

Cina: la Top 10 dei negozi di bevande online

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Settembre 2020



Una nuova ricerca di mercato della società cinese Mojing Market Intelligence, focalizzata sul gigantesco panorama dell'e-commerce cinese, ha individuato i **10 migliori negozi di bevande online** sulla più grande piattaforma di e-commerce del gigante asiatico, Tmall.com.

Il fiorente settore cinese delle bevande alcoliche online è valutato oltre 6 miliardi di dollari, la classifica si concentra sui negozi di bevande alcoliche online più popolari che stanno influenzando le decisioni quotidiane di milioni di bevitori.

Il report ha confrontato i dati di vendita delle bevande alcoliche raccolti da Tmall.com (la piattaforma retail del gruppo Alibaba), sulla base dei ricavi di vendita registrati negli ultimi 12 mesi fino a luglio di quest'anno.

Tmall Supermarket, il servizio di alimentari online gestito da Alibaba, è in cima alla classifica con 3,37 miliardi di RMB (493 milioni di dollari) di vendite nei 12 mesi presi in considerazione.

Il secondo posto è andato a 1919.cn, rivenditore di bevande online in comproprietà con Alibaba. Lo store della società su Tmall ha generato 430,9 milioni di RMB (63 milioni di dollari) di vendite di bevande alcoliche per un totale di 530.000 articoli.

Lo store di Suning.com si è classificato al terzo posto, con 414 milioni di RMB (60,5 milioni di dollari) di vendite, seguito da Luzhoulaojiao, uno dei principali produttori di baijiu nella provincia del Sichuan sudoccidentale della Cina, con 358 milioni di RMB (52,3 milioni di dollari).

Hongweitiancheng si è piazzato al quinto posto con un totale di 332 milioni di RMB (48,5 milioni di dollari) di vendite. Yanghe, produttore di baijiu e proprietario del marchio cileno di vini Vina San Pedro, si è classificato al sesto posto con 243 milioni di RMB (35,5 milioni di dollari).

Global, il supermarket di Tmall dedicato alle merci importate, si è piazzato al settimo posto con 233 milioni di RMB (34 milioni di dollari), mentre il produttore di baijiu Quanjiafu si è posizionato all'ottavo posto (227 milioni di RMB).

Lo store della distilleria Wuliangye è arrivato al nono posto con 195 milioni di RMB (28,5 milioni di dollari USA), Lady Penguin ha chiuso la classifica al decimo posto con 185 milioni di RMB (27 milioni di dollari USA) di vendite di bevande alcoliche negli ultimi 12 mesi, l'unico negozio della "top ten" che fa riferimento ad una personalità famosa.

Lady Penguin, alias Wang Shenghan, è probabilmente tra le personalità più influenti dell'industria cinese delle bevande, che ha ottenuto la sua fama attraverso i social media cinesi pubblicando contenuti di vini leggeri e accattivanti.

Appena due anni dopo l'apertura del suo store Tmall nel 2017, ha generato 36,41 milioni di RMB di vendite di alcolici in occasione del Tmall Global Wine and Spirits Festival del 9 settembre dello scorso anno.

Il suo fatturato di febbraio è sceso a 6,2 milioni di RMB, a causa dell'emergenza Covid-19, prima di invertire la rotta a marzo ed arrivare a giugno a 18,65 milioni di RMB.

Il suo negozio Tmall propone una gamma molto vasta, dai vini firmati Lady Penguin provenienti dal Cile e dall'Australia, fino ai vini alla prugna e al Moscato.

Il suo successo si basa anche sul packaging divertente che si rivolge in particolare al suo principale target femminile.

"Good night wine" e "teenage girl wine" sono due tipologie di vino che lei stessa ha reso popolari e che hanno ispirato molti imitatori. Nessuno però sinora è riuscito ancora ad avvicinarsi alle performance degli originali.