vinetur

China dispara el valor de sus importaciones de bebidas espirituosas por el salto del precio medio

Volumen mejora en el mes, pero el acumulado sigue por debajo del año anterior con brandy y whisky al frente

viernes 21 de agosto de 2026



La Administración General de Aduanas de China publicó este viernes, 21 de agosto, los datos de importación de bebidas espirituosas de julio, con un repunte claro en valor y un avance más moderado en volumen. Las compras exteriores sumaron 8,2139 millones de litros, un 7,14% más que un año antes, mientras que el valor alcanzó US$199 millones, con una subida del 39,03%. El precio medio de importación se situó en US$24,22 por litro, un 29,76% más.

Ese precio medio equivale a unos US$5,55 más por litro que en julio de 2025, cuando rondaba los US$18,67. En términos absolutos, el alza mensual supone aproximadamente 548.000 litros adicionales y unos US$55,9 millones más, de acuerdo con cálculos a partir de las tasas interanuales publicadas. La diferencia entre la evolución del volumen y la del valor apunta a una cesta de importación con productos de precio más alto, con el brandy y el whisky como principales motores.

El rebote de julio, sin embargo, no corrige la pérdida acumulada de litros en lo que va de año. Entre enero y julio, China importó 51,6474 millones de litros, un 11,2% menos que en el mismo periodo de 2025, lo que equivale a unos 6,51 millones de litros menos. Al mismo tiempo, el valor avanzó un 16,91%, hasta US$1.002 millones, unos US$144,9 millones más, y el precio medio subió un 31,65%, hasta US$19,41 por litro.

Dentro de julio, el brandy fue la principal categoría por valor. Sus importaciones alcanzaron 1,9849 millones de litros, un 8,57% más, y movieron US$81,8379 millones, un 62,46% más que un año antes. El precio medio fue de US$41,23 por litro, con una subida del 49,63%. El whisky, por su parte, importó 3,2349 millones de litros, un 7,65% más, por un valor de US$61,4676 millones, un 47,24% más. Su precio medio llegó a US$19 por litro, un 36,78% más.

El baijiu también avanzó en julio, aunque con una pauta distinta. Las importaciones fueron de 373.600 litros, un 35,59% más, y el valor alcanzó US$44,7831 millones, un 12,54% más. En este caso, el precio medio bajó un 17%, hasta US$119,86 por litro. Analistas del sector relacionan ese movimiento con la diferencia de precios entre el mercado interior chino y el exterior tras la subida de precios de Moutai, lo que habría abierto espacio para reintroducir producto previamente exportado.

En las bebidas blancas importadas hubo trayectorias dispares. El tequila y la ginebra aumentaron en volumen y en valor, mientras que el vodka y el ron retrocedieron. El texto oficial no aporta en este caso el detalle numérico de todas esas categorías, pero sí recoge una caída acusada del vodka.

En brandy, Francia mantuvo una posición casi total en el mercado chino. Las importaciones de brandy francés fueron de 1,8962 millones de litros, un 7,31% más, con un valor de US$81,0726 millones, un 62,57% más. El precio medio subió a US$42,76 por litro, un 51,5% más. Con esas cifras, las marcas francesas concentraron el 95,5% del volumen y el 99,1% del valor del brandy importado en julio.

Importadores y distribuidores atribuyen buena parte de ese aumento al reaprovisionamiento previo al Festival del Medio Otoño. Varias firmas del canal esperan campañas comerciales de Martell, Hennessy y Rémy Martin en la segunda mitad del año, lo que empuja las compras anticipadas. Al mismo tiempo, distribuidores de brandy del sur y del este de China señalan que julio sigue siendo un mes de baja actividad en el consumo final y que la salida real del producto al comercio minorista no ha mejorado al mismo ritmo que las entradas por aduana.

España tuvo una subida muy intensa en brandy, aunque sobre una base pequeña. Las compras chinas de brandy español alcanzaron 23.100 litros en julio, un 501,7% más que un año antes, por un valor de US$268.000, un 380,79% más. Japón, en cambio, registró una caída del 49,6% en volumen, hasta 16.900 litros, y del 47,03% en valor, hasta US$157.900. Entre enero y julio, el brandy francés mantiene un avance del 41,09% en volumen y del 81,25% en valor.

En whisky, Reino Unido, Japón y Estados Unidos avanzaron en julio, pero con perfiles muy distintos. El whisky británico sumó 2,4931 millones de litros, un 1,19% más, y US$53,589 millones, un 45,35% más, con un precio medio de US$21,49 por litro, un 43,64% superior al de un año antes. La evolución coincide con la mejora de las exportaciones de whisky de malta escocés a China continental durante el primer semestre, apoyada por unas pocas marcas con buena rotación en el mercado.

El whisky japonés registró uno de los mayores saltos del mes. Sus importaciones llegaron a 155.600 litros, un 33,07% más, y a US$4,5949 millones en valor, un 152,84% más. El precio medio se disparó hasta US$29,53 por litro, un 90,01% más. Fuentes del sector relacionan este cambio con una política de estabilización de precios de Suntory y con una mayor preparación del canal de comercio electrónico para la campaña del Festival del Medio Otoño. Aun así, la propia evolución acumulada invita a la cautela: entre enero y julio, el volumen del whisky japonés aumentó un 7,56%, pero el valor cayó un 7,7% y el precio medio bajó un 14,19%.

El whisky de Estados Unidos también subió en volumen en julio, hasta 469.700 litros, un 82,29% más, pero con un comportamiento muy distinto en precio. El valor fue de US$2,0583 millones, un 15,22% más, y el precio medio cayó un 36,79%, hasta US$4,38 por litro. Esa combinación sugiere un mayor peso de referencias de entrada y gama media. En el acumulado de enero a julio, el whisky estadounidense sigue por debajo de 2025, con un descenso del 30,5% en volumen y del 16,14% en valor.

Las cifras de los siete primeros meses dejan así una lectura clara: China está pagando más por cada litro de destilado importado, pero todavía compra menos volumen que hace un año. El tirón de julio se apoya sobre todo en categorías de precio elevado y en operaciones de aprovisionamiento previas a campañas comerciales, mientras el mercado final y la reducción de inventarios siguen marcando el ritmo real de la demanda.