

Um
mundo de
oportunidades

Volume 14
2026

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

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jenny Silva Brito

Equipe técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

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

Marcelo Cláudio Pereira

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

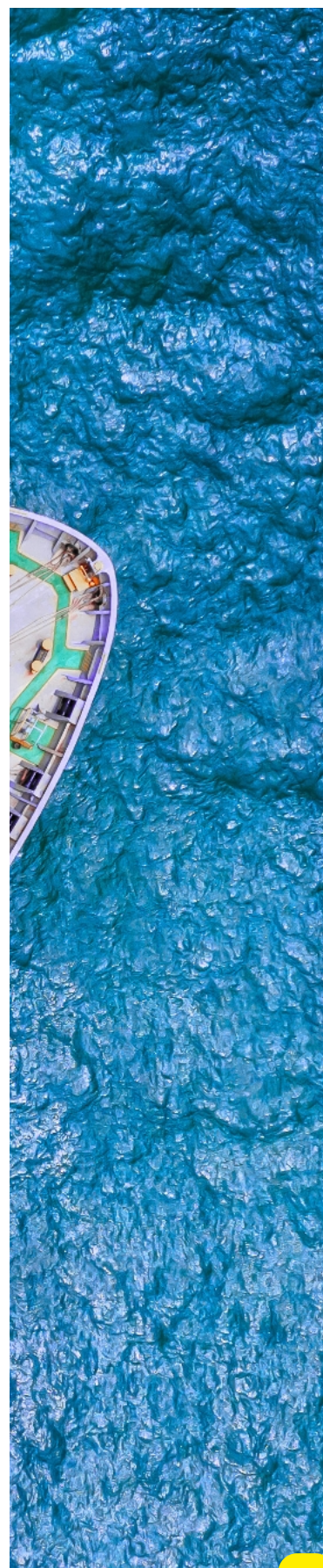
Resumo

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.





O MERCADO DE VINHOS E ESPUMANTES NA COREIA DO SUL: TENDÊNCIAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Data: 10/02/2026

Posto: SEUL/COREIA DO SUL

Palavras-chave:vinhos; espumantes; mercado

Responsável:Ricardo Zanatta Machado - Adido Agrícola em Seul, Rodrigo Braune

Wanderley – Assistente técnico da adidância agrícola

SUMÁRIO:

A Coreia do Sul apresenta um mercado de vinhos em processo de maturação, marcado pela valorização da qualidade, diversificação do consumo e forte dependência de importações. Após um período de expansão durante a pandemia, as importações de vinho entraram em fase de retração, refletindo mudanças no perfil do consumidor e maior concorrência com outras bebidas alcoólicas. O país importa majoritariamente de fornecedores beneficiados por acordos comerciais com tarifas reduzidas ou nulas, o que impõe desafios à competitividade de exportadores brasileiros. Ainda assim, o crescimento dos canais off-trade, a sofisticação do paladar, o aumento no consumo de espumantes e a relevância das relações comerciais presenciais indicam oportunidades estratégicas para vinhos posicionados em segmentos de maior valor agregado.

A Coreia do Sul figura entre os países com maior consumo per capita de bebidas alcoólicas. Apesar das mudanças recentes nos hábitos da população, o consumo de álcool continua sendo um elemento central da vida social, associado à construção de relações interpessoais, à socialização e ao convívio em grupo. No ambiente corporativo, por exemplo, encontros após o expediente continuam relativamente comuns, funcionando como espaços informais de integração, reforço das hierarquias e fortalecimento dos vínculos profissionais.

No que diz respeito especificamente ao mercado de vinhos, a Coreia do Sul ocupa atualmente a 20ª posição entre os maiores importadores mundiais do produto. Após um período de forte expansão das importações durante os anos da pandemia de COVID-19 — com destaque para o pico registrado em 2021 — o país passou a vivenciar uma fase de retração nos volumes importados.

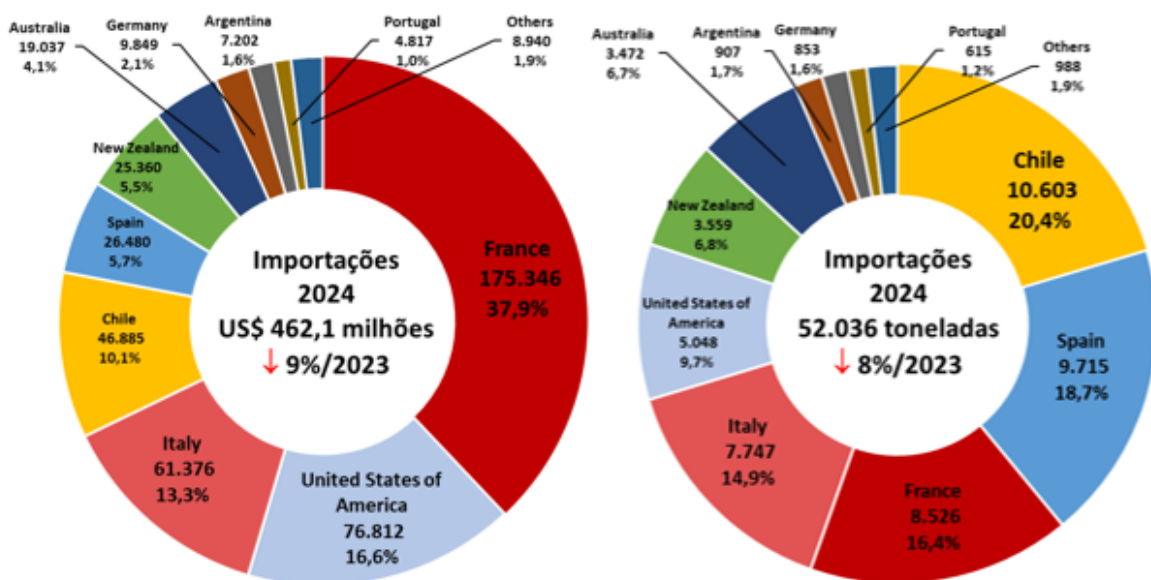
Esse novo contexto reflete uma mudança no perfil do consumidor, cada vez mais orientado à qualidade em detrimento da quantidade, além de uma competição mais intensa com outras categorias de bebidas alcoólicas, como uísques e outros destilados.

Nesse sentido, o aumento da renda da população ao longo das últimas décadas tem favorecido a internacionalização dos hábitos de consumo, o refinamento do paladar e a busca por produtos de diferentes origens. O vinho se insere nesse movimento como uma bebida associada à diversidade cultural, à sofisticação e à experimentação, estimulando o interesse por rótulos importados e por categorias de maior qualidade e prestígio.

Como as condições climáticas locais limitam a produção de vinhos em larga escala, o mercado sul-coreano é fortemente dependente de importações. Dessa forma, a maior parte dos vinhos consumidos no país é proveniente do exterior.

Em 2024, a Coreia do Sul importou US\$ 462 milhões em vinhos, totalizando cerca de 52 mil toneladas. Em termos de volume, os principais fornecedores foram Chile, Espanha, França, Itália, Estados Unidos, Nova Zelândia, Austrália, Argentina, entre outros. Já em termos de valor, destacam-se França, Estados Unidos, Itália, Chile, Espanha, Nova Zelândia, Austrália, Alemanha e Argentina.

Gráfico 1. Importações coreanas de vinhos (HS 2204), em 2024, valor e volume, por país.

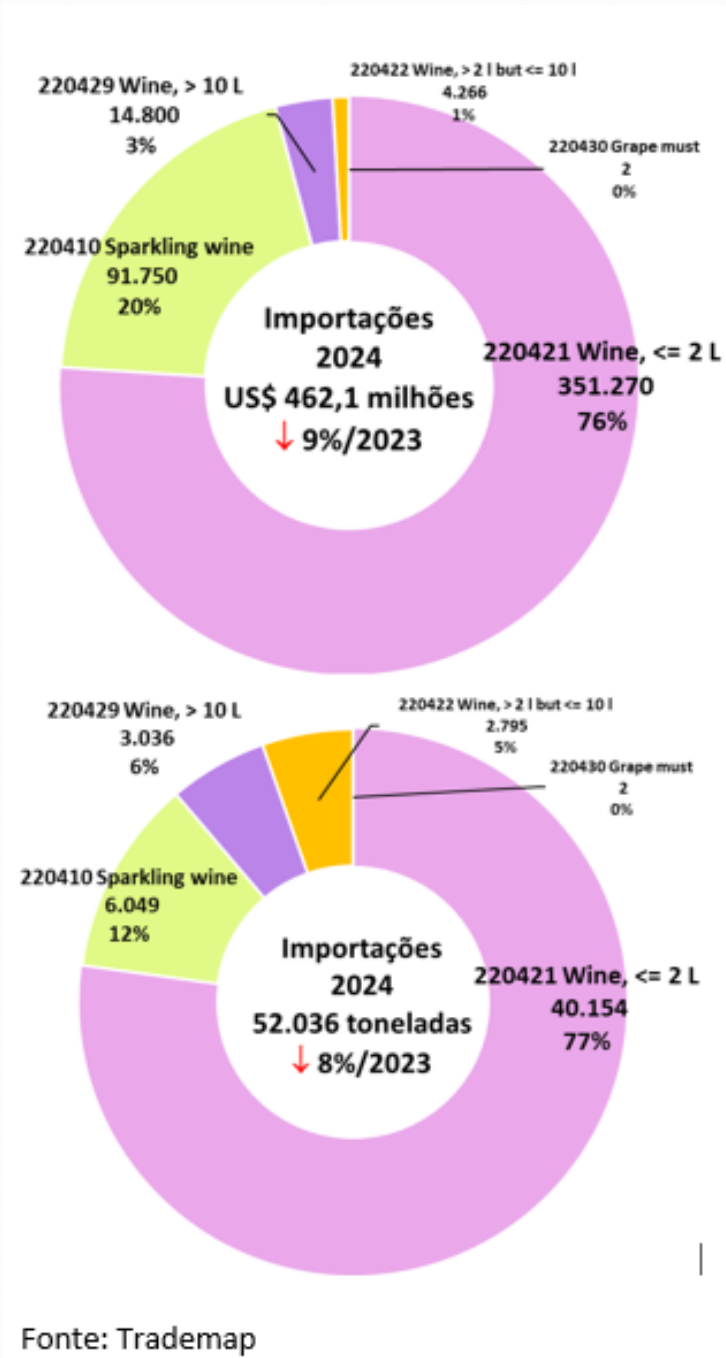


Fonte: Trademap

Entre os principais tipos de vinhos importados pelo país, destacam-se os vinhos acondicionados em recipientes de até 2 litros, que representaram 76% do volume importado em 2024. Em seguida aparecem os vinhos espumantes (20,8%) e os vinhos acondicionados em recipientes entre 2 e 10 litros (3%).

Dentro da fatia dos vinhos acondicionados em recipientes de até 2 litros (US\$ 462,1 milhões e 52.036 toneladas), destacam-se, em valor, os vinhos tintos (68,4%), seguidos dos vinhos brancos (27,8%) e dos outros tipos de vinhos (3,8%).

Gráfico 2. Importações coreanas, por tipo de vinho (HS 2204), em 2024, em valor e volume.



Observa-se, nesse contexto, uma crescente popularidade dos vinhos brancos e espumantes, o que indica um amadurecimento do paladar do consumidor sul-coreano. Esse movimento sugere um afastamento gradual do consumo quase exclusivo de vinhos tintos e uma maior disposição para experimentar novas categorias, refletindo um perfil de consumo mais sofisticado e diversificado. Em 2020, as importações de espumantes representavam 14% do total de vinhos importados. Em 2024, essa participação aumentou para 20%, em termos de valor.

Os principais países fornecedores de vinho para a Coreia do Sul se beneficiam de acordos comerciais que garantem preferências tarifárias significativas, chegando, em muitos casos, à alíquota zero. Para o Brasil, entretanto, as desvantagens são expressivas: as exportações brasileiras de vinho estão sujeitas a tarifas de 15%, o que reduz significativamente a competitividade frente a produtos oriundos do Chile, dos Estados Unidos, da União Europeia, da Austrália e da Nova Zelândia.

Tabela 1. Tarifas de importação para vinho (HS 2204)

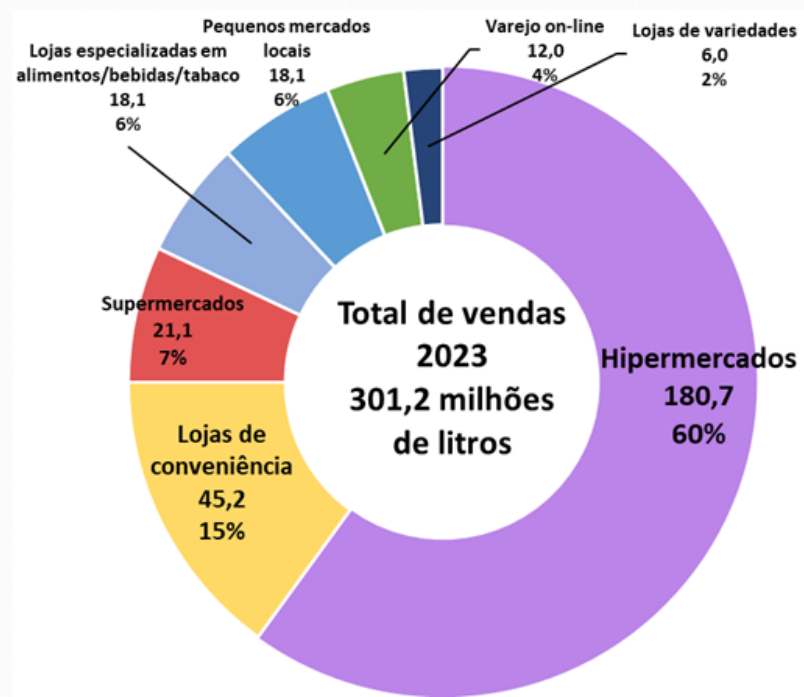
País	Tarifa aplicada
Estados Unidos, União Europeia, Chile	0%
Austrália, Nova Zelândia	0-9%
Brasil, Argentina, Uruguai (Nação Mais Favorecida - NMF)	15%

Fonte: Customs Korea (2025)

No mercado sul-coreano, o canal off-trade — voltado ao consumo doméstico — domina as vendas de vinho, superando amplamente o canal on-trade (bares e restaurantes). Entre os canais de venda, os supermercados de grande porte permanecem como o principal ponto de compra, seguidos por lojas de departamento e estabelecimentos especializados.

Nos últimos anos, contudo, as lojas de conveniência vêm ganhando destaque, apresentando crescimento expressivo nas vendas de vinho. Esse avanço está associado principalmente à flexibilização das regras para pedidos online de bebidas alcoólicas, implementada a partir de 2020, que passou a permitir a compra digital com retirada presencial. A praticidade desse modelo transformou as lojas de conveniência em pontos estratégicos de retirada, impulsionando o consumo de vinho nesse canal, mesmo em um contexto recente de desaceleração das importações.

Gráfico 3. Vendas de vinho no varejo (off-trade), por canal, na Coreia do Sul, em 2023 (em milhões de litros).



Fonte: Euromonitor International, 2025, em “Análise das tendências do setor – Cerveja, vinho e bebidas espirituosas na Coreia do Sul”.

Por fim, é importante destacar que os importadores e comerciantes sul-coreanos atribuem grande valor aos contatos pessoais e à construção de relações de confiança. Nesse sentido, as feiras comerciais representam uma oportunidade relevante tanto para o estreitamento de laços com compradores locais quanto para o melhor entendimento das dinâmicas do mercado e das tendências de consumo.

Um dos principais eventos do setor é a Seoul International Wines & Spirits Expo (SIWSE), feira exclusiva para o setor de bebidas alcoólicas e vinhos. A próxima edição ocorrerá entre 18 a 20 de junho de 2026. Na edição de 2025, o evento contou com a participação de 27 países, 347 expositores e recebeu um público de 60.473 visitantes, dos quais 21.649 eram compradores.

Com o objetivo de facilitar o contato entre exportadores brasileiros e importadores sul-coreanos, a Adidância Agrícola do Brasil em Seul elaborou uma lista com informações detalhadas sobre os principais importadores de vinhos do país, segmentados entre importadores de vinhos de diversas origens e importadores especializados em vinhos sul-americanos. A lista pode ser acessada [aqui](#).