vinetur

El vino y los destilados ganan terreno en el mercado tailandés de bebidas alcohólicas

El consumo de vino en Tailandia creció un 3% en 2024 impulsado por la rebaja fiscal, el ron un 16% y el tequila un 57%

jueves 16 de octubre de 2025



El mercado de bebidas alcohólicas en Tailandia está experimentando cambios importantes. Aunque la cerveza local sigue siendo la opción preferida tanto para los residentes como para los turistas, el consumo de vino y cócteles ha aumentado en los

últimos años. Según datos de IWSR, el volumen total de bebidas alcohólicas en el país creció un 2% en 2024, aunque se mantuvo estable si se compara con el periodo 2019-2024. Esta evolución se produce en un país donde el turismo y la oferta de bares y restaurantes juegan un papel clave.

Tradicionalmente, la cerveza y el whisky han sido las categorías más consumidas en Tailandia. En los segmentos de precio medio y alto, la cerveza representó más del 80% del volumen vendido en bares durante 2024. El whisky escocés mezclado fue el segmento más rentable, aportando un tercio del valor generado por las ventas de espirituosos en locales de hostelería. Sin embargo, esta situación está cambiando. El vino y los espirituosos blancos, impulsados por la popularidad de los cócteles, están ganando terreno. Al mismo tiempo, las importaciones de cerveza han disminuido debido a la fuerte presencia de marcas locales, y el whisky mezclado pierde atractivo entre los consumidores.

Jalene Teng, analista senior de mercado en IWSR, explica que la cerveza mantiene su popularidad gracias a su aceptación entre locales y visitantes, mientras que las marcas nacionales están mejorando su imagen. El vino está creciendo porque el mercado se está desarrollando y los consumidores muestran más interés. Los espirituosos blancos como tequila, ron, vodka y ginebra también están aumentando su presencia, sobre todo en bares especializados en cócteles.

El gobierno tailandés aplicó reducciones fiscales al vino durante 2024, lo que ha favorecido su venta y ha permitido una mayor variedad de productos y orígenes. Las importaciones de vino tranquilo aumentaron un 3% ese año y se espera que sigan creciendo hasta 2029 a un ritmo anual similar. Las importaciones de vino espumoso también subieron un 3% en 2024, aunque se prevé que su crecimiento sea más moderado en los próximos años. Chile y Australia son los principales exportadores de vino a Tailandia, en parte gracias a acuerdos comerciales previos. Sin embargo, la rebaja fiscal ha beneficiado especialmente a los vinos estadounidenses e italianos. El consumo de vino italiano creció un 9% en 2024, por delante de Nueva Zelanda (7%), Australia (3%) y Chile (1%).

Según Teng, los tailandeses prefieren cada vez más el vino frente a los espirituosos, sobre todo frente a los destilados oscuros, por sus supuestos beneficios para la salud y su menor nivel de intoxicación. El vino se asocia con ocasiones sociales y experiencias compartidas, y suele consumirse en restaurantes, bares especializados y eventos. El aumento de tiendas especializadas y festivales de vino en las principales ciudades también ha impulsado este crecimiento.

En cuanto al whisky, las importaciones sufren una fuerte competencia de los productos locales y su crecimiento está limitado por normas estrictas de publicidad y altos aranceles. El volumen de whisky importado cayó un 10% en 2024 y se prevé que se mantenga estable hasta 2029. Las ventas totales de whisky también bajaron ligeramente ese año, en parte porque el whisky mezclado tiene una imagen anticuada entre los consumidores tailandeses. Sin embargo, el whisky de malta única está ganando adeptos y el whisky japonés se beneficia del interés por la gastronomía nipona y la popularidad del combinado highball.

Teng señala que el whisky compite con fuerza con los espirituosos de agave y con el ron, la ginebra y el vodka, que cada vez tienen más seguidores. No obstante, la cultura del cóctel en Tailandia anima a locales y turistas a probar combinados a base de whisky, lo que podría favorecer su venta en el futuro.

El auge de los espirituosos blancos es especialmente visible en ciudades turísticas como Bangkok, Phuket, Samui y Chiang Mai, donde la oferta de bares y experiencias es muy variada. La demanda de bebidas premium y artesanales ha impulsado el crecimiento del tequila y el mezcal. El volumen de espirituosos de agave aumentó un 57% en 2024 y se espera que siga creciendo a un ritmo anual del 18% hasta 2029. El tequila se ha puesto de moda y muchos consumidores lo eligen en bares y restaurantes para mostrar su gusto y estatus social.

Otras categorías también se benefician del auge del cóctel: los amargos crecieron un 47% en 2024, mientras que las importaciones de ron subieron un 16%, las de vodka un 8% y las de ginebra un 6%. Dos bares de Bangkok han sido incluidos recientemente entre los cinco mejores de Asia en 2025, lo que pone en valor la calidad del sector y contribuye a impulsar la cultura del cóctel en el país.

El mercado cervecero tailandés sigue dominado por marcas locales conocidas, que son muy populares entre consumidores nacionales y turistas. La cerveza representó más del 70% del volumen total de bebidas alcohólicas en 2024. Las cervezas artesanas e importadas despiertan interés entre algunos consumidores y visitantes, pero siguen siendo una opción minoritaria y muchos acaban volviendo a las marcas tradicionales. Los datos muestran que el volumen total de cerveza creció un 3% en 2024, pero las importaciones bajaron un 2%, cerrando un periodo 2019-2024 con una caída anual del 6%.

Las marcas locales son accesibles y tienen precios asequibles, lo que las convierte en una elección habitual. La cerveza suele acompañar a la comida tailandesa y es frecuente en reuniones sociales. Aunque la confianza del consumidor se ha visto afectada por la lenta recuperación económica, la inestabilidad política y el impacto de los aranceles estadounidenses, y aunque los turistas gastan con más cautela, el esfuerzo del país por impulsar el turismo y la fortaleza de las marcas locales ofrecen una base sólida para el crecimiento del sector.