vinetur

China afianza el mayor mercado mundial del alcohol bajo el dominio del baijiu

Las bebidas importadas y de baja graduación ganan terreno desde posiciones aún minoritarias

miércoles 15 de julio de 2026



China mantiene el mayor mercado mundial de bebidas alcohólicas por volumen y valor, con un claro dominio del baijiu, el licor destilado de grano que concentra alrededor del 70% del negocio total. Los datos aportados por la Asociación China de Bebidas Alcohólicas sitúan el consumo anual en torno a 50.000 millones de litros, una cifra

estable en los últimos años pese a la desaceleración económica, mientras el valor del mercado avanzó un 2,8% en 2024.

El peso del baijiu marca la estructura del consumo en el país. Además de su cuota mayoritaria por valor, esta categoría sigue apoyada en grandes marcas nacionales como Kweichow Moutai y Wuliangye, junto a otras firmas con fuerte implantación regional como Luzhou Laojiao, Yanghe y Fenjiu. El mercado combina referencias económicas con productos de alta gama, aunque las políticas públicas de austeridad han limitado el consumo más ostentoso en la parte alta del segmento.

La cerveza ocupa el segundo puesto por volumen. Las ventas anuales se mueven entre 45.000 y 50.000 millones de litros y el negocio se orienta cada vez más hacia gamas premium y sabores nuevos. Las previsiones citadas por firmas analistas apuntan a que los ingresos del segmento cervecero alcanzaron 131.500 millones de dólares en 2023, con una tasa media anual cercana al 6% hasta 2025.

El vino conserva una presencia menor dentro del conjunto del mercado chino y su consumo se concentra sobre todo en el tinto. El volumen ronda los 1.600 millones de litros al año y la evolución es de lento retroceso. La Organización Mundial de la Salud sitúa el consumo per cápita de vino puro en unos 1,24 litros, lejos de la media mundial de 3,38 litros.

En términos de alcohol puro, la OMS calcula un consumo per cápita de 4,6 litros al año entre la población de 15 años o más, con datos de 2020. Si se mide el volumen total de bebidas consumidas, la cifra sube hasta unas 35 o 40 litros por persona al año, impulsada por la elevada graduación del baijiu.

Los licores importados siguen siendo minoritarios en volumen, pero avanzan con rapidez. En el primer semestre de 2023, las importaciones de licor aumentaron un 10,5% en volumen, hasta 58,68 millones de litros, y un 34% en valor, hasta 1.150 millones de dólares. Dentro de esa evolución, el brandy subió un 16% en volumen y el whisky un 8%.

Otra categoría al alza es la de bebidas de baja graduación alcohólica, como cócteles preparados, mezclas listas para consumir y vinos afrutados. Este mercado mueve ya unos 7.160 millones de yuanes y las previsiones apuntan a un crecimiento medio anual del 11,3% hasta 2030. El impulso procede sobre todo del público joven y urbano.

Para el periodo entre 2024 y 2026, varias consultoras prevén avances anuales del mercado total de entre el 3% y el 5% en valor. Esa evolución se apoya en la urbanización, el aumento de la clase media y una mayor disposición a pagar más por determinadas categorías. Al mismo tiempo, se aprecia un estancamiento o una ligera caída en volumen dentro del baijiu económico, compensado por mejores resultados en segmentos premium y en otras bebidas.

El cambio generacional también influye en los hábitos de consumo. El envejecimiento demográfico favorece bebidas más suaves y entre los consumidores jóvenes gana terreno una visión más prudente sobre el alcohol. Esa tendencia está desplazando parte de la demanda hacia cerveza, vino y opciones con menor graduación.

Con ese reparto del mercado, China mantiene una estructura muy distinta a la de otros grandes países consumidores: un licor nacional domina con claridad por valor, la cerveza sostiene gran parte del volumen total y las categorías importadas o ligeras ganan espacio desde posiciones todavía pequeñas.