Cina, il mercato lancia segnali di ripresa: volano gli spumanti italiani

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Novembre 2026



Nei primi nove mesi del 2026 la Cina torna a spendere di più per il vino importato, ma continua a ridurre i volumi. A trainare il mercato sono gli spumanti, con l'Italia in evidenza: le esportazioni crescono del 53,8%. Un risultato importante, da leggere però alla luce del diverso posizionamento rispetto alla Francia.

La Cina torna a spendere di più per il vino importato, ma non ancora ad acquistarne di più. È questa la fotografia che emerge dai dati doganali relativi ai **primi nove mesi del 2026**, analizzati da Del Rey Analysts of Wine Markets (AWM). Tra gennaio e settembre, il valore delle importazioni cinesi ha raggiunto 1,167 miliardi di dollari, registrando una **crescita**

in valore del 5,6% rispetto allo stesso periodo del 2025, pari a 61,9 milioni di dollari in più. **Sul fronte dei volumi**, tuttavia, il mercato continua a perdere terreno: **le importazioni sono scese del 5,5%,** fermandosi a 156,9 milioni di litri, circa 9 milioni in meno rispetto all'anno precedente.

La divergenza tra valore e volume racconta un mercato ancora lontano da una ripresa consolidata. A sostenere la spesa è soprattutto **l'aumento del prezzo medio** delle importazioni, **salito dell'11,7% a 7,44 dollari al litro**, con un incremento di 0,78 dollari. Un indicatore che suggerisce un cambiamento nella composizione degli acquisti, con un **peso maggiore dei vini di fascia più elevata**, ma che non deve essere interpretato come un aumento generalizzato dei prezzi al consumo.

Il quadro resta quello di un mercato che sta cercando un nuovo equilibrio dopo una lunga fase di contrazione. Il valore delle importazioni, che nel 2018 aveva sfiorato i 2,9 miliardi di dollari, era sceso sotto 1,2 miliardi nel 2023. La parziale ripresa del 2024 non aveva trovato continuità nel 2025. Il risultato dei primi nove mesi del 2026 rappresenta quindi un segnale positivo, ma **ancora insufficiente per parlare di inversione strutturale.**

Spumanti protagonisti: crescono valore e volumi

All'interno di questo scenario, gli **spumanti** si distinguono nettamente dalle altre categorie. Nei primi tre trimestri del 2026, le **importazioni cinesi di vini spumanti sono aumentate del 31,6% in valore**, raggiungendo 64,5 milioni di dollari. Ancora più significativo il dato relativo ai **volumi, cresciuti del 27,4%** fino a 7,1 milioni di litri.

È proprio questa doppia crescita a rendere il segmento particolarmente interessante: diversamente da quanto accade

nel mercato complessivo, **gli spumanti stanno guadagnando terreno in Cina sia in termini di quantità sia di ricavi.**

La situazione è differente per i **vini fermi in bottiglia**, che costituiscono la componente principale delle importazioni cinesi. Il loro **valore è aumentato del 5,7%,** arrivando a 1,0598 miliardi di dollari, ma i **volumi sono diminuiti del 10,8%,** fermandosi a 94,6 milioni di litri. In flessione anche le importazioni di vini bag-in-box e sfusi.

La fotografia suggerisce dunque una progressiva differenziazione delle dinamiche di mercato: mentre il vino fermo continua a risentire della contrazione dei volumi, lo spumante mostra una capacità di intercettare la domanda decisamente superiore.

Italia, la crescita degli spumanti supera quella francese

È in questo segmento che emerge con maggiore evidenza la **performance italiana**. Tra gennaio e settembre 2026, le esportazioni di spumanti italiani verso la Cina sono cresciute del **53,8% in volume**, raggiungendo 4,4 milioni di litri, equivalenti a circa 489.000 casse da nove litri.

Un **risultato nettamente superiore a quello della Francia**, le cui spedizioni sono aumentate del **21,3%,** arrivando a 1,3 milioni di litri, pari a circa 144.000 casse. L'Italia consolida così il proprio ruolo tra i principali fornitori del mercato cinese e beneficia di una dinamica di crescita particolarmente favorevole.

La lettura dei valori economici, tuttavia, restituisce una prospettiva più articolata. Gli spumanti italiani hanno generato 20,4 milioni di dollari, con un incremento di 8,7 milioni rispetto ai primi nove mesi del 2025. Quelli francesi hanno raggiunto 37,7 milioni di dollari, registrando anch'essi una crescita di 8,7 milioni.

La differenza è riconducibile soprattutto al diverso posizionamento commerciale. Secondo l'analisi AWM, il **prezzo medio all'importazione degli spumanti italiani si attesta a 4,66 dollari al litro, contro circa 30 dollari per quelli francesi.** Due fasce di mercato differenti, che spiegano come la Francia continui a generare un valore economico superiore nonostante volumi sensibilmente inferiori.

Anche gli altri fornitori mostrano dinamiche meno marcate. Le esportazioni spagnole sono rimaste sostanzialmente stabili intorno a 860.000 litri, mentre quelle australiane sono cresciute del 16,6%, raggiungendo 426.486 litri.

Cina, opportunità sì ma senza facili entusiasmi

I numeri restituiscono un mercato che merita attenzione, ma che richiede un approccio meno schematico rispetto al passato. La crescita degli nostri spumanti è indubbiamente significativa, tuttavia non autorizza a considerare la Cina un mercato tornato automaticamente ai livelli di attrattività di qualche anno fa.

Per i produttori italiani, la prima indicazione riguarda la necessità di distinguere tra crescita dei volumi e creazione di valore. **La competitività di prezzo ha consentito alle bollicine italiane di conquistare spazio, ma la sfida sarà trasformare questa penetrazione commerciale in un posizionamento più solido**, evitando che il vantaggio competitivo si traduca esclusivamente in una competizione sul prezzo.

Servono quindi strategie differenziate, capaci di valorizzare le identità territoriali, le diverse tipologie di spumante e le occasioni di consumo, lavorando sulla riconoscibilità dei marchi e sulla formazione degli operatori locali. Il potenziale di crescita non dovrebbe essere ricercato soltanto nell'aumento delle spedizioni, ma anche nella **capacità di**

costruire relazioni durature con importatori, distributori e canali di vendita qualificati.

La Cina, in definitiva, non sta semplicemente tornando a comprare vino: sta mostrando segnali di cambiamento nella composizione dei propri acquisti. Per l'Italia, il risultato degli spumanti rappresenta una porta d'accesso importante, non un traguardo raggiunto. **La prossima partita sarà dimostrare che dietro la competitività delle bollicine italiane esiste un valore distintivo riconoscibile, capace di consolidare la presenza nel mercato anche oltre la leva del prezzo.**

Punti chiave:

1. **Importazioni cinesi in ripresa in valore:** nei primi nove mesi del 2026 raggiungono 1,167 miliardi di dollari, con una crescita del 5,6%.
2. **Volumi ancora in contrazione:** le importazioni diminuiscono del 5,5%, mentre il prezzo medio sale dell'11,7%, arrivando a 7,44 dollari al litro.
3. **Spumanti in forte crescita:** le importazioni cinesi aumentano del 31,6% in valore e del 27,4% in volume.
4. **Italia protagonista:** le esportazioni italiane di spumanti raggiungono 4,4 milioni di litri, segnando un incremento del 53,8%, contro il +21,3% della Francia.
5. **Due diversi posizionamenti commerciali:** il prezzo medio all'importazione degli spumanti italiani è di 4,66 dollari al litro, contro circa 30 dollari per quelli francesi. La Francia mantiene tuttavia un valore complessivo delle esportazioni superiore: 37,7 milioni di dollari contro 20,4 milioni dell'Italia.