

Il settore del vino guarda all'Asia: nove mercati, nove traiettorie

scritto da Emanuele Fiorio | 2 Ottobre 2026



Il mercato del vino in Asia mostra nel primo semestre 2026 un quadro tutt'altro che uniforme. Giappone, Cina e Hong Kong evidenziano dinamiche differenti tra volumi e valore, mentre Malesia e Thailandia accelerano. Corea del Sud e Taiwan affrontano una fase più matura, India e Cambogia restano mercati di nicchia. Una fotografia di un continente in trasformazione.

Mentre il mercato mondiale del vino continua a confrontarsi con consumi più prudenti e una domanda complessivamente sotto pressione, **l'Asia restituisce un quadro meno uniforme e, in alcuni mercati, sorprendentemente dinamico.** L'analisi realizzata da Vino Joy News sui dati di importazione del primo

semestre 2026 mostra infatti che, sui nove mercati considerati, soltanto due hanno registrato contemporaneamente una contrazione dei volumi e del valore. Negli altri casi almeno uno dei due indicatori è risultato positivo.

Non significa che l'Asia rappresenti oggi un unico grande mercato in espansione. Al contrario, i dati mostrano **differenze profonde tra economie mature, mercati in fase di assestamento e Paesi ancora nelle prime fasi dello sviluppo del consumo di vino.**

Giappone, il valore cresce più dei litri

Il Giappone si conferma il principale mercato asiatico per valore delle importazioni. Tra gennaio e giugno ha importato 110,54 milioni di litri, in calo dello 0,72% rispetto allo stesso periodo del 2025, ma per un valore di 121,67 miliardi di yen, circa 757 milioni di dollari, in aumento del 5,8%.

È una dinamica significativa: **meno volume, ma maggiore valore.** Il dato suggerisce un incremento del valore medio delle importazioni e una domanda che, almeno in parte, continua a orientarsi verso prodotti di fascia più alta.

A sostenere il mercato contribuiscono anche **ristorazione e turismo.** La spesa nei ristoranti delle aree metropolitane di Tokyo, Osaka e Nagoya ha recuperato il 96,9% dei livelli pre-pandemia, mentre **la spesa media per cliente è aumentata del 19,6% rispetto al 2019.** Il Giappone ha inoltre importato nel semestre 50,92 miliardi di yen di vini spumanti, una cifra vicina ai 65,33 miliardi relativi ai vini imbottigliati in contenitori fino a due litri.

Cina: i litri scendono, il valore tiene

La Cina continentale racconta una storia diversa. Nel **primo semestre 2026** le importazioni hanno raggiunto 101,35 milioni di litri, con una **diminuzione del 10,98%**, mentre il **valore è**

salito dello 0,83% a 716,06 milioni di dollari.

È uno dei dati più interessanti dell'intera analisi. Dopo anni di ridimensionamento, **il mercato cinese non mostra ancora una ripresa dei volumi, ma interrompe almeno sul fronte del valore la lunga fase di contrazione.**

Il cambiamento riguarda anche le occasioni di consumo. Il ridimensionamento dei banchetti aziendali e del gifting ha lasciato maggiore spazio a un consumo più personale e orientato al piacere. Parallelamente, supermercati e piattaforme retail stanno assumendo un ruolo crescente.

La pressione sui prezzi rimane però forte. La maggiore attenzione alla qualità non coincide necessariamente con la disponibilità a spendere di più: il mercato sembra muoversi verso **un rapporto più razionale tra prezzo, qualità e valore percepito.**

Hong Kong torna a crescere

Ancora più evidente è il recupero di Hong Kong. Nel **primo semestre 2026** le importazioni hanno raggiunto 13,13 milioni di litri, **+4,49%**, mentre **il valore è salito del 20,37%**, a 3,65 miliardi di dollari di Hong Kong, circa 465 milioni di dollari USA.

La particolarità è che Hong Kong non può essere letto soltanto come mercato di consumo. La città è infatti **un centro di distribuzione, trading e riesportazione verso la Cina continentale e altri mercati asiatici.** Questo spiega anche il dato pro capite di 61,20 dollari, enormemente superiore a quello degli altri mercati analizzati.

La crescita del valore molto più rapida rispetto ai volumi indica inoltre una componente di **premiumisation**: non necessariamente più vino, ma vino di maggiore valore.

Malesia e Thailandia: la spinta del Sud-Est asiatico

Tra i mercati emergenti spicca la Malesia. Il valore delle importazioni è salito dell'**84,39%**, raggiungendo 209,91 milioni di ringgit, circa 50,38 milioni di dollari. Non è stato possibile reperire una fonte ufficiale facilmente accessibile per i volumi: il dato malese va quindi letto esclusivamente in termini di valore.

Anche la **Thailandia** mostra una dinamica interessante: 9,92 milioni di litri, -0,15%, ma un **valore** di 2,46 miliardi di baht, circa 75,7 milioni di dollari, in crescita del **13,71%**. Il calo dei volumi è stato attribuito soprattutto agli spumanti, mentre i vini fermi hanno registrato incrementi sia in quantità sia in valore.

A incidere sono anche le **politiche di liberalizzazione del settore, il turismo e il peso dell'ospitalità**. Nel 2025 la Thailandia ha accolto circa 32,97 milioni di visitatori internazionali e, al 7 giugno 2026, gli arrivi avevano già raggiunto circa 14,52 milioni.

Corea del Sud e Taiwan: due mercati maturi, ma sotto pressione

La Corea del Sud ha importato 27,07 milioni di litri, -3,18%, ma il **valore è cresciuto dell'1,71%**, arrivando a 214,78 milioni di dollari. Il mercato sembra quindi proseguire nella fase di assestamento successiva al forte sviluppo degli anni della pandemia. Il vino si è però consolidato anche nel consumo domestico e nei canali retail.

Taiwan presenta invece una contrazione su entrambi i fronti: **7,50 milioni di litri, -5,96%**, e 100,44 milioni di dollari di **valore, -8,15%**. È uno dei due mercati dell'analisi nei quali entrambi gli indicatori risultano negativi. Nonostante questo,

i suoi **4,32 dollari di importazioni pro capite** confermano una base di consumo molto più sviluppata rispetto ai mercati emergenti del Sud-Est asiatico.

India, grande popolazione ma mercato ancora piccolo

L'India rappresenta forse il caso più evidente della distanza tra potenziale demografico e dimensione attuale del mercato. Nel primo semestre ha importato 2,51 milioni di litri, **-3%**, per un **valore** di 13,67 milioni di dollari, **+15,91%**.

Il dato pro-capite è appena di 0,009 dollari. La crescita del valore, quindi, parte da una base ancora molto ridotta. Il vino rimane una categoria di nicchia, inserita in un mercato degli alcolici dominato da whisky, rum e birra e caratterizzato da una forte articolazione delle normative statali.

Cambogia, un mercato ancora fragile

La Cambogia rappresenta il mercato più piccolo tra i nove analizzati. Nel primo semestre 2026 ha importato 483.800 litri di vino, in **calo del 38,10%** su base annua, per un **valore** di 2,19 milioni di dollari, **in diminuzione del 16,42%**. Le importazioni pro capite si fermano a circa 0,12 dollari.

Il vino cambogiano dipende in misura significativa da **hotel, ristorazione, turismo e consumatori espatriati**. La crescita dell'offerta alberghiera internazionale e della ristorazione di fascia alta a Phnom Penh e Siem Reap aveva alimentato l'idea di un possibile sviluppo del mercato, ma nel 2026 i dati mostrano una domanda ancora sotto pressione.

Tra i fattori di incertezza sussistono la correzione del mercato immobiliare, una minore fiducia dei consumatori e una ripresa del turismo più lenta delle attese. A questi elementi si aggiungono le ricadute sulla reputazione turistica del

Paese legate alle preoccupazioni internazionali per traffico di esseri umani, frodi nelle telecomunicazioni e altre questioni di sicurezza.

Per le aziende vinicole internazionali, **le dimensioni ancora limitate del mercato e la sua forte dipendenza dall'hospitality suggeriscono un approccio selettivo**, soprattutto attraverso distributori con una presenza consolidata nei canali alberghieri, della ristorazione e del turismo.

Un'Asia molto eterogenea

La fotografia del primo semestre 2026 restituisce dunque **un continente attraversato da dinamiche differenti**:

- Il Giappone cresce in valore senza aumentare i litri;
- la Cina stabilizza il valore dopo anni difficili;
- Hong Kong recupera il ruolo di hub;
- Malesia e Thailandia mostrano una forte accelerazione;
- Corea del Sud e Taiwan attraversano una fase più matura;
- l'India rimane un mercato ancora piccolo nonostante la dimensione della popolazione;
- la Cambogia evidenzia una fase di forte contrazione.

Il dato forse più interessante non è quindi individuare un'unica direzione, ma osservare **come il vino asiatico stia diventando sempre meno una storia di semplice crescita dei volumi e sempre più una questione di valore, canali, occasioni di consumo e capacità di intercettare mercati profondamente diversi tra loro**.

Punti chiave:

1. **Giappone:** importazioni in calo dello 0,72% in volume, ma in crescita del **5,8% in valore**, a conferma della maggiore rilevanza economica della domanda.
2. **Cina:** i volumi scendono del **10,98%**, mentre il valore cresce dello 0,83%, segnalando un mercato ancora in fase di assestamento.
3. **Hong Kong, Malesia e Thailandia:** Hong Kong cresce del **20,37% in valore**, Malesia dell'84,39% e Thailandia del 13,71%.
4. **Corea del Sud e Taiwan:** la Corea registra valore in aumento dell'1,71% nonostante i volumi in calo; Taiwan arretra invece sia in volume sia in valore.
5. **India e Cambogia:** due mercati ancora piccoli e con caratteristiche opposte: l'India cresce del **15,91% in valore**, mentre la Cambogia registra forti cali sia nei volumi sia nel valore.