

Um
mundo de
oportunidades

Volume 11
Origem: vegetal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.



CACHAÇA. TRADIÇÃO DESTILADA EM NOVAS OPORTUNIDADES NO MERCADO CHINÊS

Data: 10/11/2025

Posto: Pequim/China

Palavras-chave: China, cachaça, cana-de-açúcar, destilados

Responsável: Jean Gouhie

SUMÁRIO:

A China consolidou-se como um dos maiores e mais dinâmicos mercados de bebidas alcoólicas do mundo, com crescimento expressivo no consumo de destilados premium e artesanais. Embora a cachaça brasileira ainda não seja amplamente reconhecida como categoria própria, o cenário atual revela forte tendência de diversificação e interesse crescente por produtos com identidade cultural, autenticidade e origem geográfica definida. Nesse contexto, a cachaça encontra um ambiente promissor para inserção estratégica, especialmente se apoiada por ações consistentes de promoção, participação em feiras e competições internacionais, e iniciativas de valorização da coquetelaria. Esses elementos são fundamentais para educar o mercado, reforçar a diferenciação frente a outros destilados e ampliar o prestígio da bebida brasileira. Sua associação natural à caipirinha, coquetel amplamente conhecido no mundo, pode ser explorada como vetor de soft power e expressão da cultura brasileira, contribuindo para posicionar a cachaça como produto autêntico, sofisticado e com potencial de valorização no segmento premium chinês.

CONTEXTO E TENDÊNCIAS DO MERCADO DE DESTILADOS NA CHINA

A China se consolidou como o maior mercado consumidor de bebidas alcoólicas do mundo, liderado pelo baijiu (destilado tradicional local), mas com crescente abertura para bebidas importadas. A urbanização, o aumento da renda disponível e a busca por estilos de vida internacionais têm impulsionado o consumo de vinhos, cervejas artesanais e destilados como whisky, rum e gin.

No segmento de destilados, o país demonstra forte apetite por produtos premium, associados a qualidade, origem e autenticidade. O consumo em bares de coquetelaria de grandes cidades como Xangai, Pequim e Shenzhen é vetor de difusão de novas bebidas. A chamada cocktail culture tem sido um espaço de experimentação para destilados diferenciados, o que representa oportunidade estratégica para a cachaça brasileira.

O mercado de aguardentes de cana na China é atualmente dominado por rum importado, com apelo consolidado em bares e mixologia, e por produtos locais similares, em menor escala. A cachaça brasileira ainda é pouco conhecida no mercado chinês. No entanto, pode se diferenciar pela narrativa de autenticidade cultural, pela forte associação ao Brasil e por sua versatilidade em coquetéis tropicais, especialmente na caipirinha, drink que já goza de reconhecimento internacional e pode funcionar como verdadeiro instrumento de soft power. Assim como o futebol e a figura icônica da capivara na China, a caipirinha transmite um imaginário de alegria, descontração e hospitalidade que reforça a marca Brasil.

Figura 1: Evento “Cachaça Night”, realizado em Pequim, em março de 2019, que teve como objetivo a promoção da cachaça.



Fonte: CGTN (<https://portuguese.cri.cn/news/china/407/20190322/265351.html>)

A cachaça enquadra-se no código HS 2208.40 (aguardentes de cana-de-açúcar), que inclui também o rum. O mercado chinês de importação desse código é dominado por países tradicionais produtores de rum (Caribe, América Central e Filipinas).

Do ponto de vista regulatório, a importação requer registro através do sistema de Registro de Empresas de Importação de Alimentos da China (CIFER) da Administração Geral das Alfândegas da China (GACC), com rotulagem em chinês. As alíquotas de importação aplicadas aos produtos sob o código HS 2208.40 giram em torno de 10% (Nação mais favorecida - NMF), acrescidas do imposto de valor agregado (IVA) de 13%, em linha com outros destilados. Não há barreiras sanitárias específicas além das exigências gerais de segurança alimentar e padronização de bebidas alcoólicas.

O processo de entrada para importação de destilados na China envolve etapas críticas de logística, transporte e desembaraço aduaneiro. Ao chegar, muitas empresas utilizam armazéns alfandegados para armazenar seu vinho em ambientes com temperatura controlada, preservando a qualidade e adiando impostos e taxas até a distribuição. Após o desembaraço aduaneiro, o vinho é transportado internamente para distribuidores, atacadistas ou varejistas. A distribuição envolve parcerias com importadores e distribuidores locais que estabeleceram redes na China. Os destilados são vendidos por meio de canais de atacado para restaurantes, hotéis e lojas de varejo, bem como por meio de canais de varejo, como supermercados, lojas especializadas e comércio eletrônico.

O comércio eletrônico transfronteiriço (CBEC) representa alternativa estratégica, pois permite testar produtos com menores exigências regulatórias, beneficiando-se de tributação simplificada. Maiores informações sobre o comércio eletrônico transfronteiriço chinês podem ser encontradas no site (chinês):

<https://baike.baidu.com/item/%E8%B7%A8%E5%A2%83%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1/12747090>

De acordo com os dados de importação, observa-se que, embora ainda modesta em relação a grandes fornecedores como Porto Rico e Cuba, a participação brasileira no mercado chinês de destilados de cana apresenta trajetória de crescimento. As exportações do Brasil passaram de 15,9 mil litros em 2023 para 22,8 mil litros em 2024, alcançando 34,5 mil litros apenas entre janeiro e agosto de 2025, com valores superiores a US\$ 112 mil no período. Esse movimento, ainda incipiente, sinaliza que há espaço para expansão, sobretudo se associado a esforços de promoção e diferenciação da cachaça frente ao rum.

Tabela 1: Principais Exportadores de Rum e outras bebidas obtidas pela destilação de produtos fermentados da cana-de-açúcar (HS 22084000) para a China (2023–2025*)

Principais Exportadores	Tarifa	Volume 2023 (L)	Volume 2024 (L)	Volume 2025 jan-ago (L)	Valor 2023 (US\$)	Valor 2024 (US\$)	Valor 2025 jan-ago* (US\$)
Porto Rico	10%	2.235.103	2.326.502	2.296.791	5.197.437	5.918.951	6.047.812
Cuba	10%	152.657	129.395	176.376	947.561	654.646	968.905
Reino Unido	10%	221.545	286.934	227.397	750.702	963.683	851.981
França	10%	109.880	79.329	180.198	574.189	400.645	505.705
Austrália	0	23.036	8.083	1.920	548.059	347.250	156.625
Estados Unidos	45%	246.496	246.827	86.513	420.464	534.696	205.194
Rep. Dominicana	10%	51.895	4.971	198.842	417.018	299.685	288.276
.....							
Brasil	10%	15.922	22.836	34.582	55.301	54.899	112.325
.....							
Total	/	3.455.966	3.480.459	3.618.257	11.073.010	10.928.431	11.291.813

Fonte: Autor, com dados da [GACC, 2025](http://stats.customs.gov.cn/) (<http://stats.customs.gov.cn/>)

EVENTOS ESTRATÉGICOS E PROMOÇÃO

A inserção da cachaça brasileira no mercado chinês exige presença consistente em eventos que combinem promoção comercial, promoção cultural e articulação institucional. Esses espaços funcionam como vitrines estratégicas para posicionar a bebida não apenas como produto, mas como expressão autêntica da identidade e da cultura brasileira.

As grandes feiras de bebidas e alimentos na China oferecem oportunidades para todas as categorias de cachaça, desde marcas voltadas à distribuição em escala até rótulos artesanais e de pequeno volume, enquanto as competições internacionais de destilados constituem plataformas ideais para o posicionamento de produtos premium, reforçando sua reputação e diferenciação frente ao público especializado e à mídia setorial.

ProWine Shanghai – Xangai - Novembro

Figura 2: ProWine Shanghai, edição 2023



Fonte: <https://www.prowine-shanghai.com/en>

Focada exclusivamente em vinhos e destilados, a ProWine Shanghai é uma das principais feiras de bebidas alcoólicas da Ásia, reunindo importadores, distribuidores, especialistas em marketing e representantes de bares e restaurantes.

O público é altamente segmentado, o que favorece a promoção da cachaça no nicho de bebidas premium e artesanais. A estrutura do evento estimula degustações, palestras técnicas e sessões de harmonização, fundamentais para educar o mercado sobre a diferenciação da cachaça em relação ao rum e a outros destilados latino-americanos.

Site oficial: <https://www.prowine-shanghai.com/en>

CIADE – China International Alcoholic Drinks Expo - Luzhou (primavera) e Wuhan (outono)

Figura 3: China International Alcoholic Drinks Expo, edição 2024



Organizada pela Associação da Indústria de Bebidas da China, com apoio do Ministério do Comércio (MOFCOM) e do Ministério da Indústria e Tecnologia da Informação (MIIT), a CIADE é uma das principais feiras do setor de bebidas alcoólicas do país.

Realizada em Luzhou (na primavera) e Wuhan (no outono), a feira reúne vinhos, destilados, cervejas e coquetéis de marcas chinesas e internacionais. Com fóruns, competições e ampla presença de profissionais do setor, consolida-se como plataforma essencial para negócios, intercâmbio técnico e promoção de bebidas premium.

Para a cachaça brasileira, a CIADE representa uma oportunidade singular de visibilidade e posicionamento, especialmente em regiões onde o consumo de destilados locais, como o baijiu, é forte e o público é receptivo a experiências de novos sabores.

Site oficial: <https://www.ciade.cc/index.php/ExhibitionIntroduced/index/cid/2.html>

CFDF – China Food and Drinks Fair - Outubro

Realizada desde 1955, a China Food and Drinks Fair (CFDF) é uma das mais influentes feiras do setor de alimentos e bebidas da China. As cidades-sede mudam a cada edição, refletindo sua abrangência nacional e sua função de ponto de encontro estratégico entre fabricantes, distribuidores e compradores.

A CFDF reúne empresas dos segmentos de vinhos, destilados, alimentos processados e bebidas premium, funcionando como plataforma para lançamento de produtos e consolidação de parcerias comerciais.

Em outubro de 2025, a edição foi sediada em Nanjing, destacando-se pelo alto nível de profissionalização e pelo interesse crescente em bebidas estrangeiras com apelo de origem.

Site oficial: www.qgtjh.org.cn

China International Import Expo (CIIE) – Xangai - Novembro

Realizada anualmente desde 2018, a CIIE é organizada diretamente pelo governo chinês e considerada a mais importante feira de importação do país. Trata-se de uma vitrine institucional de grande peso político, com a participação de autoridades de alto nível, embaixadas e associações empresariais. A presença brasileira no evento amplia credibilidade, favorece contatos estratégicos e permite mostrar a cachaça como símbolo nacional.

Site oficial: <https://www.ciie.org/zbh/en/>

SIAL China – Xangai - Maio

É a maior feira de alimentos e bebidas da Ásia, reunindo importadores, distribuidores e representantes de varejo e food service. Realizada desde 2000, a SIAL é reconhecida como espaço privilegiado para negócios e lançamento de produtos. Para a cachaça, trata-se de ambiente ideal para testar posicionamento comercial, fechar parcerias de distribuição e avaliar tendências de consumo no mercado asiático.

Site oficial: <https://www.sialchina.com/>

Eventos culturais e diplomáticos

Além das grandes feiras comerciais, iniciativas de promoção cultural já demonstraram impacto positivo na percepção da cachaça na China. Em 2019, por exemplo, um evento realizado em Pequim destacou a bebida brasileira em atividades voltadas tanto para público especializado quanto para o público geral, atraindo jornalistas, importadores e representantes do setor de bebidas. A ocasião contou com cobertura da mídia chinesa, incluindo matéria da China Global Television Network (CGTN) intitulada “Cachaça do Brasil agita paladar dos chineses em Beijing”, disponível em:

<https://portuguese.cri.cn/news/china/407/20190322/265351.html>

Competições e Reconhecimento Internacional na China

As competições internacionais de destilados realizadas na China têm ganhado crescente relevância como instrumentos de reconhecimento técnico e comercial, atraindo jurados experientes, especialistas de marketing e importadores de todo o mundo.

Para as cachaças premium e artesanais brasileiras, esses eventos representam excelentes oportunidades de visibilidade e valorização, uma vez que as medalhas conquistadas funcionam como selos de qualidade reconhecidos pelo mercado chinês, podendo ser aplicadas nos rótulos e materiais promocionais das marcas.

China Wine & Spirits Awards (CWSA)

Além das grandes feiras comerciais, iniciativas de promoção cultural já demonstraram impacto positivo na percepção da cachaça na China. Em 2019, por exemplo, um evento realizado em Pequim destacou a bebida brasileira em atividades voltadas tanto para público especializado quanto para o público geral, atraindo jornalistas, importadores e representantes do setor de bebidas. A ocasião contou com cobertura da mídia chinesa, incluindo matéria da China Global Television Network (CGTN) intitulada “Cachaça do Brasil agita paladar dos chineses em Beijing”, disponível em:

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E7%8E%AF%E7%90%83%E8%91%A1%E8%90%84%E9%85%92%E5%8F%8A%E7%83%88%E9%85%92%E5%A4%A7%E5%A5%96%E8%B5%9B/19465222>

International Spirits Grand Competition (China)

O International Spirits Grand Competition (ISGC) é organizado pela Associação Chinesa de Circulação de Alimentos Não Básicos e, desde sua criação em 2019, tornou-se um evento-chave da indústria global de bebidas destiladas.

A competição emprega avaliação cega com base em sete dimensões sensoriais – cor, aroma, sabor e harmonia geral –, atribuindo premiações de Grande Ouro, Ouro e Prata, com taxa de premiação inferior a 30%.

A cada edição, o júri é composto por 60 a 80 especialistas selecionados de um banco de mais de 600 avaliadores internacionais, incluindo críticos, especialistas técnicos e distribuidores, garantindo profissionalismo e imparcialidade.

A edição de 2025, realizada em Hongchiba, Wuxi, Chongqing, a 2.300 metros de altitude, inovou ao adotar um formato alpino ao ar livre, reunindo 616 produtos de quase 300 empresas globais, um recorde histórico.

Mais informações:

<https://baike.baidu.com/item/2025ISGC%E5%9B%BD%E9%99%85%E7%83%88%E9%85%92%E7%BC%88%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E7%BC%89%E5%A4%A7%E5%A5%96%E8%B5%9B/66728625>

China International Spirits Challenge (CISC)

A China International Spirits Challenge (CISC) é organizada pelo Comitê do Congresso de Desenvolvimento de Marcas de Segurança Alimentar da China, em parceria com o Instituto de Pesquisa de Padronização da China.

Criada em 2022 e já em sua 4ª edição em 2025, a competição tem como missão promover o desenvolvimento de alta qualidade da indústria de destilados, estabelecendo uma plataforma integrada de “padrões técnicos + reconhecimento de mercado + disseminação internacional”.

O CISC tem se destacado por atrair marcas premium globais e por incentivar a adoção de padrões técnicos elevados, tornando-se um ambiente estratégico para apresentação de cachaças de alta qualidade ao público chinês e internacional.

Mais informações: https://www.sohu.com/a/881468105_121993047

Figura 4: China International Spirits Challenge , edição 2024



Fonte: https://www.sohu.com/a/881468105_121993047

CONCLUSÃO

O mercado chinês oferece condições favoráveis para a inserção da cachaça como destilado diferenciado no segmento premium, especialmente diante do crescente interesse do consumidor chinês por produtos com identidade, origem e autenticidade cultural. Embora a presença brasileira ainda seja incipiente, os dados de importação indicam trajetória ascendente, evidenciando oportunidades concretas de expansão.

A consolidação da cachaça na China depende de uma estratégia integrada, que combine posicionamento comercial, visibilidade institucional e reconhecimento técnico. Nesse contexto, a participação em feiras setoriais, competições internacionais e eventos culturais é elemento-chave para educar o mercado, fortalecer a marca “Cachaça do Brasil” e estabelecer conexões duradouras com importadores, distribuidores e formadores de opinião.

Somada ao uso estratégico do comércio eletrônico transfronteiriço (CBEC) e a parcerias com importadores especializados, essa presença ativa em eventos contribui para aumentar o prestígio, a compreensão e o valor percebido da cachaça junto ao público chinês.

Ao associar a narrativa de autenticidade e brasilidade à qualidade artesanal e à popularidade da caipirinha, a cachaça brasileira reúne todos os elementos para consolidar-se como destilado reconhecido, competitivo e valorizado no mercado chinês.