vinetur

I marchi cinesi di alcolici raggiungono un valore globale record: Moutai guida il mercato degli alcolici

Il branding strategico e l'espansione internazionale spingono la Cina a dominare le classifiche globali degli alcolici e della birra, ridisegnando le percezioni del settore

venerdì 1 agosto 2025



I marchi cinesi di alcolici hanno raggiunto un valore complessivo di 123,4 miliardi di dollari nel 2025, secondo l'ultimo rapporto di Brand Finance, una società di consulenza globale per la valutazione dei marchi. Il rapporto evidenzia la continua ascesa dei marchi cinesi di alcolici e birra sulla scena internazionale, grazie ad anni di costruzione strategica del marchio e a campagne di marketing più sofisticate all'estero.

Kweichow Moutai, produttore leader di baijiu, ha mantenuto la sua posizione di marchio di alcolici di maggior valore al mondo per il decimo anno consecutivo. Il marchio è ora valutato 58,4 miliardi di dollari. Wuliangye, un'altra grande azienda produttrice di baijiu, si è assicurata il secondo posto con un aumento del 7% del valore a 27,8 miliardi di dollari quest'anno. Luzhou Laojiao, anch'essa nota per il suo baijiu, ha mantenuto il terzo posto a livello globale nonostante un calo del 23% del valore a 6,3 miliardi di dollari.

La Cina occupa ora sei dei primi dieci posti tra i marchi di alcolici di maggior valore al mondo. Questa posizione dominante riflette non solo la forte domanda interna, ma anche i crescenti sforzi per raggiungere i consumatori al di fuori della Cina. Tradizionalmente, i marchi di baijiu si sono concentrati sul mercato locale, dove l'acquavite è centrale nei banchetti e nelle tradizioni culinarie. Tuttavia, aziende leader come Moutai stanno espandendo la loro presenza a livello internazionale.

Moutai ha adottato un approccio "One Country, One Strategy" per la sua espansione all'estero, puntando su 66 Paesi per costruire il riconoscimento del marchio e connettersi con nuovi consumatori. Questa strategia fa parte di una tendenza più ampia dei produttori di alcolici cinesi a ridefinire la percezione della qualità e dell'autenticità nei mercati globali.

Scott Chen, amministratore delegato di Brand Finance China, ha affermato che i marchi di alcolici cinesi non solo stanno aumentando di valore, ma stanno anche affermando la loro posizione dominante in un mercato globale altamente competitivo. Ha osservato che il 2025 segna un punto di svolta dopo anni di investimenti nella costruzione del marchio e nella rilevanza culturale.

Il rapporto evidenzia anche la performance dei marchi di birra cinesi. Snow è al sesto posto a livello globale con un valore di 4,7 miliardi di dollari, mentre Tsingtao occupa il nono posto con 3,6 miliardi di dollari. Nella categoria dei vini, Changyu si distingue come uno dei primi dieci marchi di vino a livello mondiale, con un aumento del valore del 16% quest'anno per raggiungere 820 milioni di dollari.

I risultati di Brand Finance indicano che, man mano che un maggior numero di marchi cinesi di alcolici raggiunge il pubblico internazionale, essi stanno ridisegnando la percezione globale di ciò che costituisce la qualità e l'autenticità delle bevande alcoliche. Il rapporto attribuisce questi progressi agli investimenti sostenuti nelle strategie di branding e marketing, studiate su misura sia per i mercati nazionali che per quelli esteri.

La crescita dei marchi cinesi di alcolici avviene in un momento in cui la concorrenza globale si sta intensificando in tutte le categorie di bevande alcoliche. Il successo di questi marchi dimostra come strategie mirate e rilevanza culturale possano aiutare le aziende a espandersi al di là dei loro mercati tradizionali e a farsi riconoscere sulla scena mondiale.