vinetur

Las exportaciones de vino australiano caen un 7% en plena debilidad internacional

El volumen exportado retrocede un 6% por la presión de China, Reino Unido y Estados Unidos

miércoles 26 de agosto de 2026



Wine Australia publicó este martes, 25 de agosto, su informe sobre exportaciones correspondiente al ejercicio cerrado en junio de 2026 con un nuevo retroceso de sus ventas exteriores. El valor total bajó un 7%, hasta 2.300 millones, y el volumen cedió

un 6%, hasta 598 millones de litros. La cifra de volumen es la más baja desde 2004.

La evolución no se limita a un solo ejercicio. Tanto Wine Australia como el análisis realizado por Langley & Co sitúan estos datos dentro de una tendencia más larga del mercado del vino. El consumo mundial ha caído a su nivel más bajo desde 1961, con consumidores que moderan la ingesta de alcohol, vigilan más el gasto y optan por otras bebidas.

La presión se concentra en los tres principales destinos del vino australiano, aunque con matices distintos. China continental sigue siendo el mayor mercado por valor, pero registró una caída del 15%, hasta 756 millones. La lectura que hace Langley & Co es que se está diluyendo el impulso inicial de reposición de inventario tras la retirada de aranceles, y que el mercado se está asentando en una base más pequeña y con menor ritmo, más que en una nueva caída brusca.

Reino Unido y Estados Unidos bajaron a sus menores niveles de envíos en 25 años. En el mercado británico, la debilidad se concentra en los vinos comerciales y de precio medio, mientras que las ventas de vino premium aguantan mejor. En Estados Unidos, en cambio, la bajada se reparte por la mayor parte de las franjas de precio. Langley & Co considera que ahí hay un problema más amplio que la simple presión promocional y apunta a los aranceles como la causa más probable.

Canadá fue el mercado con mejor evolución entre los grandes destinos. El valor de las exportaciones australianas subió un 20%, hasta 188 millones, su nivel más alto en siete años, y el volumen avanzó un 13%. La propia Wine Australia vincula ese salto a la disputa comercial entre Canadá y Estados Unidos, que redujo la disponibilidad de vino estadounidense y abrió espacio para marcas australianas. La organización entiende que puede tratarse de un impulso puntual, aunque también ve una oportunidad si esa mayor exposición del consumidor canadiense al vino australiano se convierte en compras repetidas.

Ese movimiento tiene derivadas para el negocio de las bebidas más allá del vino australiano. Si la oferta de vino de Estados Unidos pierde presencia en Canadá por motivos arancelarios, importadores, distribuidores y cadenas de venta pueden revisar asignaciones entre orígenes, política de precios y planificación comercial. También

puede alterar el reparto de referencias en lineales y cartas, con efectos sobre otras categorías que compiten por el mismo espacio y el mismo gasto del consumidor.

La parte de Asia fuera de China ofrece, según el análisis de Langley & Co, una señal más estable. Singapur adelantó al resto y pasó a ser el principal mercado asiático de Australia fuera de China continental. Tailandia registró valores de exportación récord apoyados en una mayor demanda de vinos premium. A eso se sumaron avances en Malasia, Japón, Corea del Sur y Taiwán.

Frente al repunte de Canadá, ligado a una disputa comercial concreta, el comportamiento de varios mercados asiáticos apunta a una demanda más asociada al posicionamiento de gama alta y a una diversificación real de destinos. Para los exportadores australianos, el mapa exterior queda así menos apoyado en unos pocos mercados maduros y de gran volumen y más repartido entre plazas donde el valor por botella pesa más en la cuenta final.