vinetur

China compra menos vino, pero paga más por cada litro

El primer trimestre deja una caída del 10,56% en volumen y un alza del 11,83% en el precio medio.

viernes 22 de mayo de 2026



Las importaciones de vino en China muestran señales de recuperación tras un periodo de ajuste, aunque el volumen total del primer trimestre siguió a la baja. Según la Administración General de Aduanas del país, en marzo entraron 16,64 millones de litros, un 16,78% más que un año antes, por un valor de 78,35 millones de dólares, un 3,68% más.

El avance mensual no cambia la tendencia del conjunto del trimestre. Entre enero y marzo, las importaciones de vino sumaron 49,41 millones de litros, un 10,56% menos interanual. En cambio, el valor total subió hasta 333 millones de dólares y el precio medio de importación aumentó un 11,83%, hasta 6,75 dólares por litro.

Ese movimiento apunta a una demanda más orientada a vinos de mayor precio y a operaciones con más margen. También refleja un mercado que deja atrás el crecimiento basado en volumen y se mueve hacia una estructura más ajustada, según Wine Business Observation, un portal especializado del sector.

Australia encabezó las importaciones de vino embotellado con 20,13 millones de dólares. El dato refleja una demanda estable de marcas de gama media como Penfolds después de que se cerraran pedidos de aprovisionamiento realizados a comienzos de 2026. Treasury Wine Estates informó además de una mejora del ritmo comercial en varios mercados clave durante el tercer trimestre de su ejercicio fiscal 2026.

En China, la marca Penfolds registró un aumento del 40% interanual en ingresos en punto de venta durante el periodo del Año Nuevo lunar. El dato sugiere una recuperación del consumo en segmentos medios y altos, impulsada por compras para regalo y por consumo diario.

El vino francés también avanzó en marzo. Las importaciones alcanzaron 1,6 millones de litros, un 4,63% más interanual, con un valor de 19,89 millones de dólares, un 10,12% más. El repunte respondió a reposiciones más medidas en hostelería y alimentación, además de compras ligadas al regalo y al consumo premium cotidiano.

Fuera del periodo habitual de mayor demanda, crecieron también las compras de vino blanco procedente de Nueva Zelanda y Alemania. Nueva Zelanda llegó a 550.000 litros, un 64,36% más, mientras Alemania subió hasta 390.000 litros, un 18,84% más. El patrón apunta a que el vino blanco gana espacio en el consumo diario y en reuniones familiares o informales.

El espumoso mostró una evolución desigual. En marzo se importaron 390.000 litros, un 14,84% menos interanual, pero el valor subió un 7,85%, hasta 4,57 millones de dólares. Italia lideró por volumen con 220.000 litros, un 45,06% más que un año antes. Francia

encabezó el valor con 3,13 millones de dólares.

Los analistas citados por China Daily señalan que el consumo se aleja poco a poco del regalo ligado a las fiestas y gana peso en ocasiones sociales y personales. Esa pauta también se vio en los datos del año pasado sobre Moscato d’Asti italiano. Según el Consorcio Asti DOCG, en 2025 las ventas de este espumoso dulce crecieron un 55% interanual en China.

Su presidente, Stefano Ricagno, afirmó que la demanda asiática tuvo una evolución positiva y que China aportó una parte importante de ese avance. Asia pasó así a ser la tercera región exportadora para Moscato d’Asti, con el 18% del volumen total internacional.

Los datos del primer trimestre apuntan a una recuperación gradual del mercado chino del vino. Para los exportadores europeos y australianos, la evolución sugiere que la presión ya no se mide solo por cantidad vendida, sino por la capacidad para colocar referencias mejor posicionadas y ajustar inventarios con más precisión.