vinetur

I produttori cinesi di baijiu puntano sui giovani con miscele a gradazione più bassa

Nel primo semestre la produzione dei grandi produttori è calata del 4,7%, spingendo le distillerie a puntare su bottiglie più piccole, drink miscelati, negozi di quartiere e turismo

lunedì 16 novembre 2026



I produttori cinesi di baijiu cercano di raggiungere i consumatori più giovani con miscele a gradazione alcolica più bassa, prodotti in formati più piccoli ed esperienze turistiche, mentre il mercato tradizionale del distillato è sotto pressione.

La svolta è emersa a Renhuai, città della provincia di Guizhou che ospita Kweichow Moutai e numerose altre distillerie. In occasione del quarto Zunyi Sauce-Aroma Baijiu Festival, il 16 ottobre, produttori e rappresentanti del settore hanno affermato che il comparto deve andare oltre la vendita di un maggior numero di bottiglie e concentrarsi invece sul modo in cui i consumatori integrano il baijiu nella vita quotidiana.

Qin Shuyao, responsabile della China National Association for Liquor and Spirits Circulation, ha dichiarato il 16 ottobre che il settore sta attraversando una fase di profondo riassetto. Nel primo semestre del 2026, la produzione dei grandi produttori di baijiu è diminuita del 4,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, ha detto Qin, mentre le società quotate del comparto hanno dovuto fare i conti con una pressione crescente su ricavi e utili.

Secondo Qin, il settore non può più fare affidamento soprattutto sui banchetti di lavoro e sulle occasioni sociali formali, contesti che da tempo sostengono le vendite di baijiu in Cina. I produttori devono adattarsi a incontri più informali e a consumatori che bevono per piacere personale, anziché per obbligo sociale.

Da generazioni, il baijiu, spesso tradotto come distillato bianco, è presente in Cina nelle cene di lavoro, nei pasti delle festività e nelle celebrazioni familiari. I brindisi con questo distillato hanno spesso un significato sociale, legato anche al rispetto e alla solidarietà. I produttori affermano però che questo modello non rispecchia pienamente le abitudini dei consumatori più giovani, più attenti al prezzo, alla qualità e alla compatibilità dei prodotti con il proprio stile di vita.

Questo cambiamento sta influenzando lo sviluppo dei prodotti. A Renhuai e nell'area più ampia di Zunyi, alcuni marchi più piccoli miscelano il baijiu all'aroma di salsa con succhi di frutta per attenuarne il gusto intenso e renderlo più accessibile a chi lo prova per la prima volta. Jiang Liangliang, marchio locale di bevande, è tra quelli che utilizzano aromi fruttati per offrire un'esperienza di consumo più leggera. Chen Jun, che gestisce il marchio, ha detto che i prodotti sono rivolti a chi cerca un modo più rilassato

di bere, con particolare attenzione alle donne.

Anche i produttori affermati stanno adottando strategie simili. Guizhou Jinjiao Liquor Industry ha aperto più di 10 negozi di quartiere e sviluppato drink miscelati a base di baijiu all'aroma di salsa, secondo quanto riportato. I clienti possono combinare il distillato con succhi di frutta e altri ingredienti per creare drink secondo i propri gusti.

I rappresentanti del settore hanno segnalato anche altri cambiamenti nella domanda, tra cui il crescente interesse per le bevande a bassa gradazione alcolica, le bottiglie più piccole e le consegne al dettaglio più rapide. Nel loro insieme, questi cambiamenti indicano che i produttori di baijiu stanno modificando non solo ricette e confezioni, ma anche le occasioni di consumo. Per il settore delle bevande nel suo complesso, ciò potrebbe segnalare una tendenza più ampia nel comparto dei distillati verso consumi informali, praticità e vendite basate sull'esperienza, anziché sulla sola dipendenza dalle occasioni formali.

I produttori cercano nuove fonti di ricavo anche al di fuori del prodotto in sé. A Renhuai, distillerie e responsabili del turismo stanno lavorando per trasformare i siti produttivi del baijiu in destinazioni per i visitatori più diversificate. Le visite agli stabilimenti e le dimostrazioni di produzione restano parte dell'offerta, ma gli organizzatori hanno aggiunto musica, giochi e aree di degustazione interattive per ampliare l'esperienza oltre il semplice acquisto di distillati.

Al festival del 16 ottobre, gli organizzatori hanno presentato itinerari che collegano diversi distretti turistici del baijiu. I visitatori potevano partecipare a giochi interattivi, ascoltare musica e provare a miscelare drink in aree dedicate. L'obiettivo è presentare il baijiu come parte di una più ampia esperienza di svago e viaggio, anziché come unico motivo della visita.

Ding Wenjie, rappresentante di un'associazione turistica di Guilin, nella regione autonoma zhuang del Guangxi, ha detto di essere in visita a Zunyi per la terza volta. Nei viaggi precedenti, ha raccontato, l'attenzione era stata rivolta soprattutto alle visite alle distillerie e all'acquisto di distillati. Questa volta, ha aggiunto, l'offerta di attività culturali e turistiche era molto più ampia e il baijiu era diventato una componente dell'esperienza di viaggio.

Per la regione, la posta in gioco economica è considerevole. Da gennaio a luglio, Zunyi ha registrato 8,28 milioni di visite legate al turismo del baijiu, con una spesa di 16,05 miliardi di yuan, pari a circa 2,40 miliardi di dollari, secondo l'ufficio comunale per la cultura e il turismo. La spesa comprende non solo l'acquisto di distillati, ma anche ristorazione, alloggio e attività culturali.

Per le distillerie, questa è un'ulteriore opportunità per compensare la crescita più debole delle vendite tradizionali. Le esperienze per i visitatori possono generare ricavi diretti e al tempo stesso avvicinare i consumatori ai marchi in un contesto diverso. Ciò potrebbe essere particolarmente importante mentre i produttori cercano di instaurare relazioni con i giovani adulti, potenzialmente meno interessati ai distillati forti serviti durante i pasti formali e più aperti a drink miscelati, viaggi e attività sociali legate ai marchi.

La posizione di Renhuai rappresenta un vantaggio per questa strategia. La città è uno dei principali centri cinesi per il baijiu all'aroma di salsa, uno stile associato all'area del fiume Chishui e a lunghe tradizioni di fermentazione e produzione. I produttori locali cercano ora di valorizzare questo patrimonio non solo come garanzia di autenticità, ma anche come base per il turismo e nuove modalità di consumo.

Questi cambiamenti non significano che i produttori stiano abbandonando il baijiu tradizionale. Cercano invece di renderlo più accessibile modificandone il formato, il profilo aromatico e il contesto di consumo. In pratica, un distillato da tempo legato a rituali formali viene riproposto nei negozi di quartiere, nei banconi dei drink miscelati e negli itinerari turistici.

Non è chiaro se queste iniziative riusciranno a invertire il rallentamento del settore. La direzione, tuttavia, è sempre più evidente: di fronte al calo della produzione e alla pressione sugli utili, i produttori di baijiu stanno ampliando il proprio modello di business, affiancando alla vendita di distillati l'ospitalità, la comodità del commercio al dettaglio e occasioni di consumo meno intense.