



WSJ

CONTENIDO LICENCIADO POR
THE WALL STREET JOURNAL

JON EMONT
The Wall Street Journal

El año pasado, las importaciones de este producto cayeron un 11% en China La represión moral de Xi Jinping tiene una nueva víctima: el comercio mundial de vino

En diciembre, Treasury Wine Estates, una empresa vinícola australiana que está entre las más grandes del mundo, informó que tenía un problema: un excedente de vino valorado en cerca de US\$ 150 millones almacenado en bodegas de distribuidores en China.

La culpa la tiene la campaña del Partido Comunista Chino contra el consumo de alcohol en actos y celebraciones.

Una economía difícil y la represión del líder Xi Jinping contra lo que Beijing considera un comportamiento impropio de funcionarios de gobierno han provocado el desplome de lo que alguna vez fue uno de los mercados de vino más lucrativos del mundo. Esto está obligando a los viñateros, desde Burdeos hasta Australia, a arrancar parras y dejar que las uvas se pudran en los campos.

Las esperanzas de que el interés de China por los vinos tintos extranjeros regresara se desvanecieron en mayo, cuando Beijing, como parte de una continua campaña de austeridad, prohibió explícitamente el consumo de alcohol en los actos de gobierno y del Partido Comunista Chino. Los funcionarios están tan temerosos de burlar las normas que una empresa estatal de bebidas alcohólicas se abstuvo de servir alcohol en una conferencia el año pasado, según informaciones de los medios de comunicación y una persona que asistió al evento.

En diciembre, Treasury Wine Estates anunció que reduciría los futuros envíos a China. Pernod Ricard y Diageo, dos compañías europeas de bebidas, están teniendo caídas de dos dígitos en las ventas en China.

La fuerte caída en el consumo de alcohol en la populosa nación asiática ha sido devastadora para los viticultores de todo el mundo, quienes habían llegado a depender de China puesto que los consumidores en otras partes, lo que incluye Europa, están bebiendo menos.

El año pasado, las importaciones de vino chinas cayeron un 11% adicional, desafiando las esperanzas de una recuperación gradual. Ahora están en la mitad de los niveles máximos a los que se llegó en 2018, cuando China compraba vino extranjero valorado en casi US\$ 3 mil millones.

“Hemos visto secarse por completo el mercado (de China)”, manifestó Tim McMullen, dueño de Borambola Wines, una bodega y operación exportadora en el estado australiano de Nueva Gales del Sur.

En 2019, Borambola obtuvo el 40% de sus ganancias en China, pero durante el último año la compañía no ha registrado ni una sola venta ahí, indicó McMullen. La reducida demanda de China está contribuyendo a un exceso de vino para Borambola en casa. Como resultado, McMullen dice que está dejando que un 30% de su fruta se pudra en la parra esta temporada. Y está tratando de reducir costos contratando menos trabajadores, lo que significa que él personalmente realiza una labor física más intensa como limpiar los depósitos de almacenamiento de uva

bajo un calor que supera los 37 grados.
 “Era un mercado realmente bueno, pero todo ha cambiado”, aseguró McMullen.

A partir de mediados de la década de 2000, China llegó a ser el insólito motor del mundo del vino, aumentando su cuota mundial de importaciones de menos de un 1% a un 8% en 2017.

Los productores en Chile, Australia, California y Francia sacaron provecho. La leyenda del básquetbol Yao Ming empezó a embotellar vino en Napa Valley, California. Chinos adinerados compraron alrededor de 100 propiedades en Burdeos, provocando a veces un choque cultural al rebautizarlas con nombres como Conejo Imperial o Antilope Tibetano —o Antilope Tibétaine en francés— para atraer al mercado chino.

“No tengo una especial curiosidad por entender la vida de estos animales, puesto que nunca me encontré, durante mi infancia en Burdeos, con ningún conejo imperial ni antilope tibetano”, escribió el novelista francés Philippe Sollers en una carta abierta al alcalde de Burdeos en 2019, y en la que calificó el cambio de nombres como “espantoso”.

Ese año, una cuarta parte de las exportaciones de vino de Burdeos estuvo destinada a China y esta nación fue el principal mercado internacional de la región. Di-

Beijing ha prohibido el consumo de alcohol en eventos oficiales, otro golpe más para un mercado vinícola que antes era floreciente.



La difícil situación económica ha provocado que algunos ciudadanos chinos se sientan más pobres y menos inclinados a consumir lujos como el alcohol de fabricación extranjera.

FOTOGRAFÍA DE GILLES SARRIE PARA WSJ

versas publicaciones calificaron este aumento repentino de consumo chino de vino como una segunda “Revolución Roja”.

Sin embargo, recientemente, las ventas se han venido abajo. El menor consumo de alcohol durante el covid-19 significó una pérdida sustancial del mercado de vino chino. Al mismo tiempo, un colapso épico en los precios de las propiedades en China dejó a muchas personas con menos recursos y menos inclinadas a consumir lujos como bebidas alcohólicas de fabricación extranjera. Los propietarios chinos adinerados empezaron a deshacerse de sus bienes raíces en Burdeos. En 2022, un grupo francés adquirió Château Antilope Tibétaine. Y recuperó su nombre anterior, Château Sémilnac.

La caída en el consumo de alcohol en China se intensificó el año pasado, cuando la autoridad anticorrupción del país persiguió a funcionarios acusados de mezclar el consumo de alcohol con asuntos del Estado. En un caso sumamente publicitado, nueve funcionarios fueron sancionados cuando un funcionario del distrito en la provincia de Henan murió después de beber alcohol en un banquete a mediodía.

“Los regalos costosos, los banquetes y todo el entretenimiento que estimularon un gran sector de vino importado se han evaporado”, afirmó Ian Ford, socio fundador de Nimblity, una firma consultora de bebidas con sede en Asia.

Muchos jóvenes chinos asocian el vino tinto con acuerdos de negocios y banquetes oficiales, lo que perjudica su atractivo.

“A veces tengo que asistir a reuniones sociales relacionadas con el trabajo donde tomo un poco de vino tinto”, manifestó Wang Nan, joven de 26 años de Shanghai quien trabaja en el comercio electrónico. “No obstante, trato de beber lo menos posible porque deja una mancha en los labios y no sabe muy bien”. Si ella es la anfitriona de un evento, no sirve vino tinto.

“El vino ha perdido ese halo que tenía”, aseguró Judy Chan, quien dirige Grace Vineyards, una bodega familiar china que fue improductiva el año pasado debido a la caída de su negocio. “No está de moda pedir vino”. En diciembre, Chan vendió una participación mayoritaria de su bodega al fundador de un gigante minorista chino, con lo cual espera ampliar su base de clientes y

eleva las ventas.

La caída vertical de las importaciones chinas está llevando a algunas regiones vitivinícolas al borde del colapso.

En noviembre, Riverland Wine, una asociación vinícola regional en el sur de Australia, escribió una “Carta Abierta Urgente” al gobierno del estado en la que señalaba que el precio de la uva Shiraz en la región había caído en más de dos tercios desde que empezaron los grandes problemas con el mercado de China en 2020. Espera que los precios este año incluso empeoren. “En estos momentos Riverland... está en estado crítico”, decía la carta.

Entre las regiones más afectadas se encuentra Burdeos. El año pasado, las exportaciones de Burdeos a China disminuyeron un 28% en términos de volumen y ahora llegan a menos de una cuarta parte del volumen de 2017, cuando la nación asiática era el principal destino de las exportaciones de la región. Otros países también están comprando menos.

“Desde un punto de vista social es terriblemente penoso”, manifestó Allan Sichel, importante productor de vino de Burdeos, y agregó que los viticulto-

res se han visto obligados a arrancar parras. Desde 2023, la región de Burdeos ha abandonado alrededor de un 20% de su área vitivinícola.

A principios de 2025, Treasury Wine Estates, al igual que otros exportadores australianos, tenía grandes esperanzas de un regreso del mercado chino.

Durante la década de 2010, la marca Penfolds de la compañía se había convertido en uno de los vinos más emblemáticos de China. Su nombre local, “Ben Fu”, se traducía como “Corriendo Hacia la Prosperidad”, lo cual capturaba el espíritu de la época de los años de auge económico de China. Pero en 2020, esta impuso fuertes aranceles al vino australiano y a otros productos como parte de una disputa geopolítica. Como resultado, Penfolds recibió un duro golpe en el mercado chino.

En 2024, China eliminó los aranceles y Penfolds trató de recuperar el tiempo perdido mediante el envío de grandes cantidades de vino tinto al país. Al principio, las cosas iban bien. Luego, en mayo, llegaron las regulaciones que prohibían el alcohol en los eventos del gobierno, lo que, según la compañía, afectó a “todo el mundo en el mercado”. En octubre, Treasury retiró su guía anual, y afirmó que las compras de Penfolds en China estaban cayendo “muy por debajo de las expectativas”.

El director ejecutivo, Sam Fischer, aseguró que Penfolds está bien posicionado para “navegar por la dinámica del mercado a corto plazo”. Y agregó que los distribuidores de la compañía en China han tenido recientemente más éxito en la venta de Penfolds.

En febrero, la compañía anunció que había empezado a reducir el inventario de Penfolds en China en alrededor de 400 mil cajas durante los próximos dos años.

“La torta se vuelve más pequeña y cada vez más personas están luchando por esta”, dijo Judy Chan, la productora de vino. “Y en cierto modo esa es la sensación general”.

Zhao Yueling colaboró con este artículo. Traducido del inglés por “El Mercurio”.