vinetur

В июле продажи канадского виски в штатах США, где действует система государственного контроля, сократились на 8,5 %

По данным NABCA, данная категория стала единственным крупным сегментом спиртных напитков, который продемонстрировал спад на всех рынках, охваченных мониторингом.

среда, 2 сентября 2026 г.



В июле продажи канадского виски резко сократились в штатах США, где действует система контроля за оборотом алкогольной продукции, продемонстрировав самый слабый результат среди всех основных категорий спиртных напитков согласно последним ежемесячным данным Национальной ассоциации по контролю за алкогольной продукцией (NABCA) и став единственной категорией, показавшей спад на всех рынках, включенных в выборку.

Данные NABCA за июль 2026 года показывают, что объем розничных продаж канадского виски, измеряемый в эквивалентах девятилитровых ящиков, сократился на 8,5 % по сравнению с предыдущим годом. В стоимостном выражении за тот же период объем продаж сократился на 8,4 %. За 12 месяцев до июля объем продаж в этой категории снизился на 7,4 %, а стоимость — на 7,9 %, что свидетельствует о устойчивом спаде, который в последний месяц усилился.

Ежемесячное падение оказалось на 1,1 процентного пункта более значительным, чем снижение объема за скользящий 12-месячный период. Этот разрыв свидетельствует о том, что в течение лета ситуация в данной категории ухудшилась еще больше, а не просто продолжала развиваться прежними темпами. Тот факт, что за 12-месячный период стоимость снизилась чуть больше, чем объем, также указывает на давление на цены или ассортимент продаж, причем, вероятно, свою роль сыграли более дешевые продукты или более значительные скидки. В открытом отчете NABCA не приводятся абсолютные данные о ценах в данной категории, поэтому эту тенденцию невозможно измерить напрямую.

Этот спад произошел на фоне того, что рынок спиртных напитков в штатах с регулируемым оборотом в целом оставался практически неизменным по объему, но продемонстрировал снижение в долларовом выражении. По всем категориям спиртных напитков объем продаж в июле на 18 рынках с контролем, охватываемых NABCA, вырос на 0,3 % до 5 538 845 девятилитровых ящиков, в то время как розничная стоимость снизилась на 2,2 % до 1,143 млрд долларов. Это привело к предполагаемому эффекту изменения цен и ассортимента на уровне около -2,5 %, что означает: на рынке было продано немного больше продукции, но выручка на эквивалент ящика снизилась.

Незначительный рост объема продаж на рынке в целом не отражал восстановления спроса на традиционные дистиллированные спиртные напитки. Рост был обусловлен в основном сегментом коктейлей, лидером которого стали готовые к употреблению напитки в банках. Объем продаж этой категории в июле вырос на 19,5 %, а стоимость — на 18,5 %, что значительно превзошло показатели остальной части рынка и компенсировало снижение продаж в нескольких традиционных категориях.

На этом фоне показатели канадского виски были заметно слабее, чем у других видов виски и основных «коричневых» спиртных напитков. Объем продаж шотландского виски в июле вырос на 3,2%, а текилы — на 3,1%. Ирландский виски продемонстрировал небольшой рост на 0,4%. В течение месяца также росли продажи ликеров и кашасы. После канадского виски следующими по

масштабу спада стали коньяк и бренди, объемы продаж которых сократились на 6,4 % как в объемном, так и в стоимостном выражении, за ними следовали джин, ром и американский виски.

За 12 месяцев ситуация для канадского виски также складывалась негативно. По скользящим данным NABCA, по итогам июля объем продаж в этой категории сократился на 7,4 %, а стоимость — на 7,9 %, что свидетельствует о более резком спаде, чем на рынке штатов с государственным контролем в целом, где общий объем продаж спиртных напитков снизился на 0,6 %, а стоимость — на 2,6 %. Только коктейли, текила и кашаса продемонстрировали рост объемов за весь 12-месячный период, а по стоимости выросли также только коктейли и кашаса.

Данные охватывают штаты и юрисдикции, где продажа алкоголя осуществляется через системы государственного контроля, а не весь рынок США. Это означает, что результаты являются важным показателем конъюнктуры рынка, но их не следует рассматривать как общенациональные итоги. NABCA также отметила, что на результаты июля повлияли несколько сбоев, характерных для конкретных рынков. В Мичигане было на четыре торговых дня меньше, чем в том же месяце прошлого года. В Юте изменилась модель работы магазинов по продаже алкоголя по агентскому принципу: от традиционной модели закупок перешли к системе, основанной на передаче товаров. В то же время Нью-Гэмпшир выиграл от активной рекламной кампании, связанной с акцией «Summertime Bonus Card Bonanza».

Эти местные факторы оказали заметное влияние на показатели по всем штатам, входящим в панель. В Нью-Гэмпшире в июле был зафиксирован скачок общего объема продаж спиртных напитков на 21,5 % и рост стоимости на 21,1 %; NABCA частично связывает этот всплеск с рекламными акциями, которые способствовали росту продаж таких категорий, как шотландский виски и текила. Мичиган пошел в противоположном направлении: общий объем продаж спиртных напитков сократился на 10,5 %, а стоимость — на 11,3 %. В штате Юта было зафиксировано снижение объема продаж на 7,4 % и стоимости — на 10,9 %.

Несмотря на эти искажения, спад продаж канадского виски носил повсеместный характер, а не был сосредоточен в нескольких штатах. По данным NABCA, продажи в этой категории сократились во всех штатах с контролем продаж, входящих в выборку, что делает этот результат более значимым, чем спад, вызванный календарными особенностями или проблемами с запасами на одном рынке. В отчете не публикуются в открытом доступе абсолютные объемы или стоимость продаж канадского виски для всех расчетов, поэтому точные цифры по потерянным ящикам и суммам в долларах для данной категории не могут быть получены из общедоступных таблиц.

Рейтинги более широких категорий помогают объяснить давление, с которым сталкивается канадский виски. Водка осталась крупнейшей категорией спиртных напитков в июле как по объему, так и по стоимости, несмотря на снижение на 2,2 % и 3,4 % соответственно. Американский виски занял второе место по объему и третье по стоимости, хотя его показатели также снизились: на 3,6 % по объему и на 3,5 % по стоимости. Текила заняла второе место по стоимости и продолжала наращивать объемы продаж, даже несмотря на то, что её стоимость снизилась на 1,6 %, что свидетельствует о том, что некоторые категории по-прежнему реализуют больше ящиков, сталкиваясь при этом с собственным давлением со стороны цен и ассортимента.

Шотландский виски продемонстрировал аналогичную динамику. Рост объема продаж на 3,2 % в июле привел лишь к увеличению стоимости на 0,1 %. Это результат все же был значительно лучше, чем у канадского виски, который потерял позиции как по обоим показателям, так и в годовом исчислении. Ирландский виски, хотя и продемонстрировал в июле лишь умеренный рост, также превзошел канадский виски, избежав месячного снижения объемов продаж.

Последние данные появились на фоне того, что торговые напряжения между США и Канадой по-прежнему остаются частью более широкого делового контекста для производителей алкогольной продукции. В отраслевых обзорах отмечается, что обе страны ввели новые пошлины на ряд товаров и что большинство канадских провинций с 2025 года исключат американский алкоголь

из государственных розничных сетей. В июльском отчете NABCA не указана причина снижения продаж канадского виски в штатах США с государственным контролем, а имеющиеся данные не позволяют отделить влияние торговой политики от ценообразования, рекламных акций, потребительского спроса или конкуренции со стороны других спиртных напитков и готовых к употреблению продуктов.

Однако цифры ясно показывают, что канадский виски теряет долю на рынке, где рост ограничен и сконцентрирован. Общий объем продаж спиртных напитков в штатах с государственным контролем вырос лишь благодаря быстрому росту сегмента коктейлей. Без этого сегмента рынок в июле продемонстрировал бы более значительное ослабление. За последние 12 месяцев сохранялась та же тенденция. Продажи традиционных категорий спиртных напитков в основном оставались на прежнем уровне или снижались, в то время как готовые к употреблению напитки стали основным источником роста.

Эта тенденция прослеживалась и в денежном выражении. На коктейли приходилась значительная доля общего роста продаж в ящиках, но меньшая доля общей выручки, что отражает более низкую среднюю стоимость ящика по сравнению с такими категориями, как водка, текила и виски. Для поставщиков канадского виски это создает сложные условия. Эта категория не только сокращается сама по себе, но и вынуждена конкурировать на рынке, где значительная часть роста приходится на продукты, не относящиеся к традиционному сегменту виски.

Данные NABCA по продажам на месте указывают на ту же тенденцию. В барах, ресторанах и других заведениях с лицензией на продажу алкоголя в штатах с контролем над продажей спиртных напитков объем продаж спиртных напитков в июле вырос на 0,2 %, но стоимость снизилась на 2,5 %. За 12 месяцев до июля объем продаж спиртных напитков в заведениях увеличился на 0,5 %, тогда как их стоимость снизилась на 1,7 %. Разрыв между объемом и стоимостью продаж в этом канале отражает более общую тенденцию в розничной торговле и свидетельствует о сохраняющемся давлении со стороны ценообразования и ассортимента на всем рынке, в том числе на категории виски, которые и без того

теряют объемы продаж в ящиках.