

Mercato vino, Cina: volumi in calo ma cresce fascia premium

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Settembre 2022



Come è emerso dai [dati relativi ai primi 7 mesi del 2022](#), i volumi di vino nel mercato cinese sono in contrazione. Secondo Nomisma Wine Monitor la **flessione dei volumi di vini importati è del 15% rispetto al 2021 e del 49% rispetto al picco massimo raggiunto nel 2018.**

Non sono incoraggianti neppure i dati relativi al PIL del paese che, nel secondo trimestre del 2022, è cresciuto appena dello 0,4% (il peggior risultato dal 1992, escludendo la flessione del 6,9% nel primo trimestre 2020 causata dallo shock iniziale del Covid-19). Una brusca frenata soprattutto tenendo conto che l'obiettivo di crescita economica fissato per quest'anno si attesta al 5,5%.

Tuttavia i consumatori cinesi stanno diventando più informati

sul vino e spendono di più per acquistarlo. Le **previsioni IWSR mostrano che i valori dei vini fermi e spumanti dovrebbero aumentare ad un CAGR del 5-7% in Cina nel periodo 2021-2026.**

Il calo del volume del mercato è guidato dal vino di fascia bassa, che rappresenta ancora quasi 4 litri di vino su 10 consumati in Cina. Secondo Wine Intelligence, le perdite per quanto riguarda il vino importato sono state in realtà minime lo scorso anno, nonostante il crollo dei vini australiani innescato dai dazi punitivi cinesi introdotti nel marzo 2021. Tutti i principali Paesi produttori di vino hanno registrato un forte aumento delle vendite lo scorso anno, in particolare cileni (favoriti dagli accordi di libero scambio a dazi zero siglati con la Cina nel 2006), statunitensi, sudafricani e argentini.

Sempre secondo Wine Intelligence **la popolazione cinese che consuma vino importato semestralmente e mensilmente è aumentata di circa il 14% dal 2019.**

Inoltre i consumatori cinesi stanno aumentando la propria consapevolezza e conoscenza ed un numero sempre maggiore, per orientarsi nelle decisioni di acquisto, ricerca indicatori di qualità come denominazioni, premi vinti, selezioni (ad esempio, “riserva”).

Vendite online e premiumisation

L'ambiente online ha svolto un ruolo importante nel mercato cinese degli alcolici. La Cina ha la più alta percentuale di acquirenti online di bevande alcoliche ed un alto livello di penetrazione e maturità dell'e-commerce. **Il numero di consumatori di vino che hanno acquistato online ha ormai superato il 50%.**

Questo consumatore cinese di vino, sempre più istruito, è più disposto a cercare nuove esperienze e acquista un'ampia gamma di marchi, paesi e regioni di origine. Si dimostra anche disposto a spendere di più sia nel settore off-trade che in quello on-trade. I dati IWSR mostrano che **i vini premium hanno**

aumentato la loro quota di mercato dal 15% del 2017 al 20% del 2021. Entro il 2026, si prevede che questi vini di fascia alta raggiungeranno quasi il 25% del mercato.

Crescita vini locali

Anche i vini prodotti localmente stanno crescendo, spinti dalla regione di Ningxia che aspira ad essere considerata la Bordeaux cinese. **La reputazione della regione di Ningxia si sta rafforzando** grazie a diversi riconoscimenti a livello mondiale e questo non passa inosservato agli appassionati di vino cinesi.

Potenzialità del mercato

Le potenzialità del mercato in Cina possono essere relazionate con il consumo pro capite di Taiwan e Hong Kong. **I consumatori di vino taiwanesi consumano il doppio del vino rispetto alla loro controparte cinese e gli hongkonghesi addirittura 9 volte di più.**

Non si prevede che questi livelli possano essere replicati in Cina, ma **queste evidenze segnalano che il mercato cinese offre ancora molte opportunità.**