vinetur

Los millonarios afinan la compra de vino de alta gama por origen, escasez e historia

El 73% de los coleccionistas prevé elevar sus compras, con Asia como foco del mercado de alta gama

miércoles 25 de noviembre de 2026



Los compradores de vino de alta gama y de whisky raro están afinando más sus compras y abriendo el abanico de mercados y añadas que consideran. Esa es una de las principales conclusiones de A Taste for Time, un informe elaborado por HSBC

Private Bank y la firma comercial Justerini & Brooks a partir de una encuesta a más de 3.000 personas con altos y muy altos patrimonios.

La investigación apunta a un interés mayor por vinos y whiskies de producción limitada, con un origen bien definido y una historia reconocible. También recoge un cambio generacional dentro de este negocio: los coleccionistas más jóvenes dan más peso a la calidad que al volumen, mientras que el whisky gana terreno entre consumidores de menos edad y entre mujeres.

Naomi Alston, directora general de Justerini & Brooks, afirma que uno de los puntos que más peso tiene en el informe es el disfrute. En su opinión, el vino de alta gama y el whisky raro reúnen a las personas y crean espacios para la conversación, la relación personal y amistades duraderas. Añade que, para muchos aficionados, la comunidad que se forma alrededor de estas aficiones es parte de la recompensa de coleccionar.

El trabajo sitúa a Asia como una zona con mucho peso en este mercado. En China continental, el 54% de los encuestados afirma coleccionar vinos de alta gama. La proporción baja al 39% en Reino Unido y al 36% tanto en Singapur como en India. Ida Liu, consejera delegada de HSBC Private Bank, sostiene que Asia está ayudando a remodelar el mundo del vino de alta gama con una nueva generación de coleccionistas que valora la artesanía y la procedencia de las botellas.

En el conjunto del sondeo, uno de cada tres participantes colecciona vino de alta gama y añadas raras. Esa cuota queda por encima de la del arte y las antigüedades, que se sitúan en el 25% en ambos casos. El informe señala además que la compra responde sobre todo al placer personal, citado por el 57% de los encuestados, mientras que el 25% menciona el potencial de inversión.

Esa preferencia por el disfrute es aún más clara en parte de Asia. En India, el 76% de los participantes colecciona por placer, frente al 12% que lo hace con una intención inversora. Liu sostiene que, para los clientes de banca privada, el valor de una gran colección va más allá de su precio y está ligado a la experiencia compartida y a las historias que pasan de una generación a otra.

El informe también recoge una expectativa de mayor gasto. El 73% de los coleccionistas consultados prevé elevar sus compras en los próximos 12 meses. Ese dato sugiere que, pese a la mayor selección en cada adquisición, la disposición a seguir comprando se mantiene entre los patrimonios más altos.

La lectura coincide con otra señal reciente del mercado. El informe Golden Vines 2026 situó en el 52% la proporción de encuestados que veía en la compra más selectiva el cambio de comportamiento más visible entre los compradores. Ambas referencias apuntan a un cliente que no abandona el segmento alto, pero que mira con más cuidado qué compra, de dónde procede y qué capacidad tiene esa botella o ese destilado para diferenciarse.

Para bodegas, distribuidores y destilerías, esta evolución puede tener efectos directos sobre la oferta de bebidas premium. Si el comprador pone más atención en la procedencia, la escasez, la añada y la historia del producto, esos elementos pueden ganar peso en la selección de referencias y en la forma de presentarlas al mercado. El avance de Asia en este segmento también refuerza la idea de que buena parte de la demanda futura de vino de alta gama y whisky raro puede concentrarse en esa región.