vinetur

Il vin brulé scatena un boom di bevute invernali tra i giovani cinesi

Il vin brulé diventa un'ossessione per le vacanze dei giovani consumatori cinesi

mercoledì 14 gennaio 2026



In Cina, i giovani consumatori mostrano una crescente preferenza per il vino bianco e il vin brulé, anche durante i mesi invernali. Questa tendenza è emersa con particolare evidenza nella settimana tra Natale e Capodanno, quando le vendite di questi vini sono

aumentate su Meituan, la più grande piattaforma di vendita istantanea del Paese. L'aumento della domanda riflette un più ampio spostamento degli acquirenti più giovani verso gli acquisti auto-ricompensativi e il consumo guidato dai rituali.

Secondo i dati di Meituan Flash Buy, la settimana che precede il Capodanno ha visto un aumento significativo delle vendite di alcolici tra i consumatori più giovani. Le vendite di vino bianco sono più che raddoppiate rispetto all'anno precedente, mentre le ricerche di kit di vin brulé sono aumentate del 212% rispetto alla settimana precedente. Queste cifre hanno iniziato a circolare sui social media cinesi il 30 dicembre, con i dati relativi alla vigilia e al giorno di Natale, momenti chiave per le spese natalizie. Meituan ha attribuito l'impennata ai giovani in cerca di divertimento personale e di occasioni.

Il vino bianco, noto per il suo corpo più leggero e gli aromi floreali o fruttati, ha guadagnato popolarità tra i giovani consumatori cinesi negli ultimi due anni, soprattutto tra le donne. Le vendite si concentrano sulle piattaforme di e-commerce e nelle piccole enoteche. Il Sauvignon Blanc neozelandese e il Riesling tedesco sono i preferiti. Tradizionalmente considerato una bevanda estiva, il vino bianco ha continuato a registrare buone performance fino al dicembre 2025. Questa tendenza è supportata non solo dai dati di Meituan, ma anche dalle statistiche sulle importazioni. Nei mesi di ottobre e novembre 2025, la Cina ha importato quasi 800.000 litri di vino neozelandese, con un aumento del 44,66% rispetto all'anno precedente, mentre il valore di queste importazioni è salito del 16% a 6,47 milioni di dollari, secondo i dati doganali ufficiali riportati da Vino Joy News. Questi numeri suggeriscono che gli importatori cinesi hanno aumentato i loro ordini durante quella che storicamente è una stagione fiacca per il vino bianco.

Il vin brulé, strettamente associato alle tradizioni invernali e natalizie, è diventato anche uno dei preferiti dai consumatori più giovani in Cina. Il suo fascino risiede nella novità, nel fai-da-te e nella forte narrazione visiva, caratteristiche amplificate da influencer di lifestyle su piattaforme come Xiaohongshu (Red Note). Questa popolarità si è tradotta in vendite immediate al dettaglio. Durante i mesi invernali, molti rivenditori on-demand hanno aggiunto prodotti a base di vin brulé alle loro offerte. Secondo un rapporto sulle tendenze di consumo per il 2023 di Ele.me, la piattaforma di consegna di Alibaba, il vin brulé ha registrato una rapida crescita in Cina dal 2021, con

un aumento della domanda ogni novembre e un picco a dicembre. In tre anni, il numero di commercianti attivi che vendono vin brulé è passato da poco più di 200 a più di 15.000.

Wang Yutian, direttore marketing di Torria China - l'azienda dietro il marchio di vini online Knock Knock - ha affermato che la vendita istantanea si rivolge direttamente a scenari di consumo "auto-ricompensati" in cui il vino bianco e il vin brulé si adattano naturalmente. Il forte legame tra il vin brulé e le occasioni di festa, unito agli sconti offerti da marchi e rivenditori durante le festività, ha ulteriormente incrementato la domanda.

Nonostante negli ultimi anni le autorità cinesi abbiano scoraggiato le celebrazioni natalizie su larga scala - e alcune città abbiano limitato gli incontri pubblici - le festività rimangono un momento importante per i giovani e le coppie per spendere in cibo e bevande. Essendo una festività occidentale associata a esperienze di vita e cucina, il Natale continua a creare opportunità per il cibo e il vino occidentali in Cina. Wang ha notato che la domanda di cene visivamente accattivanti e basate sull'esperienza, spesso descritte online come "bei pasti", è rimasta forte durante questo periodo. "Il vino ne trae naturalmente beneficio", ha affermato.

Oltre al vino bianco e al vin brulé, i dati di Meituan hanno mostrato che le vendite di brandy sono aumentate di oltre il 230% rispetto all'anno precedente nella settimana di Capodanno. Le vendite di birra artigianale sono aumentate di oltre il 100%, mentre quelle di birra aromatizzata sono salite di oltre il 70%. Meituan ha attribuito questi aumenti allo stesso fattore di fondo: il crescente desiderio di auto-indulgenza e di consumo rituale dei giovani consumatori.

Il cambiamento delle abitudini di consumo dei giovani consumatori cinesi sta ridisegnando sia le strategie di vendita al dettaglio sia i modelli di importazione nel mercato cinese delle bevande. L'attenzione al piacere personale e ai rituali di festa continuerà probabilmente a influenzare ciò che viene versato nei bicchieri delle città cinesi durante le festività invernali e oltre.