vinetur

El vino en China se reinventa con el auge del consumo doméstico y casual

La preferencia por estilos ligeros y vinos blancos impulsa cambios en importaciones y hábitos de los consumidores chinos

viernes 27 de marzo de 2026



El mercado del vino en China continental está experimentando una transformación importante. Según el Informe de Perspectivas del Mercado de China publicado por Wine Australia el 12 de marzo de 2026, el consumo de vino en el país asiático se aleja de los canales tradicionales, como cenas formales, regalos de lujo y eventos empresariales, para centrarse en un consumo más casual y doméstico. Este informe, dirigido a los contribuyentes australianos del impuesto sobre el vino y la uva, recopila datos de diversas fuentes para ofrecer una visión completa sobre las tendencias actuales y

futuras del sector.

China continental mantiene su posición como la mayor economía de Asia-Pacífico y la segunda a nivel mundial por PIB nominal, con 19,4 billones de dólares estadounidenses en 2025 según el Fondo Monetario Internacional. El país representa cerca del 20% del PIB mundial medido en paridad de poder adquisitivo. Aunque la economía china creció un 5% en 2025, los analistas prevén una desaceleración en los próximos años. El consumo interno sigue siendo moderado: en 2025 los hogares chinos ahorraron el 32% de sus ingresos, motivados por la incertidumbre en el mercado inmobiliario y la preocupación por la estabilidad laboral.

En este escenario económico, el mercado del vino sigue siendo relevante para la región Asia-Pacífico. Según datos de IWSR, China ocupa el segundo lugar en volumen total de vino consumido, solo superada por Australia. Además, es el segundo mayor importador de vino después de Japón. Sin embargo, lo que diferencia al mercado chino es su precio promedio por botella, superior al de otros países vecinos. Esto convierte a China en un destino preferente para vinos premium australianos.

Los hábitos de consumo están cambiando. La reducción de cenas formales y la prohibición del alcohol en eventos gubernamentales desde mayo de 2025 han impulsado un giro hacia el consumo doméstico y casual. Los consumidores chinos prefieren ahora beber en casa antes que en restaurantes o bares. Esta tendencia ha afectado negativamente a categorías asociadas a la vida social formal, como los vinos espumosos y el whisky escocés. Al mismo tiempo, se observa una preferencia creciente por estilos más ligeros, especialmente vinos blancos y licores blancos, que se adaptan mejor a situaciones informales.

El cambio en las preferencias también se refleja en el tipo de vino consumido. Tradicionalmente dominado por el vino tinto, el mercado chino muestra ahora un interés mayor por los vinos blancos. Las mujeres lideran esta tendencia, optando por vinos blancos para acompañar comidas picantes. Durante 2024 aumentó la demanda de Riesling alemán y Sauvignon Blanc neozelandés. Mientras tanto, aunque el segmento Champagne ha tenido dificultades en restaurantes y bares, otras opciones como Prosecco, Cava y espumosos australianos han registrado incrementos gracias al

auge de aperitivos ligeros y momentos casuales.

En cuanto a las importaciones, hasta 2024 se mantuvo una tendencia bajista. Sin embargo, ese año marcó un punto de inflexión con el regreso del vino australiano tras la eliminación de aranceles. Francia, Chile e Italia perdieron cuota ante la recuperación australiana. En 2025 volvió a observarse una caída generalizada (aunque desde niveles más altos), con Francia, Chile y especialmente Estados Unidos sufriendo las mayores reducciones en volumen importado.

La reestructuración del mercado chino del vino responde a factores estructurales derivados de la pandemia, el pesimismo económico generalizado y la caída del consumo nacional masivo junto con la reducción de eventos formales. Para los exportadores australianos y otros actores internacionales interesados en este mercado, resulta necesario adaptar su oferta hacia estilos más ligeros y enfocar sus estrategias en ocasiones informales y consumo doméstico.