

## Décembre 2020



La Chine est le plus grand marché pour les boissons alcoolisées au monde. On estime la consommation chinoise d'alcool à plus de 64 milliards de litres par an. Les chinois consomment surtout de la bière et des spiritueux mais le marché du vin est également en croissance.

Ce marché devrait augmenter de 10,06% pour l'année 2021

image : alamy stock photos



## LA CHINE, VÉRITABLE ELDORADO DES BRASSEURS

	BIÈRE	VIN	SPRITUEUX
2019	-0,13%	1.81%	-0.48%
2020	-15.84%	-15.68%	-5.68%
2021 (prévisions)	12.62%	12.51%	6.07%

Le marché chinois de la bière correspond environ à 12% du volume de bière vendu dans le monde. À titre de comparaison, les consommateurs chinois consomment 5 fois plus de bières que les consommateurs allemands, le plus grand marché européen.

La tendance sur le marché chinois est à la **bière artisanale**. En effet, les jeunes consommateurs, de plus en plus nombreux, privilégient la **qualité à la quantité**. Leurs dévotions se jettent dorénavant sur des **bières haut de gamme** plutôt que des produits industriels. Ils sont de plus en plus à la recherche de bières aux **arômes atypiques et distinctifs** témoignant d'un raffinement, gage de prestige et de qualité.



Les **réseaux sociaux** sont l'arme marketing principale des marques sur le marché pour accroître leurs ventes et toucher d'avantage leurs cibles. Dans cette logique numérique, **l'e-commerce** a aussi une grande importance dans la distribution. Les systèmes de livraisons développés dans les grandes villes favorisent l'achat sur ces sites de vente en lignes par les citoyens. C'est une aubaine pour les exportateurs pouvant utiliser ce phénomène afin de mettre plus facilement leurs bières à disposition des consommateurs chinois.

## SPRITUEUX : L'ENGOUEMENT POUR LES ALCOOLS IMPORTÉS



Le marché des liqueurs est en également en rapide évolution dans le pays (+6,07% de croissance prévue pour 2021). Aujourd'hui, **la consommation chinoise des spiritueux représente environ 40% de la consommation mondiale**. Les études démontrent que **la clientèle chinoise favorise les produits de qualité**. Sur le marché sont présents les alcools chinois traditionnels (le baijiu) et de plus en plus de marques occidentales visant à atteindre une clientèle plus jeune et aisée. En effet, les jeunes chinois **se montrent très sensibles au design et packaging des produits**. Comme pour le vin, les canaux de distribution ont totalement évolué avec l'e-commerce.



VVR  
INTERNATIONAL

Partenaire de

Globalians  
The International Business Experts

contact@vvrinternational.com



## LE VIN EN CHINE : UN MARCHÉ PLEIN DE PROMESSES



La Chine est **un des marchés potentiels les plus importants** avec à sa population (1,43 milliards en 2020). Le marché du vin n'échappe pas à la règle et se place aujourd'hui au **5e rang mondial des pays consommateurs de vin** avec une croissance de plus de 12,51% attendu sur l'année 2021.

Autrefois, réservé à une classe sociale distincte pour ses prix élevés, **le vin a su se démocratiser au sein de la classe moyenne chinoise au pouvoir d'achat grandissant**. De ce fait, sur l'année 2018, 1,78 milliards de litres de vin ont été consommés et les distributeurs spécialisés sont devenus de plus en plus plébiscités dans les grandes villes chinoises.

Une nouvelle clientèle s'est créée notamment auprès des **femmes et des millenials** dynamisant le marché. Le vin séduit de plus en plus cette clientèle par **son aspect plus mature** comparé à d'autres alcools. La tendance étant à la **consommation de boisson à faible degré d'alcool**, le vin est donc le candidat parfait du fait de sa faible teneur en alcool et de ses aspects fruités très appréciés par les chinoises.

De plus, l'expansion de **l'e-commerce en Chine a boosté les ventes de vin** en ligne en démocratisant de plus en plus ce produit par la promotion des marques sur les réseaux sociaux (WeChat, TikTok, Kuaishou) et en permettant aux marques de toucher une cible plus large sur le plan géographique. Une **tendance qui s'est accentuée pendant l'épidémie du coronavirus**.

On remarque une nouvelle tendance dans la façon de consommer en Chine grâce au format très apprécié des « mini vins ». En effet, plus de **50% des consommateurs chinois favorisent des bouteilles d'une quantité inférieure à 375ml**. Cette tendance est **renforcée chez les jeunes consommateurs** avec 6 personnes sur 10 qui le préfèrent.



## QUELLES SONT LES TENDANCES DE L'IMPORTATION DU VIN EN CHINE ?

Bien que la Chine soit le leader mondial de la production de raisin, seulement 16% de celle-ci est utilisée pour du vin. La part de vin importé représente 610 millions de litres en 2019 plaçant la Chine comme le **5ème plus gros importateur au monde**. En termes de valeur cela représente 20 milliards d'€ d'importation en 2018 pour la Chine.

**Les 5 pays principaux exportateurs de vins en Chine** sont l'Australie, la France, le Chili, l'Italie et l'Espagne.



**Les vins français** (179 millions de litres, premier fournisseur sur l'année 2018 en valeur et volume) et italiens se placent dans le **haut de gamme**. Les vins espagnols, australiens et chiliens sont eux basés sur des **tarifs plus abordables, en concurrence des vins locaux**. On peut noter que récemment, les importations venues d'Australie et du Chili ont dépassé celle d'Europe. Mais le vin français garde une place de choix sur le marché car **54% des consommateurs chinois choisiront de boire du vin français** parmi tous les pays fournisseurs.



Pendant, depuis peu, on remarque que la **consommation des vins locaux est en hausse** et plus de 60% des consommateurs chinois pensent aujourd'hui que la qualité des vins nationaux est égale à la qualité des vins importés.

**Vous êtes une entreprise produisant ou commercialisant des boissons alcoolisées et le marché chinois en plein développement vous intéresse ? L'équipe de VVR International se tient à votre disposition pour échanger sur votre projet, et partager avec vous son expertise et son expérience après plus de 450 projets de développement commercial notamment dans le secteur des boissons alcoolisées, en Chine.**

**Contactez-nous !**

Sources : Ad'Occ, Taste Collective, Daxue Consulting, Shine, BusinessFrance, MarketingChina



Partenaire de



[contact@vvrinternational.com](mailto:contact@vvrinternational.com)