vinetur

# Mehr als 10.000 Fachbesucher aus 60 Ländern treffen sich auf der Vinexpo Asia 2024

Chinas Wein- und Spirituosenmarkt wird bis 2027 voraussichtlich um 19% wachsen

Donnerstag, 30. Mai 2024



Nach ihrem Debüt in Singapur im vergangenen Jahr kehrte die Vinexpo Asia 2024 diesen Mai nach Hongkong zurück. Drei Tage lang, vom 28. bis 30. Mai, zog die Veranstaltung mehr als 10.000 Fachbesucher aus 60 Ländern an und präsentierte

1.032 Wein- und Spirituosenhersteller aus 35 Ländern im belebten Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC).

Die wichtigsten Diskussionen auf der Veranstaltung drehten sich um mehrere zentrale Themen, insbesondere um den Aufstieg von Baijiu, die Konzentration auf den chinesischen Markt und den Einfluss von Hongkong als Handelszentrum.

## Die Dominanz von Baijiu

Ein Höhepunkt der Vinexpo Asia war eine Sitzung mit dem Titel "Status Spirits: Perpetual Progress or Bubble About to Burst?", geleitet von Luke Tegner, Director of Consultancy bei IWSR Drinks Market Analysis. Dieser Vortrag befasste sich mit dem Sektor der Super-Premium-Spirituosen, die von IWSR als Spirituosen mit einem Preis von über 100 Dollar definiert werden. Obwohl es sich dabei um einen Nischenmarkt handelt, hat die Bedeutung dieser hochwertigen Spirituosen erheblich zugenommen.

Von 2017 bis 2022 hat sich der Marktanteil dieser Premium-Spirituosen weltweit von 8 % auf 15 % fast verdoppelt. Baijiu, eine chinesische Spirituose, hat einen Anteil von 85 % an diesem Segment mit einem Wert von 212 Milliarden US-Dollar. Während der Absatz von Baijiu im unteren Preissegment rückläufig ist, floriert die Kategorie der Super-Premium-Spirituosen, die außergewöhnliche Preise erzielen. Tegner betonte dies und hob die bemerkenswerte Marktleistung von Baijiu hervor, obwohl dieser weitgehend auf China beschränkt ist.

Es besteht jedoch Unsicherheit über die Attraktivität von Baijiu für jüngere Verbraucher, die sich weniger von billigeren Optionen angezogen fühlen. Große Marken nutzen zunehmend digitale Plattformen, um diese Bevölkerungsgruppe anzusprechen. So verkaufte beispielsweise Luckin Coffee an einem einzigen Tag Kaffee mit Kweichow Moutai Baijiu im Wert von 100 Millionen Yuan (rund 10,9 Millionen US-Dollar).

Starke Verkäufe in hochpreisigen Segmenten dürften die Präsenz von Baijiu auf anderen Märkten wie Duty-free-Shops stärken. Neben Baijiu erfreuen sich auch andere Status-Spirituosen wie Whisky in ganz Asien großer Nachfrage, wobei die Region in dieser Kategorie weltweit das größte Wachstum verzeichnet.

## China im Fokus

Vor der Veranstaltung betonte Rodolphe Lameyse, CEO von Vinexposium, dass China jetzt der Hauptschwerpunkt der Messe in Hongkong ist. Die alle zwei Jahre stattfindende Messe in Singapur ist dagegen mehr auf die südostasiatischen Märkte ausgerichtet. Die diesjährige Neuheit war die Wiederaufnahme der Beziehungen zum chinesischen Markt. Asien, und insbesondere China, ist ein wichtiger Markt für die Branche, denn die IWSR prognostiziert bis 2027 ein Wachstum von 19 % bei Weinen und Spirituosen.

Don St Pierre, Mitbegründer von ASC Fine Wines und AdaptEdge, widersprach der Behauptung, China verliere an Bedeutung. Hongkong, das als Tor zur Greater Bay Area (GBA) mit seinen 87 Millionen Einwohnern fungiert, bleibt von zentraler Bedeutung. Die GBA ist die am schnellsten wachsende Region Chinas mit der jüngsten und bestausgebildeten Bevölkerung des Landes.

## Der Einfluss von Hongkong

Philippe Chan, General Manager von YouGov Greater China, ist der Ansicht, dass Hongkong eine einzigartige Position einnimmt, um die Entwicklung des GBA-Marktes voranzutreiben. Jaime Martin Chocano, Managing Director für Nordasien bei Edrington, stellte fest, dass Hongkong und Macau aufgrund ihres Einflusses auf den Luxuskauf ideale Investitionsstandorte in China sind. Das Fehlen von Zöllen auf Wein hält Hongkongs Marktrelevanz aufrecht, da ein erheblicher Teil des importierten Weins in andere asiatische Märkte reexportiert wird.

Mattieu Thibaut, General Manager von Corney and Barrow, unterstrich diese Einschätzung und betonte die Zugänglichkeit Hongkongs zu China und die Stärkung seines Status als wichtiges Drehkreuz für Wein und Spirituosen.

## Australische Präsenz

Angesichts der Bedeutung Chinas war die Präsenz australischer Aussteller auf der Vinexpo Asia erwartet worden. Am 29. März wurden die Zölle auf australischen Wein in China aufgehoben, was viele Erzeuger dazu veranlasste, sich für die Messe in

Hongkong anzumelden. Wichtige Akteure wie Yalumba nahmen teil, vor allem um ihren Importeur ASC Fine Wines zum ersten Mal seit Jahren persönlich zu treffen. Aber nicht alle waren auf China fokussiert. Handpicked Wines aus Tasmanien wollte Beziehungen zu Importeuren in Südkorea und Japan aufbauen und traf Händler aus Thailand und anderen südostasiatischen Märkten, was zeigt, dass die Messe nicht nur in China Anklang findet.

## Französische Vertretung

Es überrascht nicht, dass das Vinexposium eine starke französische Präsenz aufwies, denn die französischen Aussteller machten ein Drittel der Gesamtzahl aus. Frankreich ist ein wichtiger Lieferant von Weinimporten nach China, was Hongkong zu einem wichtigen Handelsknotenpunkt zwischen den beiden Ländern macht.

Der französische Botschafter in China, Bertrand Lortholary, nahm an der Eröffnungszeremonie teil und betonte die Fähigkeit des Weins, Brücken zu bauen. Die Zukunft ist jedoch ungewiss, denn es gibt Gerüchte, dass China nach den Antisubventionsuntersuchungen der EU gegen chinesische Unternehmen die EU-Weinexporte ins Visier nehmen könnte. Dies könnte den 800-Millionen-Dollar-Weinhandel zwischen der EU und China gefährden, wovon die wichtigsten Exporteure wie Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Portugal betroffen wären, wobei Frankreich für fast die Hälfte dieser Exporte verantwortlich ist.

Trotz dieser Herausforderungen unterstreicht das Jahr 2024 als offizielles Jahr des Tourismus zwischen Frankreich und China die anhaltende Bedeutung von Hongkong als entscheidende Etappe im Handel zwischen den beiden Ländern, was auch auf der Vinexpo Asia 2024 zum Ausdruck kommt.