniente dal mercato è chiara e precisa: i consumatori cinesi stanno diventando sempre più consapevoli delle loro preferenze, spingendo il vino bianco sotto i riflettori.

Il Riesling tedesco ha vissuto un vero e proprio boom negli ultimi anni. Secondo Joice Huang, direttore della Wines of Germany in Cina, il Riesling è ora il vino bianco più venduto nei negozi come Sam's Club e Aldi in Cina. Inoltre, il Riesling ha dominato anche nel canale e-commerce, diventando la parola chiave più cercata su JD.com nell'estate del 2024. **La chiave del successo di questa varietà risiede nel suo profilo gustativo**, che unisce una dolcezza leggera e una freschezza acida, caratteristiche che attraggono soprattutto i consumatori più giovani e le donne cinesi.

La promozione incessante del Riesling ha contribuito a consolidare questa varietà nella mente del pubblico. Le campagne di marketing, tra cui il progetto 'Summer Riesling' e la collaborazione con influencer su Xiaohongshu (piattaforma social media cinese), hanno raggiunto milioni di utenti, facendo diventare il **Riesling una scelta iconica tra i consumatori più giovani**.

Anche il Sauvignon Blanc della Nuova Zelanda sta guadagnando terreno, grazie a una combinazione vincente di qualità, branding e ad una perfetta intonazione con i gusti locali. Secondo Vanessa Wu, rappresentante di New Zealand Winegrowers in Cina, il marchio Marlborough è ormai sinonimo di vino

neozelandese nel Paese. Il Sauvignon Blanc, con il suo profilo pulito e fresco, si allinea perfettamente con le preferenze delle consumatrici cinesi, spingendo le vendite di questa varietà a una crescita a doppia cifra.

Nonostante il vino bianco rappresenti ancora solo il 4% delle importazioni totali di vino in Cina, il suo consumo effettivo è molto più alto, arrivando tra il 10% e il 20%. Gu Yuping, rappresentante di Henkell Freixenet, sottolinea che il vino bianco, grazie alla sua necessità di essere consumato fresco, non rimane mai invenduto e viene consumato rapidamente. Questo spiega in parte perché i ristoranti di alta gamma e i wine bar di Shanghai stiano vedendo un forte aumento delle vendite di vini bianchi, in particolare Riesling e Sauvignon Blanc, che insieme rappresentano l'82% delle vendite di vino al bicchiere.

Il vino bianco sta segnando una crescita significativa anche nella distribuzione moderna. **Secondo i dati di Metro China, le vendite di vino bianco sono cresciute del 5% nel 2024, con il Riesling che ha registrato un incremento del 11,42% e il Sauvignon Blanc del 6,62%.** Questa tendenza è confermata anche dai dati dei supermercati, dove i vini bianchi rappresentano il 25% delle vendite, con una crescita annuale dell'8,5%, il tasso di crescita più alto tra tutte le categorie di vino.

Il mercato online, in particolare, gioca un ruolo fondamentale in questa espansione. Xu Xinrong, operatore dell'e-commerce per i padiglioni di vino tedesco e neozelandese, ha sottolineato che **i vini bianchi con un prezzo medio di circa 100 RMB (12,5 euro) rappresentano la fascia di mercato preferita dai consumatori cinesi.** Tuttavia, l'e-commerce presenta anche delle sfide, come la compressione dei margini a causa delle politiche di prezzo imposte dalle piattaforme, che potrebbero mettere a rischio la sostenibilità dei marchi emergenti.

La crescita del vino bianco in Cina non è solo una questione

di numeri, ma anche di cambiamento nei gusti e nelle preferenze culturali. Il master sommelier Lu Yang, veterano del settore ricettivo cinese, ha sottolineato come il vino bianco, in particolare Riesling e Sauvignon Blanc, sia ormai una **scelta obbligata nelle liste dei vini dei ristoranti di alta gamma, con una crescente attenzione da parte dei consumatori femminili**. L'equilibrio tra i gusti maschili e femminili sta infatti influenzando in modo significativo le vendite di vino bianco, specialmente nei contesti gastronomici premium.

La strada per il dominio del vino bianco in Cina sembra essere tracciata. Con l'ascesa di varietà come il Riesling e il Sauvignon Blanc, supportata da una solida base di consumatori giovani in crescita, **il vino bianco ha tutte le carte in regola per diventare il prossimo grande successo del mercato cinese**. I produttori e distributori di vino devono ora porsi la domanda cruciale: come posizionare i loro marchi per cavalcare l'onda e affermarsi come leader in questo mercato in espansione?

Fonte: *"China's White Wine Boom: Who Will Come Out on Top?"*
pubblicato su *Vino Joy News*, autore Morris Cai

Punti Chiave:

1. Il vino bianco sta crescendo rapidamente in Cina, con una preferenza crescente per varietà come il **Riesling tedesco e il Sauvignon Blanc neozelandese**.
2. I **consumatori giovani e femminili** stanno guidando l'espansione, con il Riesling diventato il vino bianco più venduto nei negozi e online.
3. Nonostante il vino bianco rappresenti solo il 4% delle importazioni totali di vino in Cina, **il consumo effettivo è ben più alto, arrivando tra il 10% e il 20%**.

4. L'e-commerce gioca un ruolo fondamentale nella crescita, con una fascia di mercato preferita dai consumatori cinesi che acquista **vini bianchi a un prezzo medio di circa 100 RMB (12,5 euro)**.