vinetur

El desplome de las importaciones de vino en China sacude a los productores europeos

El auge del vino blanco y la caída del consumo desafían las estrategias tradicionales en el mercado asiático

lunes 26 de enero de 2026



El sector del vino atraviesa un momento complicado en varios mercados internacionales. En las últimas semanas, la atención pública se ha centrado en los posibles aranceles de Estados Unidos y en la paralización del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Mercosur. Sin embargo, existe otra situación relevante que afecta a los productores: la evolución del mercado chino.

China fue considerada durante años como un destino prioritario para los vinos de importación, incluidos los españoles e italianos. Sin embargo, los datos recientes muestran una realidad diferente. Según Wine Monitor de Nomisma, en 2025 las importaciones totales de vino en China alcanzaron 1.300 millones de euros, lo que supone una caída del 21% respecto al año anterior. Esta bajada es importante y reduce las expectativas que existían antes de la pandemia.

El descenso se explica, en parte, por el fin del efecto rebote que provocó el regreso de los vinos australianos al mercado chino en 2024. Durante tres años, estos productos estuvieron sujetos a aranceles superiores al 200% impuestos por el gobierno de Pekín. Cuando se eliminaron estas barreras, las importaciones aumentaron temporalmente. Sin ese impulso extraordinario, el mercado ha mostrado debilidades estructurales.

Para Italia, la situación también es complicada. Las exportaciones de vino italiano a China se situaron en 82 millones de euros, el nivel más bajo de la última década. Este dato refleja las dificultades que encuentran los productores italianos para mantener su presencia en un entorno cada vez más competitivo. No obstante, este fenómeno no es exclusivo de Italia; pocos países han conseguido mejorar sus ventas en China en los últimos años.

Entre las excepciones figuran Nueva Zelanda y Alemania. Entre 2020 y 2025, Nueva Zelanda incrementó sus exportaciones a China un 140%, mientras que Alemania lo hizo un 34%. Ambos países comparten una característica: su apuesta por los vinos blancos. El Sauvignon Blanc neozelandés y los Riesling alemanes han ganado terreno entre los consumidores chinos. En el caso alemán, el 54% de sus exportaciones corresponde a vinos con denominación de origen de Mosela y Hesse Renana.

Estos datos sugieren un cambio en las preferencias del consumidor chino, tradicionalmente asociado al vino tinto. El aumento del interés por los blancos podría modificar estrategias comerciales y posicionamiento de producto para muchos exportadores.

La ralentización del mercado chino se suma a otros problemas internacionales como las tensiones comerciales con Estados Unidos y la falta de avances en acuerdos comerciales con América Latina. Las dificultades afectan a varias regiones productoras

y obligan a las empresas a reconsiderar sus prioridades y mercados objetivo, así como su capacidad para adaptarse a cambios rápidos en el consumo.