Cina, le vendite di vino si spostano sul canale online

scritto da Veronica Zin | 17 Ottobre 2025



Il mercato cinese del vino nel primo semestre 2025 abbandona i canali tradizionali: oltre il 60% dei negozi fisici registra perdite mentre e-commerce e livestreaming esplodono. I giovani consumatori preferiscono consegne rapide e prodotti low-alcohol. L'export italiano cala del 21,7%, ma le bollicine crescono del 71%.

Il mercato del vino in Cina sta cambiando e i dati relativi al primo semestre del 2025 delineano in merito un quadro complesso: a una contrazione generale del mercato, evidenziata dal primo *Alcoholic Beverages Market Confidence Index (ACI)*, si contrappone una **radicale trasformazione delle abitudini di consumo**. L'era dominata dai banchetti ufficiali e aziendali, un tempo pilastro delle vendite, sembra al capolinea, lasciando spazio a un nuovo modello di consumo che si potrebbe

definire digiale.

Infatti, mentre i canali fisici tradizionali soffrono, l'e-commerce e il *livestreaming* stanno ridisegnando le regole del gioco.

Offline vs Online

La trasformazione del mercato cinese è evidente nella divergenza di performance tra i canali di vendita. Il report ACI, basato su un'indagine capillare che ha coinvolto oltre 600.000 punti vendita, ha messo in luce come più del 60% dei negozi specializzati in liquori abbia registrato un calo dei profitti. Come riportato dall'articolo pubblicato da Vino Joy News – China's Liquor Market Confidence Hits Low: Offline Struggles, Online Channels Boom – la causa principale è il ridimensionamento della cosiddetta "economia dei banchetti", ovvero tutti quei ritrovi aziendali e ufficiali.

Tuttavia, mentre l'offline soffre, il digitale prospera. L'apertura di store ufficiali su piattaforme come JD.com, Tmall e Douyin (la versione cinese di TikTok) ha fatto esplodere le vendite online. Secondo un'analisi di ISWR – Why does China's ecommerce growth continue to defy channel norms? –, l'e-commerce di alcolici è destinato a crescere a livello globale, e la Cina è uno dei mercati trainanti. Le sessioni di livestreaming e i servizi di consegna istantanea come Meituan, che garantiscono la bottiglia a casa in meno di un'ora, sono diventati gli strumenti privilegiati per raggiungere i consumatori più giovani, che apprezzano convenienza e immediatezza.

No-Low Alcohol

A guidare il cambiamento non è solo la tecnologia, ma un profondo mutamento socio-culturale. La tendenza globale verso la moderazione e il consumo di prodotti a basso contenuto alcolico (*low-alcohol*) ha trovato terreno fertile anche in

Cina. Le bevande con una gradazione inferiore al 20% ABV (*alcohol by volume*), come la birra artigianale e i *ready-to-drink*, stanno vivendo un vero e proprio boom.

Il consumatore giovane è orientato al così detto *light buzz*: un'esperienza di piacere personale e di socialità informale. Per il vino, questo significa riposizionarsi come bevanda perfetta per un consumo domestico o tra amici. A tal proposito il boom della domanda di vini bianchi e spumanti è un chiaro segnale di questa tendenza.

In questo contesto complesso, come si sta muovendo l'Italia? I dati del primo semestre 2025 offrono un quadro frammentato. Dopo un inizio positivo, con importazioni in crescita del 2,1% nel primo trimestre (Italian Wine Exports to China Shows Signs of Recovery), i dati consolidati a giugno mostrano una flessione. Secondo un'analisi di WineNews su dati Istat, **l'export verso la Cina si è fermato a 33,6 milioni di euro**, segnando un calo del 21,7% rispetto allo stesso periodo del 2024.

Tuttavia, alcuni segmenti mostrano una notevole vitalità. È il caso delle bollicine, che, nel solo mese di giugno 2025 hanno registrato un'impennata del 71% in valore.

Leggi anche: Tsunami di bollicine italiane in Cina: boom reale o dumping?

Il primo semestre del 2025 ha confermato che il mercato cinese del vino non sta semplicemente rallentando, ma sta cambiando. La crisi del modello offline basato sui banchetti formali apre le porte a un nuovo paradigma dominato dalla convenienza dei canali digitali.

Punti chiave

1. **Oltre 60% negozi** fisici di liquori in Cina ha registrato un calo dei profitti nel primo semestre 2025.
2. **E-commerce e livestreaming** ridisegnano il mercato: consegne in un’ora via Meituan conquistano i giovani consumatori.
3. **Bevande low-alcohol** (sotto 20% ABV) in forte crescita: birre artigianali e ready-to-drink trainano il cambiamento.
4. **Export italiano vino** verso la Cina cala del 21,7% a 33,6 milioni di euro nel semestre.
5. **Bollicine italiane boom**: +71% in valore solo nel mese di giugno 2025 in Cina.