



# El mercado del vino en Taiwán

ICEX

Cámara de Comercio de España en Taiwán

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

17 de mayo de 2023  
Taiwán

Este estudio ha sido realizado por  
Pilar Martínez Lumbreras y Borja de Dios Álvarez

Bajo la supervisión de la Cámara de Comercio en Taiwán

<http://Taiwan.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0

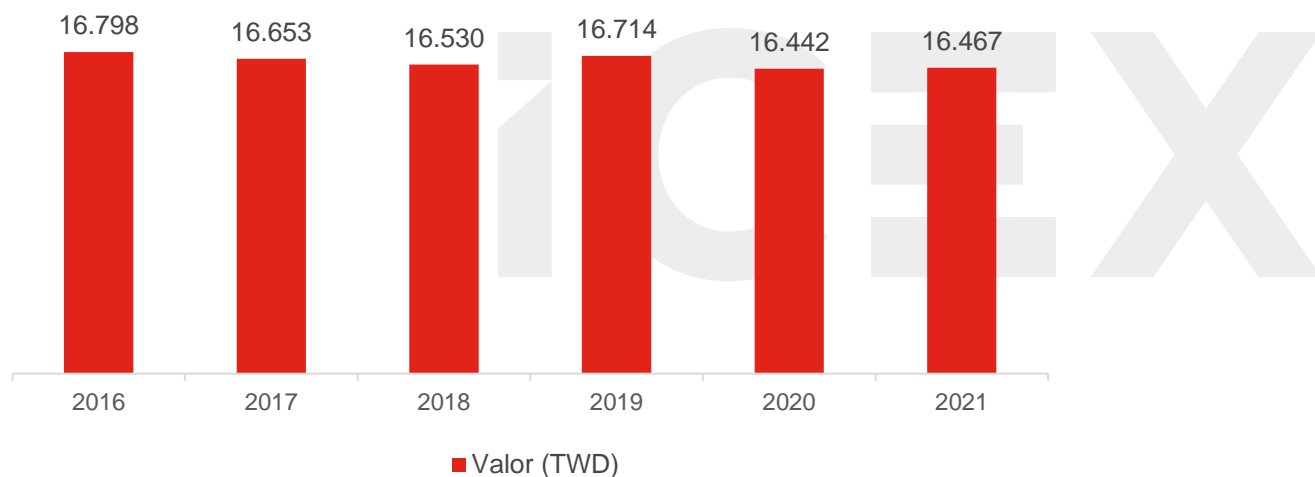


El mercado del vino en Taiwán es pequeño, y la economía es madura. Sin embargo, la falta de oferta local requiere cubrir la demanda con importaciones.

El valor de las importaciones de vino ha mostrado una tendencia general positiva en los últimos años para la mayoría de las categorías, consecuencia del mayor conocimiento que tiene la población del producto. Sin embargo, como consecuencia de la pandemia, la evolución del mercado ha tendido a estabilizarse en los últimos dos años, con perspectivas de crecimiento conforme se retomen los eventos y los encuentros. El granel desaparece en favor del embotellado, y el espumoso (champagne) y el vino tranquilo (tinto) dominan el mercado.

### EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL VINO EN TAIWÁN

*Datos en millones de NTD*



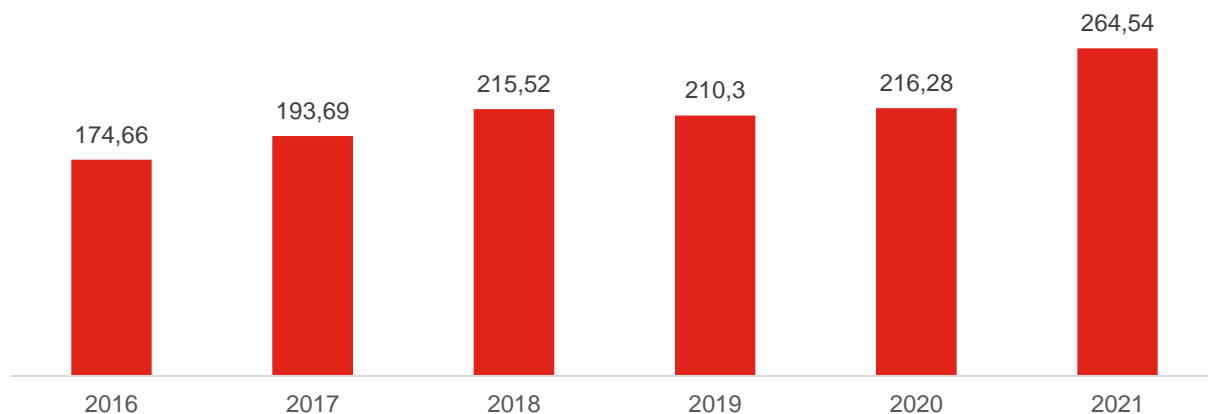
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor International.

Dentro de las principales categorías de vinos, el vino tranquilo se posiciona como la más importante, tanto en términos de valor como de volumen. Esta categoría representó en el año 2021 un 87,55 % del total del valor en USD de las importaciones de Taiwán y un 91,10 % de total del volumen en litros.



## EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN TAIWÁN

Datos en millones dólares estadounidenses



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Taiwan Bureau of Foreign Trade.

En cuanto a la procedencia de estas importaciones, los datos de los últimos años muestran que el líder del mercado en Taiwán es Francia, con cerca del 43 % de la cuota en la mayoría de las categorías de embotellado. Cabe destacar que la cuota de mercado para Francia se ha visto reducida dado el crecimiento que están experimentando los vinos del Nuevo Mundo.

En vino generoso España domina el mercado, con cerca del 41 % de la cuota, si bien es cierto que esta categoría no es muy significativa. El resto de los competidores son los habituales para el sector: Italia, Estados Unidos, Australia y Chile.

La demanda de vino se puede diferenciar a partir de dos tipos principales de consumidores:

- Consumidores adultos con alto poder adquisitivo: son consumidores habituales de vino, especialmente en eventos sociales. Adscriben el consumo de vino a un estatus social elevado.
- Consumidores jóvenes con poder adquisitivo medio y cultural alto: entre 20-40 años. Cuentan con conocimientos moderados sobre el vino, la curiosidad y las modas motivan su consumo. Sus recursos limitados hacen que su demanda sea altamente elástica. La percepción del vino español ha mejorado en los últimos años, y aunque tradicionalmente en España se ha utilizado las Denominaciones de Origen (DO) para diferenciar la calidad de los vinos, esta clasificación no resulta efectiva a la hora de competir en un entorno global. Este desconocimiento motiva que el cliente, que simplemente suscribe su decisión de compra a la imagen país y el reconocimiento en el mercado, prefiera adquirir vinos franceses e italianos, pues son los más conocidos. El elevado número de restaurantes franceses e italianos y hoteles con cocina internacional en la isla también favorece al posicionamiento



de los artículos franceses e italianos, que se perciben como característicos de la gastronomía occidental.

### EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO POR TIPO DE VINO

*Datos en USD por kg.*

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Δ 16/21
Espumoso	17,15	15,02	17,53	21,20	21,57	19,27	12,36 %
Tranquilo (< 2L)	7,83	8,94	10,26	10,27	11,12	11,48	46,61 %
Generoso (< 2L)	2,73	3,53	3,67	3,53	3,44	3,36	23,07 %

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Taiwan Bureau of Foreign Trade.

En cuanto a los precios medios de venta, cabe destacar que los precios medios de las importaciones de vino han experimentado un aumento en los últimos años. El precio medio de las exportaciones de vino español ha subido en la práctica totalidad de categorías de embotellado, pues se abre un segmento para vinos de precio “medio” en el que encajan los caldos españoles. Aun así, el precio medio de importación del vino español sigue siendo inferior al de sus principales competidores.

Dados los precios medios de venta y, dado que el mercado del vino está en crecimiento, se confirma la diversificación de la demanda. Los nuevos consumidores cada vez apuestan más por los vinos del segmento medio y se incrementa la demanda de caldos *premium*.

Para acceder al mercado, los exportadores pueden optar por varias alternativas. La más popular es el importador, dada la dificultad de acortar el canal para empresas sin presencia física en la isla y por el hecho de facilitar el proceso de importación y comercialización. El perfil del importador es heterogéneo, de manera que uno de los factores clave de éxito en el mercado taiwanés es la elección de un importador adecuado, pues, además, no es sencillo cambiar de un importador a otro.

De acuerdo con el proceso de importación en sí, vale la pena mencionar que, si bien el proceso no entraña grandes dificultades, las autoridades aduaneras son muy diligentes y no toleran defectos ni irregularidades. Esto no hace sino reafirmar la importancia de elegir al importador adecuado.

El canal *on trade*, HORECA principalmente, sigue siendo de gran importancia, pues en torno al 30 % del volumen del mercado acumula en torno al 50 % del valor.

Aunque en los últimos cinco años la diferencia se ha acortado, los precios de venta medios en los últimos años son más del doble en el canal *on trade* (venta de botella abierta) que en el canal *off trade* (venta de botella cerrada). Este cambio se está produciendo gracias al crecimiento de la oferta. Asimismo, la reducción en los márgenes comerciales de los importadores por el momento no se ha reflejado en un incremento del precio final del producto.

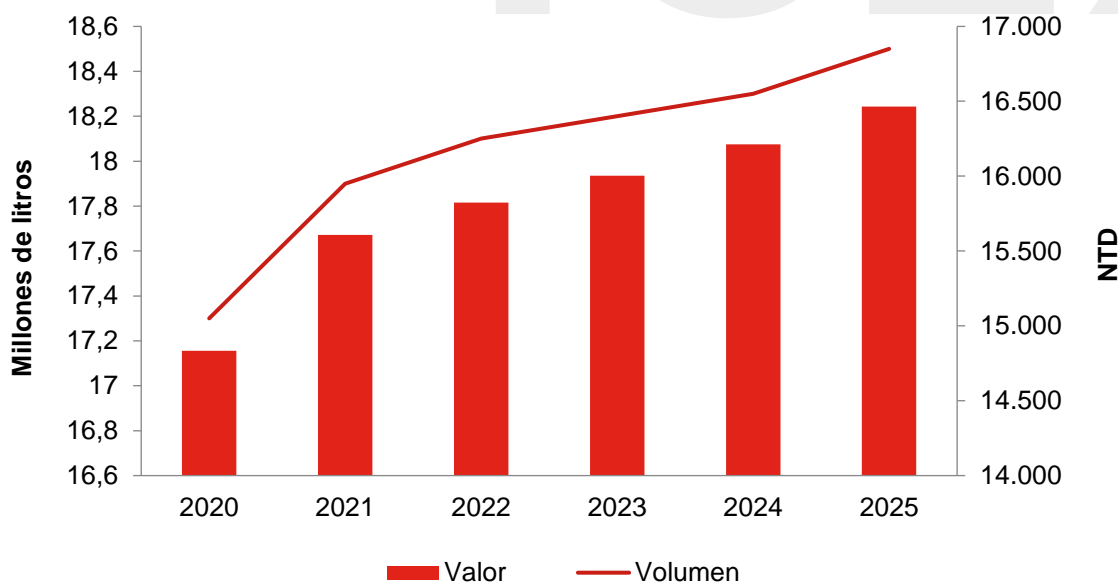
En cuanto a los puntos de venta, dominan el mercado las tiendas especializadas, pues ofrecen asesoramiento y profesionalidad al consumidor taiwanés, el cual aún no es muy experimentado en vino. Por otro lado, los hipermercados se están viendo amenazados por la rápida expansión en general de los supermercados. Las tiendas de conveniencia se apoyan en formatos pequeños, altísima densidad de puntos de venta y disponibilidad 24h.

El formato de venta preferido en la región es la botella de 75 cl. El diseño y etiquetado son dos características altamente valoradas, pues el vino es un regalo habitual y un símbolo de estatus, por lo que diseños originales y llamativos son bien valorados e, incluso, algunos países exportadores han centrado su estrategia en torno a ello.

Finalmente, las perspectivas de crecimiento del mercado del vino en Taiwán mantendrán la tendencia positiva en los próximos años (a excepción del esperado descenso en el año 2020 a causa del COVID-19). Se estima que el crecimiento del sector para 2025 en volumen será de un 6,93 % y de un 10,62 % en valor (acumulado desde 2020). Este crecimiento se fundamenta en la internacionalización del consumidor taiwanés y en el mayor conocimiento del producto en el mercado.

### PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO DEL SECTOR

*Datos en millones de litros y en NTD.*



Fuente: elaboración propia a partir de Euromonitor International.

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

