vinetur

India emerge como el gran motor del alcohol en Asia frente al ajuste de China

Singapur, Hong Kong y Taiwán refuerzan su atractivo para marcas internacionales de mayor margen

jueves 2 de julio de 2026



Asia mantiene en 2026 su peso como gran mercado de bebidas alcohólicas por volumen, con la cerveza al frente y los espirituosos entre las categorías con más valor. Pero el mapa de consumo ya no se explica solo por el tamaño. La evolución del negocio

pasa por varios ritmos a la vez: China entra en una fase de ajuste, India gana terreno como motor de crecimiento, Japón y Corea del Sur refuerzan perfiles de mercado maduro y Vietnam se consolida como uno de los focos más activos del Sudeste Asiático.

Esa es la lectura de los últimos informes sectoriales a partir de datos de la Organización Mundial de la Salud, Euromonitor, IWSR y estadísticas oficiales nacionales. Así, entre 2026 y 2028 las mejores opciones comerciales en la región pasan por India, Vietnam, Japón, Corea del Sur, Singapur, Hong Kong y Taiwán, aunque con estrategias distintas según el país y el tipo de producto.

La cerveza sigue siendo la bebida con mayor presencia en volumen en Asia. Los espirituosos mantienen una posición central en valor. Al mismo tiempo, los RTD, las bebidas listas para tomar, y las referencias low/no alcohol captan parte de la nueva demanda urbana y joven. Según Euromonitor, los RTD figuran entre las categorías con mejor evolución en Asia-Pacífico. IWSR añade que la generación Z sigue consumiendo alcohol, pero lo hace con menos categorías por ocasión y con preferencia por formatos cómodos, sabores más directos, menor graduación y una relación calidad-precio más clara.

China continúa siendo una pieza básica por tamaño, pero el informe apunta a un cambio de ciclo. El mercado entra en una etapa de reajuste estructural, con caída del volumen total y presión sobre el baijiu. En paralelo, algunas categorías resisten mejor, como el whisky importado, los RTD y la cerveza premium. La recomendación para este mercado es selectiva: menos búsqueda de grandes volúmenes y más atención a nichos con capacidad de compra y consumo diferenciado.

Los datos comparables citados sitúan el consumo per cápita chino en 5,7 litros de alcohol puro en 2019 y en una previsión de 5,0 litros para 2025. No hay una cifra abierta homogénea para el volumen total de 2026, pero IWSR ya apuntó una caída del total beverage alcohol en 2025 y presión adicional durante 2026. Esa combinación obliga a ajustar expectativas para importadores y marcas internacionales.

India aparece como el gran motor regional por volumen. El informe le atribuye 7.933 millones de litros en 2026, con dominio de destilados y cerveza y un fuerte peso del canal minorista frente al consumo fuera del hogar. El consumo per cápita comparable pasa de 4,9 litros de alcohol puro en 2019 a una previsión de 5,0 litros para 2025. La prioridad comercial asignada es muy alta.

La lectura sobre India no se limita al tamaño. También influye la estructura del mercado. Funciona mejor una oferta de entrada-premium y premium accesible que una propuesta demasiado aspiracional. El consumidor busca marcas reconocibles y precios asumibles dentro de un mercado amplio y muy fragmentado por estados, impuestos y normas locales.

Vietnam es otro de los países que concentran más atención. Su escala cervecera lo convierte en uno de los casos más potentes del Sudeste Asiático. El informe recoge 4.340 millones de litros de cerveza en 2024 y prevé una recuperación firme hasta 2028 tras los años posteriores a la pandemia. Aun así, esa mejora convive con presión regulatoria y fiscal. El consumo per cápita comparable se sitúa en 9,3 litros de alcohol puro tanto en 2019 como en la previsión para 2025.

Para las empresas del sector, Vietnam combina atractivo comercial y necesidad de prudencia. La demanda existe y el peso social de la cerveza sigue siendo alto, pero los cambios fiscales pueden alterar márgenes y ritmo de ventas. Por eso se recomienda también una oferta premium accesible antes que un posicionamiento demasiado alto.

Japón entra en otra lógica. Es un mercado maduro donde el volumen total tiende al estancamiento o al descenso, pero donde avanzan la premiumización, la conveniencia y los formatos listos para beber. El informe cifra el volumen total en 8.036 millones de litros en 2024 y habla de sesgo bajista para los próximos años. El consumo per cápita comparable pasa de 6,7 litros en 2019 a una previsión de 6,6 litros para 2025.

En este país ganan espacio las carteras afinadas: vino tranquilo, espumoso, vermut, colaboraciones ligadas al sake o a RTD locales y propuestas premium ligeras. La clave no está tanto en vender más litros como en ajustar surtido, formato y ocasión de consumo.

Corea del Sur comparte parte de ese perfil maduro. El informe sitúa su consumo per cápita comparable en 8,2 litros en 2019 y en 8,1 litros para 2025. No ofrece un dato homogéneo abierto para el volumen total del mercado en 2026, aunque sí recoge 2.145 millones de litros de cerveza en 2024. La categoría dominante combina soju u otros productos locales con cerveza.

La evolución coreana apunta a mayor moderación del consumo total junto con más interés por productos premium y formatos prácticos. Para operadores internacionales eso implica trabajar mejor el posicionamiento que el volumen puro. También obliga a entender un mercado donde las referencias locales siguen teniendo mucho peso cultural y comercial.

Singapur, Hong Kong y Taiwán forman otro bloque prioritario para marcas importadas por su capacidad para absorber propuestas premium con margen alto y buena visibilidad comercial. En estos destinos pesa más la construcción de marca apoyada en hostelería, retail selectivo y comercio electrónico que la búsqueda masiva de cuota.

Singapur mantiene un perfil importador claro. Su consumo per cápita comparable se sitúa en 1,9 litros tanto en 2019 como en la previsión para 2025. Por volumen domina la cerveza, pero el valor se concentra más en segmentos premium e importados. El informe lo define como hub regional para productos internacionales.

Hong Kong aparece como uno de los mercados más favorables para vino y espirituosos premium tras recientes ajustes fiscales. El documento cita un consumo per cápita comparable de 2,29 litros en 2022 frente a 2,45 litros en 2020. Aunque no hay cifra homogénea abierta para el volumen total del mercado este año, sí se subraya su buena disposición hacia referencias premium tras el recorte fiscal aplicado al sector.

Taiwán mantiene también interés para importadores. No existe un dato comparable abierto de la OMS como en otros países del listado, pero FAOSTAT situó el consumo total de bebidas alcohólicas en 38,4 litros per cápita en 2023. La cerveza sigue siendo la categoría principal y alcanzó 498 millones de litros ese mismo año. El informe añade que avanzan las referencias importadas y craft.

Tailandia figura un escalón por debajo dentro del grupo prioritario inmediato, aunque conserva atractivo por escala y mejora del canal hostelero ligado al viaje interior e internacional. Su consumo per cápita comparable pasa de 7,8 litros en 2019 a una previsión de 8,0 litros para 2025. La combinación dominante es espirituosos más cerveza. La nota cauta llega por la regulación activa sobre publicidad, venta e impuestos.

Filipinas aparece como mercado masivo dominado por espirituosos, aunque sin dato abierto homogéneo para volumen total este año. El consumo per cápita comparable se mantiene en 6,2 litros entre 2019 y la previsión para 2025. La fiscalidad al alza condiciona parte del recorrido comercial.

Malasia e Indonesia quedan situados como mercados más restringidos dentro del análisis regional. En Indonesia el consumo per cápita comparable es muy bajo, con 0,1 litros tanto en 2019 como en la previsión para 2025. La cerveza domina dentro del mercado formal, pero las limitaciones regulatorias reducen mucho su alcance comercial general. Malasia presenta un patrón parecido a menor escala: consumo formal pequeño y alta carga impositiva.

Pakistán también figura entre los mercados residuales o muy limitados para operadores internacionales generalistas. El informe le atribuye un consumo per cápita comparable de 0,1 litros tanto en 2019 como para 2025 y lo clasifica como entorno restringido.

Una parte relevante del análisis tiene que ver con la falta de una serie anual completa y homogénea abierta sobre volumen total para los 23 países revisados durante este año. Por esa razón, el documento combina fuentes comparables sobre consumo per cápita y mezcla por tipo de bebida con previsiones abiertas reproducidas por consultoras privadas e información oficial nacional cuando existe disponibilidad pública suficiente.

Ese método permite trazar tendencias útiles aunque no cierre todas las cifras país por país con el mismo nivel estadístico. En varios casos aparece la indicación N/D cuando no hay dato abierto robusto o plenamente comparable.

Para bodegas españolas, grupos cerveceros e importadores europeos interesados en Asia, la lectura práctica es clara: India ofrece escala; Vietnam suma volumen cervecero con recuperación; Japón y Corea piden precisión comercial; Singapur, Hong Kong y Taiwán permiten trabajar imagen y margen; China exige selección fina; e Indonesia o Pakistán quedan lejos como prioridad inmediata.

El avance regional también confirma otro cambio: parte del crecimiento futuro no vendrá solo del aumento general del consumo alcohólico sino del traslado hacia categorías concretas, ocasiones más cortas y formatos listos para beber. Esa pauta afecta tanto a cerveza premium como a espirituosos ligeros mezclados, espumosos o bebidas con menor graduación pensadas para consumo doméstico o social breve.

En ese escenario asiático conviven mercados enormes que pierden fuelle con otros que todavía amplían base consumidora o refinan su gasto medio por botella o formato. Para las empresas que operan desde España o buscan abrir distribución exterior, esa diferencia obliga a adaptar surtido, precio y canal según cada plaza si quieren ganar presencia real durante los próximos dos años.