vinetur

# 54% dos inquiridos abastados na China continental colecionam vinhos finos, conclui relatório da HSBC

O inquérito indica que a Ásia está a transformar a procura, com compradores mais jovens à procura de garrafas raras pelo prazer, pela proveniência e pela ligação pessoal

quarta-feira, 25 de novembro de 2026



Os colecionadores abastados estão a transformar o mercado dos vinhos finos e dos whiskies raros, à medida que olham para além dos rótulos e regiões tradicionais, segundo um relatório publicado na terça-feira, 24 de novembro, pelo HSBC Private Bank em colaboração com o comerciante de vinhos e bebidas espirituosas Justerini & Brooks.

O relatório, A Taste for Time, indica que os compradores revelam gostos mais diversificados e dão maior importância à produção limitada, à proveniência e à história por detrás de uma garrafa. Aponta também para uma mudança geracional no colecionismo, com os compradores mais jovens a pesquisar mais e a ser mais seletivos nas suas compras.

O HSBC afirmou que as conclusões se baseiam num inquérito a mais de 3.000 empresários com elevado e muito elevado património líquido. O inquérito concluiu que 54% dos inquiridos na China continental colecionam vinhos finos, face a 39% no Reino Unido e 36% tanto em Singapura como na Índia. A nível mundial, 32% dos inquiridos afirmaram colecionar vinhos finos e colheitas raras, uma proporção superior à dos que investem em arte e escultura, 25%, ou em antiguidades, também 25%.

Os números sugerem que a Ásia, e em particular a China continental, é um importante centro de procura de vinhos de gama alta. Isto poderá ter implicações para adegas, comerciantes e casas de leilões que procuram decidir onde concentrar o marketing, as alocações e a construção de relações, num contexto de crescente concorrência pelos compradores abastados.

Segundo o relatório, o prazer, e não o investimento, é a principal razão para as pessoas criarem coleções de vinhos e whiskies. O HSBC concluiu que 57% dos colecionadores compram exclusivamente por prazer, enquanto um quarto compra apenas como investimento. A diferença era maior em alguns mercados asiáticos. Na Índia, por exemplo, 76% dos inquiridos afirmaram colecionar por prazer, enquanto 12% disseram fazê-lo para investir.

Esta distinção é importante para produtores e vendedores, porque aponta para uma base de clientes que poderá responder mais à qualidade artesanal, à raridade e à experiência pessoal do que à valorização dos preços a curto prazo. Para as

propriedades vitivinícolas e as marcas de bebidas de luxo, as conclusões poderão indicar que a narrativa, o acesso a pequenas produções e a hospitalidade associada ao colecionismo estão a ganhar importância para conquistar compradores.

O inquérito revelou também a intenção de continuar a gastar. Em todos os mercados, 73% dos colecionadores afirmaram esperar gastar mais nas suas coleções nos próximos 12 meses, por prazer ou como investimento. Na Ásia, os inquiridos tinham maior probabilidade do que a média mundial de dizer que o aumento das despesas seria motivado pelo prazer pessoal. O HSBC afirmou que 47% dos inquiridos em Hong Kong e 43% em Singapura planeavam aumentar as despesas por esse motivo, face a 38% a nível mundial.

O relatório descreve um mercado em que o prestígio tradicional continua a ser importante, mas já não é o único fator de atração. Segundo o HSBC, os compradores estão a explorar novas regiões produtoras e diferentes colheitas, abrindo espaço a zonas vitivinícolas menos conhecidas e a garrafas que se distinguem pela raridade ou proveniência, e não apenas por uma reputação consolidada ao longo do tempo. Se esta mudança prosseguir, poderá criar novas oportunidades para produtores fora das regiões clássicas dos vinhos finos, sobretudo para os que consigam posicionar as suas garrafas como distintas e de produção limitada.

O HSBC afirmou também que o mercado dos whiskies raros está a ser moldado por um público em mudança. Segundo o relatório, o whisky está a atrair consumidores mais jovens e mais mulheres, alargando a base de compradores para além do seu perfil tradicional. Ao mesmo tempo, a Escócia continua a ser uma força dominante na oferta, exportando 43 garrafas por segundo para mais de 160 mercados, de acordo com o relatório.

Ida Liu, diretora-executiva do HSBC Private Bank, afirmou num comunicado que a Ásia está a ajudar a transformar o mercado dos vinhos finos, à medida que uma nova geração de colecionadores traz «curiosidade, sofisticação e um profundo apreço pela qualidade artesanal e pela proveniência». Disse que, para muitos clientes, o valor de uma coleção vai além do valor financeiro e inclui a descoberta, as experiências partilhadas e aquilo que é transmitido entre gerações.

Naomi Alston, diretora-geral da Justerini & Brooks, afirmou que a mensagem mais forte do relatório era a importância do prazer. Disse que os vinhos finos e os whiskies raros podem criar oportunidades para a conversa, a ligação e a vida em comunidade, acrescentando que os colecionadores valorizam muitas vezes as relações criadas em torno desses interesses tanto quanto as próprias garrafas.

Como a investigação foi realizada por um banco privado e um comerciante de vinhos e bebidas espirituosas de luxo, reflete as opiniões e os comportamentos de clientes abastados, e não os do mercado de consumo em geral. Ainda assim, as conclusões oferecem uma análise detalhada da forma como os compradores abastados encaram as bebidas colecionáveis, num período em que os padrões de consumo de luxo estão a mudar entre regiões e gerações.

Para o setor das bebidas, a mensagem é que a procura de vinhos de gama alta não só se mantém entre os compradores abastados, como também está a concentrar-se mais geograficamente na Ásia e a associar-se cada vez mais ao gosto e à experiência pessoais. Isso poderá influenciar a forma como os produtores de gama alta lançam os seus vinhos, escolhem os mercados de exportação e atraem colecionadores nos próximos anos.