vinetur

Le vin chaud fait exploser la consommation d'alcool en hiver chez les jeunes Chinois

Le vin chaud devient une obsession des jeunes consommateurs chinois pour les fêtes de fin d'année

mercredi 14 janvier 2026



En Chine, les jeunes consommateurs affichent une préférence croissante pour le vin blanc et le vin chaud, même pendant les mois d'hiver. Cette tendance est devenue particulièrement évidente au cours de la semaine entre Noël et le Nouvel An, lorsque

les ventes de ces vins ont explosé sur Meituan, la plus grande plateforme de vente instantanée du pays. L'augmentation de la demande reflète un changement plus général chez les jeunes acheteurs, qui se tournent vers des achats qui les récompensent eux-mêmes et des rituels de consommation.

Selon les données de Meituan Flash Buy, la semaine précédant le Nouvel An a vu une augmentation significative des ventes d'alcool chez les jeunes consommateurs. Les ventes de vin blanc ont plus que doublé par rapport à l'année précédente, tandis que les recherches de kits de vin chaud ont bondi de 212 % par rapport à la semaine précédente. Ces chiffres ont commencé à circuler sur les réseaux sociaux chinois le 30 décembre, les données couvrant la veille et le jour de Noël, moments clés pour les dépenses de fêtes. Meituan a attribué ce pic aux jeunes qui recherchent un plaisir personnel et un sentiment d'occasion.

Le vin blanc, connu pour son corps plus léger et ses arômes floraux ou fruités, a gagné en popularité parmi les jeunes consommateurs chinois au cours des deux dernières années, en particulier parmi les femmes. Les ventes se concentrent sur les plateformes de commerce électronique et dans les petits bars à vin. Le Sauvignon blanc de Nouvelle-Zélande et le Riesling allemand sont devenus des favoris. Traditionnellement considéré comme une boisson d'été, le vin blanc a continué à bien se comporter jusqu'en décembre 2025. Cette tendance est confirmée non seulement par les données de Meituan, mais aussi par les statistiques d'importation. En octobre et novembre 2025, la Chine a importé près de 800 000 litres de vin néo-zélandais, soit une augmentation de 44,66 % par rapport à l'année précédente, tandis que la valeur de ces importations a augmenté de 16 % pour atteindre 6,47 millions de dollars, selon les données officielles des douanes rapportées par Vino Joy News. Ces chiffres suggèrent que les importateurs chinois ont augmenté leurs commandes au cours de ce qui est historiquement une saison creuse pour le vin blanc.

Le vin chaud, étroitement associé à l'hiver et aux traditions de Noël, est également devenu l'un des produits préférés des jeunes consommateurs chinois. Son attrait réside dans sa nouveauté, ses éléments de bricolage et sa forte narration visuelle - des qualités amplifiées par les influenceurs de style de vie sur des plateformes telles que Xiaohongshu (Red Note). Cette popularité s'est traduite par des ventes au détail

immédiates. Pendant les mois d'hiver, de nombreux détaillants à la demande ont ajouté des produits à base de vin chaud à leur offre. Selon un rapport sur les tendances de consommation en 2023 d'Ele.me, la plateforme de livraison d'Alibaba, le vin chaud a connu une croissance rapide en Chine depuis 2021, la demande augmentant chaque année en novembre et atteignant un pic en décembre. En trois ans, le nombre de commerçants actifs vendant du vin chaud est passé d'un peu plus de 200 à plus de 15 000.

Wang Yutian, directeur du marketing chez Torria China, la société à l'origine de la marque de vin en ligne Knock Knock, explique que la vente au détail instantanée cible directement les scénarios de consommation "auto-récompense", dans lesquels le vin blanc et le vin chaud s'intègrent naturellement. Le lien étroit entre le vin chaud et les occasions festives, associé aux réductions proposées par les marques et les détaillants pendant la période des fêtes, a encore stimulé la demande.

Bien que les autorités chinoises aient découragé les célébrations de Noël à grande échelle ces dernières années et que certaines villes aient limité les rassemblements publics, les fêtes restent une période importante pour les jeunes et les couples qui dépensent en nourriture et en boissons. En tant que fête occidentale associée à des expériences de style de vie et à la cuisine, Noël continue de créer des opportunités pour les produits alimentaires et les vins occidentaux en Chine. Wang a noté que la demande de dîners visuellement attrayants et basés sur l'expérience - souvent décrits en ligne comme de "beaux repas" - est restée forte pendant cette période. "Le vin en bénéficie naturellement", a-t-il déclaré.

Au-delà du vin blanc et du vin chaud, les données de Meituan ont également montré que les ventes de brandy ont augmenté de plus de 230 % en glissement annuel au cours de la semaine précédant le Nouvel An. Les ventes de bières artisanales ont augmenté de plus de 100 %, tandis que les ventes de bières aromatisées ont grimpé de plus de 70 %. Meituan a attribué ces augmentations au même facteur sous-jacent : le désir croissant des jeunes consommateurs de se faire plaisir et de consommer de manière ritualisée.

L'évolution des habitudes de consommation des jeunes Chinois modifie à la fois les stratégies de vente au détail et les modèles d'importation sur le marché chinois des boissons. L'accent mis sur le plaisir personnel et les rituels festifs devrait continuer à influencer ce qui est versé dans les verres des villes chinoises pendant les vacances d'hiver et au-delà.