

# I cinesi preferiscono il vino nazionale. Perché?

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Febbraio 2022



A differenza del passato in cui il mercato del vino cinese è stato dominato da vini importati, i dati relativi agli acquisti in corrispondenza del Capodanno cinese mostrano che i vini nazionali cinesi stanno prendendo il sopravvento grazie anche all'**influenza del “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**.

Ning Sang Lawati e Natalie Wang di Vino Joy News, hanno intervistato i referenti di **Legacy Peak** – azienda vinicola di Ningxia a conduzione familiare – che da dicembre 2021 a gennaio 2022 hanno registrato vendite in **aumento del 118%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La performance dell'e-commerce è stata impressionante, un'impennata dell'838%.

Wang Fang fondatore di **Kanaan Winery**, azienda vinicola leader in Ningxia, ha venduto circa 20.000 bottiglie di vino prima del Capodanno cinese, il che rappresenta un **aumento del 40%**. Fang ha notato una crescita nell'e-commerce, nella vendita diretta e nei mercati di esportazione.

**Xige Estate**, la più grande azienda vinicola di Ningxia, avrebbe raggiunto 200 milioni di RMB (32 milioni di dollari) di vendite nel 2021, **raddoppiando il suo fatturato** rispetto all'anno precedente. La cantina ha venduto con successo tutte le 1,2 milioni di bottiglie della sua annata inaugurale (2017).

### **Il fenomeno “Guochao”**

In passato i consumatori cinesi si rivolgevano ai fine wine importati per regalarli o goderne personalmente, ora una serie di fattori stanno gradualmente modificando le loro preferenze.

La preferenza dei giovani consumatori verso il bere moderato e l'ascesa della “she economy” in Cina, stanno spingendo la **crescita del vino nazionale di alta gamma e a basso contenuto alcolico**, in alternativa alle forti bevande tradizionali come baijiu o huangjiu.

L'altra tendenza che sta contribuendo alla crescita del vino nazionale è il “Guochao”, a cui abbiamo accennato in precedenza.

Secondo il report di Guolian Securities relativo alle strategie d'investimento, grazie alla crescita economica della Cina, **i prodotti nazionali stanno riscontrando un apprezzamento ed un riconoscimento sempre maggiori** da parte dei consumatori cinesi, causando la rapida crescita dei brand nazionali.

Secondo un report pubblicato l'anno scorso congiuntamente da Baidu e dal Research Institute of People, i principali estimatori dei brand nazionali sono i **Millennials** nati tra il 1980 e il 1995 e **la Gen-Z** nata nel periodo 1995-2010.

A differenza della vecchia generazione che è più legata ai marchi occidentali, questi **giovani sono cresciuti partecipando alla crescita economica e alla ricchezza della Cina ed hanno maggiore fiducia nella loro identità nazionale e nella cultura tradizionale**. Per attrarre i giovani, i brand nazionali stanno migliorando la ricerca, la qualità del prodotto e le strategie di marketing.

Il fenomeno “Guochao” sta emergendo in vari settori, il vino non fa eccezione e **le aziende vinicole cinesi che hanno incorporato elementi culturali e filosofici cinesi nel packaging, nel design e nella produzione del vino, hanno goduto di una migliore accoglienza tra i consumatori**.

### **Riconoscimento internazionale del vino cinese**

La popolarità del vino cinese è dovuta al suo crescente riconoscimento internazionale.

A gennaio Wine Advocate ha pubblicato la classifica dei 10 migliori vini cinesi ed ha assegnato per la prima volta un **punteggio di 95 punti ad un vino cinese**.

Edward Ragg MW che ha recensito i vini cinesi, ha sottolineato che i produttori hanno mostrato una maggiore comprensione dei vitigni nel corso del tempo (Cabernet Franc e Merlot), invece di proporre blend stucchevoli a base di Cabernet Sauvignon.

**La maggiore consapevolezza e capacità di innovare dei viticoltori cinesi**, attraverso tecniche di produzione non comuni e standardizzate, ha anche favorito la qualità del vino cinese e creato vini interessanti da esplorare.

Alcuni piccoli produttori di vino come Ian Dai si sono concentrati sulla **scoperta dei migliori terroir** invece di cercare il profitto a tutti i costi. Alcuni hanno sperimentato vari metodi come lo spumante metodo classico di Grace Vineyard, o il Canticle To The Land di Yves Roduit, maturato in tradizionali vasi di argilla dello Yunnan.

Altre cantine come Domaine des Aromes e Silver Heights si sono

allontanate dal convenzionale, abbracciando la vinificazione biodinamica e naturale.

Il critico americano **James Suckling** ha curato le classifiche dei Top 10 e Top 100 vini cinesi ed ha recentemente assegnato **i suoi primi 98 punti ad un vino cinese, Ao Yun 2018.**

I brand di vino nazionali stanno gradualmente conquistando il cuore dei consumatori cinesi, promuovere fine wine importati in Cina potrebbe essere più impegnativo rispetto al passato.