vinetur

China: Gigante del comercio electrónico de bebidas alcohólicas lidera el crecimiento global

Las ventas online de alcohol en China se disparan

lunes 29 de abril de 2024



El fenómeno del comercio electrónico de bebidas alcohólicas en China está marcando un antes y un después en la industria global. Este país asiático, reconocido por su capacidad para adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías, no ha dejado de sorprendernos con su constante crecimiento en la venta en línea de bebidas alcohólicas, fenómeno que sigue fortaleciéndose aun después de la eliminación de las

restricciones por la pandemia de Covid-19 a finales del 2022.

Según los datos proporcionados por IWSR Drinks Market Analysis, más de la mitad de los compradores de alcohol en China, específicamente un 53%, realizan sus compras por internet. Esta cifra casi duplica la de cualquier otro mercado importante a nivel mundial. Lo interesante aquí es que, además, la tendencia promete seguir en alza. El 83% de los consumidores que aún no han comprado bebidas alcohólicas en línea en 2023 manifestaron estar bastante o muy dispuestos a hacerlo en el futuro, un aumento significativo respecto al 71% del año anterior.

Comparando con Estados Unidos, donde solo el 14% de los consumidores compra alcohol en línea, China se posiciona como líder indiscutible en este sector. A pesar de que Estados Unidos se mantiene como el segundo mercado de comercio electrónico de bebidas alcohólicas más valioso y está previsto que continúe creciendo, la situación económica débil y la normalización de los comportamientos de los consumidores podrían moderar este crecimiento.

Entre 2018 y 2022, las ventas en línea de alcohol en China crecieron a una tasa compuesta anual del 16%, alcanzando un 39% de las ventas de comercio electrónico a nivel mundial. Los pronósticos de IWSR sugieren un crecimiento continuo de un 6% hasta 2027, lo que podría incrementar aún más su participación global en este mercado.

La innovación al servicio del crecimiento

Una de las claves del éxito chino en este ámbito ha sido su capacidad de innovación. A diferencia de otros mercados donde el aumento del comercio electrónico de alcohol fue un fenómeno puntual provocado por la Covid-19, en China el crecimiento es visto como una tendencia a largo plazo.

El Vino, protagonista de la escena

Dentro de las categorías de bebidas alcohólicas, el vino está tomando la delantera en el comercio electrónico. Se prevé que las ventas en línea de vino aumenten a una tasa compuesta anual del 8% entre 2022 y 2027, la más alta entre todas las categorías de

bebidas. En términos de participación de mercado, aunque el vino solo representa un 3% del total de las bebidas alcohólicas en China, su cuota en el comercio electrónico es del 12%, resaltando el potencial positivo de este canal para la categoría.

Shirley Zhu, directora de investigación para la Gran China en IWSR, comenta que el crecimiento en línea del vino se prevé que se intensifique a medida que la categoría, que había estado decaída, comienza a recuperarse.

El Baijiu y otros espirituosos no se quedan atrás

En el ámbito de los espirituosos, el baijiu ha sido un motor importante de crecimiento en los últimos años. Aunque se espera que la tasa de crecimiento de 2022 se modere, se anticipa que el sector continuará teniendo un buen desempeño. Las empresas de baijiu probablemente incrementarán su inversión en canales en línea, habiendo observado los resultados positivos hasta ahora.

En cuanto a la cerveza, su cuota en el comercio electrónico probablemente aumente conforme más consumidores busquen conveniencia.

Este panorama nos muestra cómo el avance tecnológico y la adaptación al cambio están redefiniendo los patrones de consumo y abriendo nuevas vías para el crecimiento en la industria de bebidas alcohólicas en China, estableciendo un modelo que podría inspirar cambios similares en otros mercados alrededor del mundo.