

Spirits di alta gamma: la Cina vale oltre il 30% del mercato globale

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Aprile 2022



La pandemia ha rafforzato l'importanza dei consumatori cinesi per i brand produttori di spirits internazionali di fascia alta (ad esclusione dei distillati tradizionali cinesi come baijiu, shochu e soju).

Gli acquisti si sono spostati verso il mercato interno dato che i viaggi internazionali si sono ridotti.

I brand dovranno monitorare la situazione da vicino, concentrandosi sulla Cina continentale nel breve termine (oltre alla nuova enclave duty free di Hainan) ma preparandosi anche ad un aumento della domanda internazionale una volta che i consumatori cinesi ricominceranno a viaggiare.

Thorsten Hartmann, Custom Analytics Director di IWSR Drinks Market Analysis ha rilevato che “La Cina è stata uno dei pochi paesi in cui gli spirits internazionali di fascia alta (>US\$100/bottiglia) hanno registrato un anno relativamente buono nel 2020”.

Prima della pandemia, i consumatori cinesi acquistavano spirits di alta gamma fuori dalla Cina, per due ragioni principali:

- acquistare premium spirits all'estero garantisce prestigio e status all'acquisto,
- il mercato internazionale e il canale Global Travel Retail (GTR) sono visti come fonti più affidabili di beni non contraffatti rispetto al mercato interno cinese.

A causa del divieto di viaggiare all'estero durante la pandemia, **gli acquisti sono migrati verso il mercato interno cinese.**

Grazie a questo cambiamento, IWSR per la prima volta è stata in grado di misurare l'influenza che i consumatori cinesi hanno sul mercato degli “status spirits” (ossia dei distillati di alta gamma), dato che gli acquisti sono avvenuti sul mercato domestico cinese.

Nel 2020 i consumatori cinesi hanno speso oltre 2,4 miliardi di dollari per i premium spirits internazionali (>100 dollari/bottiglia), attraverso il canale nazionale duty paid e Hainan. I Cognac/Armagnac costituiscono la stragrande maggioranza di questi acquisti, i consumatori cinesi hanno speso oltre 2 miliardi di dollari per questi distillati.

Secondo i dati IWSR, all'interno del mercato totale degli “status spirits” in Cina, **il baijiu di fascia alta domina il mercato nazionale.** Tuttavia, ci sono opportunità per il Cognac e, in misura minore, per il whisky scozzese, in particolare lo Scotch di malto/grano, che nel 2020 ha eroso la quota di

mercato dei blend.

Quando i consumatori cinesi altospendenti inizieranno a viaggiare di nuovo, cosa accadrà sul mercato interno e ad Hainan?

Secondo Hartmann “Attualmente, è allettante per i brand – specialmente di Cognac e whisky scozzese – concentrarsi interamente sul mercato cinese e su Hainan, ma è importante tenere d’occhio il lungo termine. **Quando i viaggi internazionali riprenderanno, le strategie di marketing nei canali Global Travel Retail nazionali e internazionali che mirano al consumatore cinese – in termini di lingua e spunti culturali – saranno sempre più vitali”.**

Il successo di Hainan nella seconda metà del 2020 ha mitigato le perdite subite dal GTR (Global Travel Retail) cinese, IWSR si aspetta che rimanga un polo di consumo vivace fino alla ripresa dei viaggi internazionali. **Il Malt Scotch in particolare ha spinto le vendite ad Hainan**, aumentando di fatto la spesa totale per quanto riguarda il canale GTR cinese nel 2020, nonostante la grave flessione dei principali aeroporti internazionali cinesi.

“Una volta che le frontiere si apriranno di nuovo, Hainan rimarrà importante, ma probabilmente servirà un pubblico cinese più mainstream”, evidenzia Hartmann “I brand dovranno soddisfare le esigenze di un pubblico con uno status diverso. Il baijiu aumenterà probabilmente la propria importanza e diminuirà la rilevanza degli spirits di alta gamma”.