vinetur

Valor das exportações de Asti para a China dispara 358,72%, ultrapassando o Prosecco entre os espumantes da UE

As exportações de espumantes da UE para a China cresceram 26,72% em volume e 39,95% em valor, mas importadores alertam que os stocks podem exceder a procura

terça-feira, 3 de novembro de 2026



As exportações de espumantes da União Europeia para a China aumentaram acentuadamente nos primeiros oito meses de 2026, impulsionadas pelos ganhos do champanhe, do Prosecco e, sobretudo, do Asti, de acordo com dados de exportação da UE-27 obtidos pela publicação chinesa especializada em vinho WBO e divulgados na segunda-feira, 2 de novembro.

Entre janeiro e agosto, o volume das exportações para a China aumentou 26,72% face ao ano anterior, enquanto o seu valor cresceu 39,95%. O preço médio de exportação também subiu 10,44%, para 8,39 euros por litro, face a cerca de 7,60 euros por litro no mesmo período de 2025, segundo os dados.

Os números destacam-se porque o espumante tem sido uma das poucas categorias de vinho importado a registar um crescimento claro na China, num contexto de pressão generalizada sobre grande parte do mercado de vinhos importados. Para o setor das bebidas, isto aponta para uma possível via de crescimento para os produtores europeus e os importadores chineses, mas também levanta uma questão fundamental: se a entrada de mais produto no país reflete uma procura mais forte por parte dos consumidores ou simplesmente um maior aprovisionamento por parte do comércio.

O champanhe manteve-se como o maior segmento de espumantes da UE vendido à China em valor. As exportações atingiram cerca de 16,02 milhões de euros no período de janeiro a agosto, mais 39,03% do que no ano anterior, e representaram 54,33% do valor total das exportações de espumantes da UE para a China.

O Asti registou o crescimento mais rápido. O valor das exportações disparou para cerca de 3,97 milhões de euros, face a 864 800 euros no ano anterior, um aumento de 358,72%. Com isso, a quota do Asti no valor total das exportações subiu de 4,11% para 13,46%, permitindo-lhe ultrapassar o Prosecco e tornar-se a segunda maior categoria de espumantes da UE exportada para a China em valor, depois do champanhe.

O Prosecco também registou um crescimento sólido. O valor das suas exportações aumentou 46,91%, para cerca de 2,74 milhões de euros, e a sua quota no valor total subiu ligeiramente, de 8,87% para 9,31%.

Os dados relativos ao volume revelaram uma tendência semelhante, embora, no caso do Asti, as taxas tenham sido inferiores às do crescimento em valor. Os envios de Asti aumentaram 129,14%, para 440 300 litros, face a 192 200 litros. As exportações de Prosecco cresceram 55,77%, para 611 800 litros, face a 392 700 litros. O volume de champanhe aumentou 34,04%, para 532 500 litros, face a 397 300 litros.

Outros espumantes com denominação de origem protegida, excluindo o champanhe, o Cava, o Prosecco e o Asti, também contribuíram para o crescimento. Segundo os dados, o seu volume de exportação mais do que duplicou, passando de 139 700 para 308 900 litros, um aumento de 121,14%.

Os preços evoluíram de forma desigual entre as categorias. O preço médio de exportação do Asti duplicou, passando de 4,50 para 9,01 euros por litro, um aumento de 100,20%. O preço médio de exportação do champanhe subiu de forma mais moderada, de 29,00 para 30,08 euros por litro, um aumento de 3,72%.

Em contrapartida, os preços médios caíram acentuadamente nalgumas outras áreas do mercado. O preço médio de exportação dos espumantes com indicação geográfica protegida baixou 54,60%, de 7,57 para 3,44 euros por litro. No caso de outros espumantes com denominação de origem protegida, o preço médio caiu 36,22%, de 7,36 para 4,69 euros por litro.

A WBO afirmou que os dados reforçam uma tendência já visível em 2026: uma procura mais forte na China por categorias de espumantes bem diferenciadas, como o champanhe, o Prosecco e o Asti, com França e Itália entre os principais beneficiários.

A forte mudança registada pelo Asti tem sido a que mais atenção suscitou no setor, uma vez que o crescimento em valor ultrapassou largamente o crescimento em volume, sugerindo uma alteração significativa na composição dos produtos enviados para a China. A WBO referiu que o consórcio Asti DOCG já tinha assinalado anteriormente um forte dinamismo no mercado chinês. Segundo dados citados pela WBO, as vendas de Moscato d’Asti na China aumentaram 55% em 2025 face ao ano anterior, enquanto as exportações para o país duplicaram, passando de 1 milhão para 2 milhões de garrafas.

No entanto, importadores e distribuidores chineses entrevistados pela WBO afirmaram que poderá ser mais difícil manter o atual aumento do que sugerem os números das alfândegas. Yu Hongjie, fundador da importadora de espumantes Qipao Tianxia, disse à WBO que as importações de Asti da sua empresa têm crescido cerca de 50% ao ano nos últimos anos, mas considerou que o salto muito maior observado nos dados de exportação da UE parece dever-se sobretudo ao aumento das compras por parte de outros importadores.

Yu afirmou também que o crescimento das importações e as vendas efetivas no retalho já não evoluem em paralelo. Na sua opinião, o volume de Asti que entra na China já excede a capacidade real do mercado interno, e esse desequilíbrio poderá tornar-se mais evidente na época de vendas de inverno, no final de 2026.

Esta diferença é importante para produtores, importadores e distribuidores de todo o setor das bebidas, pois aponta para o risco de excesso de oferta, mesmo numa categoria que, à primeira vista, parece estar em boa forma. Se os stocks continuarem a aumentar mais depressa do que a procura final, a atual subida dos envios poderá traduzir-se em descontos mais acentuados e margens mais baixas, em vez de numa expansão duradoura do consumo.

A WBO noticiou que o aumento do preço de exportação do Asti não se refletiu nas condições do retalho chinês. Pelo contrário, alguns mercados regionais registaram vendas de liquidação de stocks, mantendo a pressão em baixa sobre os preços finais nas prateleiras.

Vários distribuidores de espumantes disseram também à WBO que, apesar do maior interesse pela categoria, o Asti continua sem uma marca líder dominante na China que possa estabilizar os preços e promover um reconhecimento mais amplo junto dos consumidores. Segundo os distribuidores, muitos consumidores continuam a ver este estilo sobretudo como um vinho doce e fácil de beber, e os preços de retalho raramente ultrapassam os 100 yuan.