

# Ad alcuni piace l'acqua calda

Perché l'acqua bollente è la bevanda preferita dai cinesi?



In una calda giornata estiva con il sole cocente una bevanda ghiacciata suona perfetta. Ma per molti cinesi l'acqua calda è sempre preferita, indipendentemente dalle condizioni metereologiche.

I motivi per cui i cinesi prediligono bere l'acqua calda sono molteplici. Storicamente, bere acqua calda era uno dei modi per cercare di stare al caldo durante il periodo invernale. Ma nelle stagioni più calde, la risposta più semplice è che aiutava a eliminare i batteri.

L'ebollizione dell'acqua potabile fu fortemente promossa negli anni '30, quando il governo del Kuomintang lanciò il Movimento New Life, emanando linee guida su diversi aspetti della vita quotidiana. Inoltre, l'acqua bollita fu raccomandata come metodo per evitare malattie come la dissenteria. Quando il

Partito Comunista prese il potere negli anni '50 la pratica fu nuovamente incoraggiata. Infatti, Mao Zedong e altri leader anziani sono stati spesso fotografati tenendo in mano tazze di acqua calda, creando una forte domanda di tazze in smalto.

Ciò che oggi tiene in vita questa pratica è la scarsa qualità dell'acqua cinese, che porta molte persone a pensare che bere direttamente dal rubinetto non sia una buona idea.

Anche nelle grandi città come Shanghai, l'acqua del rubinetto può essere ad alto contenuto di cloro perché le fonti d'acqua della città sono inquinate dalle acque di scarico e da altri contaminanti. Far bollire l'acqua in questo caso aiuta a rimuovere la sostanza chimica e il suo sapore pungente.

**Un altro motivo per la preferenza deriva dagli insegnamenti della Medicina Tradizionale Cinese (MTC),** che suggeriscono che bere acqua calda aiuta a bilanciare lo yin e lo yang del corpo umano, oltre a promuovere una migliore circolazione e disintossicazione del sangue.

Le bevande fredde tendono ad essere viste più sospettosamente dai devoti della MTC e sono, inoltre, considerate come ricettacoli per le malattie.

Non ci sono prove concrete a sostegno delle affermazioni della MTC in merito ai benefici per la salute nel bere acqua bollita rispetto all'acqua fredda pulita. Ma tali convinzioni hanno permesso di creare opportunità commerciali per tutti quei marchi che hanno come target consumatori locali attenti alla salute.

Secondo una ricerca di Netease, **Jinmailang**, società produttrice di alimenti e bevande, lo scorso anno ha guadagnato 2 miliardi di Rmb (\$290 milioni) con il suo marchio

di bottiglie d'acqua: **Liangbaikai**. Cosa lo distingue? L'acqua viene bollita prima di essere imbottigliata.

Ma non è l'unico! A seguire questa tendenza l'anno scorso è stata l'azienda alimentare taiwanese **Want Want** che ha lanciato il suo marchio di acqua bollita in bottiglia, seguito poi da **Master Kong**, il più grande produttore cinese di noodle istantanei.

Secondo i dati di Euromonitor, società di ricerca con sede a Londra, il mercato cinese dell'acqua in bottiglia dovrebbe raggiungere i 244 miliardi di Rmb in vendite entro il 2023, rispetto ai 183 miliardi di Rmb nel 2018.

L'espansione è in parte alimentata dalla crescente domanda di offerte premium come **Perrier** e **San Pellegrino**, le cui vendite dal 2014 aumentano del 30% ogni anno, riporta Jiemian. La crescente domanda ha convinto un altro marchio italiano, **Acqua Panna**, ad unirsi alla mischia a maggio.

---

## **L'import-export per crescere nonostante il Covid-19**



Nonostante la pandemia dettata dal COVID-19, la terza edizione di China International Import Expo si svolgerà regolarmente dal 5 al 10 novembre, su scala più ampia e con nuove sezioni (salute pubblica, nuova energia e tutela ambientale, trasporti intelligenti e sport).

Al fine di garantire la sicurezza dell'evento, le autorità sanitarie hanno predisposto piani di emergenza. Inoltre, Qin Jing, vicedirettore della Municipal Health Commission di Shanghai, ha affermato che istituirà cinque postazioni mediche in diverse sale presso la sede espositiva del **National Exhibition and Convention Center (Shanghai)**. Quattro medici e tre volontari saranno collocati in ogni postazione medica, e saranno istituite zone di quarantena e passaggi separati per le persone con alte temperature.

Qin ha affermato che 29 ospedali della città, tra cui Huashan Hospital, Zhongshan Hospital e Shanghai Public Health Center, sono stati designati per ammettere casi sospetti COVID-19 provenienti dalla fiera.

Il piano prevede anche la sanificazione regolare del sistema

di ventilazione del centro e il monitoraggio del suo interno e dell'ambiente circostante.



**China International Import Expo (CIIE)** è una manifestazione fortemente voluta dalle autorità cinesi in linea con la politica economica nazionale sempre più rivolta alla crescita dei consumi interni e all'importazione di prodotti di alta qualità. CIIE si presenta come la prima fiera in Cina dedicata all'importazione di prodotti e servizi promossi da espositori stranieri.

La manifestazione, pertanto, rappresenta una vetrina di prestigio per presentarsi al mondo cinese e interagire con partner commerciali locali e con rilevanti organizzazioni governative locali.

Ed è per questo che Confindustria in collaborazione con ICE Agenzia, Fondazione Italia-Cina e l'Associazione AICE, sotto il coordinamento del MAECI, ha deciso anche quest'anno di predisporre l'organizzazione di una delegazione di imprese

italiane alla manifestazione.

In particolare, il Ministero degli Affari Esteri ha incaricato ICE-Agenzia di svolgere una serie di attività a supporto della presenza italiana, che comprenderanno l'allestimento di un Padiglione nazionale d'immagine nella sezione istituzionale dell'evento, la realizzazione di una campagna di comunicazione ed eventi collaterali e un forte intervento a supporto della partecipazione di imprese italiane nella sezione commerciale della CIIE. Nello specifico saranno previsti:

1. Realizzazione e diffusione del catalogo della presenza italiana a CIIE 2020.

Tutte le aziende italiane che esporranno in questa fiera avranno uno spazio di visibilità all'interno della pubblicazione, che sarà prodotta in formato cartaceo ed elettronico e sarà distribuita sia durante la CIIE che dopo la sua conclusione.

2. Promozione della presenza italiana nella campagna di comunicazione.

Gli espositori italiani saranno presentati nelle azioni di comunicazione su media e social network locali e tramite il sito dedicato alla presenza italiana; sarà possibile inoltre proporre contenuti specifici e realizzare interviste o altre forme di comunicazione diretta nei confronti di specifici segmenti del pubblico locale.

3. Ulteriori misure di supporto alle PMI espositrici.

In aggiunta a quanto sin qui elencato, le PMI espositrici italiane potranno beneficiare di ulteriori misure di supporto indipendentemente dal settore di attività; i dettagli di tali misure sono attualmente in fase di approvazione e saranno comunicati non appena disponibili.

ICE-Agenzia curerà l'organizzazione di un'area allestita di circa **200 mq** ripartita tra:

- Spazio Istituzionale/Meeting Point che potrà ospitare Organismi ed Associazioni di riferimento dei settori delle Life-Sciences.
- Area Espositiva dedicata alle aziende italiane per presentare prodotti e tecnologie ai visitatori. Sarà suddivisa in un numero limitato di moduli individuali, nei limiti dello spazio disponibile.

Alle imprese interessate viene proposta la possibilità di partecipare con stand individuali oppure all'interno di aree espositive collettive (settore gioielleria e tecnologie della salute).



Inoltre, quest'anno sono state introdotte due norme che permetteranno agli espositori di vendere i prodotti esposti durante la fiera anche dopo la conclusione dell'evento fieristico.

Ye Jian, vicedirettore della dogana di Shanghai, ha affermato che è stato introdotto un nuovo tipo di garanzia doganale per i prodotti esposti durante la fiera, inoltre tali prodotti saranno autorizzati ad essere venduti sulle piattaforme di e-commerce cross-border dopo la fiera.

Per far sì che gli espositori stranieri liberino le frontiere,

le aziende saranno tenute a garantire la loro conformità con le leggi fiscali.

Le dogane consentiranno agli espositori di trasferire i loro prodotti in zone di sorveglianza doganale o centri logistici vincolati per poi venderle su piattaforme di e-commerce.

---

## **Cinque città per costruire centri di distribuzione per le linee ferroviarie Cina-Europa**



Secondo quanto affermato dalla National Development and Reform Commission, il miglior pianificatore economico del paese, la Cina prevede di investire 200 milioni di yuan (28,53 milioni di dollari) per costruire centri di distribuzione ferroviaria

**Cina-Europa in cinque città del paese al fine di utilizzare al meglio le fonti ferroviarie e ridurre i costi.**

Le cinque città, vale a dire **Chengdu**, **Zhengzhou**, **Chongqing**, **Xi'an** e **Urumqi**, rappresentano città importanti per il servizio ferroviario di merci Cina-Europa oltre ad essere città chiave per il settore della logistica.

Secondo un rapporto del 21st Century Business Herald, Wang Guowen, direttore del centro per la logistica e la gestione della catena di approvvigionamento presso il think tank di Shenzhen China Development Institute, ha affermato che la costruzione di centri ferroviari Cina-Europa romperà l'attuale stato separato delle città e servirà meglio il trasporto merci.

Mentre sempre più città iniziano a gestire i treni merci tra la Cina e l'Europa, è emersa un'intensa concorrenza nei prezzi dei trasporti e nelle fonti ferroviarie, ha affermato Wu Jingyu, direttore del centro internazionale di coordinamento dei treni merci Asia-Europa, alla China Communications and Transportation Association.

La costruzione di hub di trasporto consentirà alle città di condividere risorse, tagliare i costi e migliorare l'efficienza.

Secondo Wang, la maggior parte dei treni merci Cina-Europa passa per **Urumqi** senza fermarsi nel tratto attuale, e la creazione del nuovo centro consentirà a merci nazionali e straniere di viaggiare sui treni contemporaneamente per ridurre i costi.

Wang ha anche suggerito di utilizzare parte del fondo da 200 milioni di yuan per costruire piattaforme per la condivisione delle informazioni e coordinare i treni che circolano tra le cinque città.