vinetur

Консервированные коктейли способствовали росту объемов продаж спиртных напитков в июле в штатах с регулируемым рынком на 0,3 %

Розничные продажи в штатах, где действуют меры регулирования, сократились на 2,2 % до 1,143 млрд долларов в связи с тем, что снижение цен и изменение ассортимента привели к уменьшению стоимости единицы товара.

среда, 2 сентября 2026 г.


JACK DANIEL'S
OLD No 7 BRAND
TENNESSEE WHISKEY
MIXED WITH
Coca-Cola
Alc. 5% Vol. 330ml
JIM BEAM
COLA
KENTUCKY STRAIGHT
BOURBON
WHISKEY
& COLA
330 ml
alc. 4.5%
Alc. ICE TEA
НОВИНКА

Готовые к употреблению коктейли в банках помогли сохранить объем продаж спиртных напитков в США на прежнем уровне или даже слегка увеличить его в штатах с контролем над продажей алкоголя в июле, однако розничные продавцы по-прежнему получили меньше выручки, чем годом ранее, поскольку цены и ассортимент продукции ухудшились на большей части рынка.

Согласно ежемесячному отчету Национальной ассоциации по контролю за алкогольными напитками (NABCA), объем продаж спиртных напитков в штатах и юрисдикциях с ограничениями на продажу алкоголя в июле достиг 5,54 млн девятилитровых ящиков, что на 0,3% больше, чем в том же месяце прошлого года. Розничные продажи по ценам на полках снизились на 2,2 % до 1,143 млрд долларов. Этот разрыв указывает на влияние цен и ассортимента в размере -2,5 %, что означает: через магазины прошло больше эквивалентной продукции, но по более низкой стоимости за единицу.

По данным NABCA, на месячный результат частично повлияли факторы, специфичные для отдельных рынков. В Мичигане было на четыре торговых дня меньше, чем годом ранее. В Юте изменилась модель работы государственных магазинов: традиционная система оптовых закупок была заменена на систему, основанную на перераспределении запасов. Эти изменения сдерживали активность на рынке. Нью-Гэмпшир пошел в противоположном направлении, чему способствовала рекламная акция «Summertime Bonus Card Bonanza», которая также поддержала такие категории, как шотландский виски и текила.

Незначительный рост в июле не изменил общей тенденции. За 12 месяцев с августа 2025 года по июль 2026 года общий объем продаж спиртных напитков в штатах с государственным контролем сократился на 0,6 % до 60,40 млн девятилитровых ящиков. Розничная стоимость снизилась на 2,6 % до 13,05 млрд долларов. Исходя из опубликованных темпов роста, это примерно соответствует сокращению на 365 000 девятилитровых ящиков и примерно на 348 млн долларов по сравнению с предыдущим скользящим 12-месячным периодом, хотя эти цифры являются приблизительными оценками, полученными на основе округленных процентных показателей.

Коктейли стали самым явным источником роста. Объем продаж в категории коктейлей по данным NABCA, включающей готовые к употреблению продукты в банках, в июле вырос на 19,5 % до 771 634 девятилитровых ящиков. Объем продаж в долларах вырос на 18,5 % до 58,95 млн долларов. Ни одна другая крупная категория не продемонстрировала такого роста, и этот прирост помог компенсировать снижение продаж водки, американского виски, рома, джина, бренди и коньяка, а также канадского виски. За последние 12 месяцев объем продаж коктейлей достиг 5,94 млн ящиков, а их стоимость — 492,13 млн долларов, при этом и объем, и стоимость выросли на 23,7%.

В июле водка оставалась крупнейшей категорией как по объему, так и по стоимости: продажи составили 1,62 млн девятилитровых ящиков и 246,56 млн долларов. Тем не менее объем продаж водки сократился на 2,2 %, а стоимость — на 3,4 %. Американский виски занял второе место по объему и третье по стоимости: 828 733 ящика и 234,01 млн долларов, что соответственно на 3,6 % и 3,5 % ниже предыдущих показателей. В совокупности на долю водки и американского виски пришлось более 44 % общего объема продаж в июле.

Текила продемонстрировала иную динамику. Объем продаж вырос на 3,1 % до 701 697 ящиков, но стоимость снизилась на 1,6 % до 236,16 млн долларов. Таким образом, текила осталась второй по величине категорией по объему продаж в долларах, следом за водкой, но испытывала явное давление со стороны цен и ассортимента. За последние 12 месяцев объем продаж текилы вырос на 1,6%, а стоимость снизилась на 2,4%, что привело к эффекту цены и ассортимента в размере -4,0% — самому слабому показателю среди крупных категорий в данных NABCA.

Шотландский виски также продемонстрировал рост в июле: объем продаж вырос на 3,2% до 79 075 ящиков, в то время как стоимость увеличилась всего на 0,1% до 32,28 млн долларов. NABCA связала часть этих результатов, как и в случае с текилой, с рекламной акцией в Нью-Гэмпшире. Объем продаж ликеров и кордиалов вырос на 1,1%, а стоимость — на 1,6% до 379 008 ящиков и 83,27 млн долларов. Объем продаж ирландского виски увеличился на 0,4%, хотя стоимость снизилась на 0,2%. Объем продаж кашасы, исходя из гораздо меньшей базы,

вырос на 10,9%, а стоимость — на 11,8%.

Что касается слабых сторон рынка, канадский виски продемонстрировал самое резкое падение в июле среди средних и крупных категорий: объем продаж сократился на 8,5 %, а стоимость — на 8,4 %, до 308 382 ящиков и 67,12 млн долларов. По данным NABCA, эта категория продемонстрировала падение во всех штатах с контролем над продажей алкоголя. Объем и стоимость продаж бренди и коньяка сократились на 6,4 %. Объем продаж джина сократился на 5,2 %, а стоимость — на 4,2 %. Ром снизился на 4,5 % и 4,9 %. Объем продаж зернового спирта сократился на 1,7 %, а стоимость — на 2,9 %, а небольшая группа прочих импортных спиртных напитков показала падение на 2,1 % по объему и 4,9 % по стоимости.

Данные за скользящий 12-месячный период продемонстрировали, насколько рост рынка зависит от готовых коктейлей. Рост объемов продаж продемонстрировали только коктейли, текила и кашаса. Показатели роста как по объему, так и по стоимости были отмечены только у коктейлей и кашасы. Объем продаж канадского виски за 12-месячный период сократился на 7,4%, а стоимость — на 7,9%. Бренди и коньяк сократили объемы продаж на 6,5% и 7,5% соответственно. Объем продаж рома снизился на 5,7%, а стоимость — на 5,9%. Объем продаж шотландского виски сократился на 5,0 %, а стоимость — на 6,1 %. Водка, несмотря на то что осталась лидирующей категорией, показала снижение объема продаж на 1,9 % и стоимости — на 2,8 %, в то время как объем продаж американского виски сократился на 2,8 %, а стоимость — на 2,1 %.

Рынок по-прежнему оставался сконцентрированным в нескольких категориях. На долю водки, текилы и американского виски в совокупности пришлось 62,7 % от общей стоимости всех спиртных напитков, проданных в июле в юрисдикциях, подпадающих под контроль, и 56,8 % от общего объема продаж. С учётом коктейлей эти четыре категории составили 70,7 % от объёма проданных девятилитровых ящиков и 67,9 % от общей стоимости. На долю коктейлей пришлось около 13,9 % объёма, но лишь 5,2 % стоимости, что отражает их меньший вклад в общую стоимость в расчёте на эквивалентную единицу.

Если рассматривать по рынкам, то самый значительный рост в июле был зафиксирован в Нью-Гэмпшире: объем продаж вырос на 21,5 % до 276 954 ящиков, а стоимость — на 21,1 % до 52,06 млн долларов. В Северной Каролине объем продаж вырос на 9,3 % до 764 593 ящиков, а стоимость — на 1,4 % до 159,39 млн долларов. В Алабаме объем продаж вырос на 6,8%, а стоимость — на 2,1%. Эти три штата стали единственными в таблице NABCA, где одновременно наблюдался рост по обоим показателям.

Округ Монтгомери (штат Мэриленд), Орегон, Пенсильвания и Виргиния также увеличили объем продаж, но в каждом из них стоимость снизилась. В округе Монтгомери объем продаж вырос на 1,8 %, а стоимость снизилась на 3,1 %. В Орегоне объем продаж вырос на 1,8 %, а стоимость снизилась на 0,1 %. В Пенсильвании объем продаж вырос на 0,2 %, а стоимость снизилась на 0,3 %. В Вирджинии объем продаж вырос на 1,5 %, но стоимость снизилась на 1,2 %.

Среди крупных рынков наиболее резкое снижение в июле наблюдалось в Мичигане: объем снизился на 10,5 % до 760 155 ящиков, а стоимость — на 11,3 % до 177,21 млн долларов. В Юте объем снизился на 7,4 %, а стоимость — на 10,9 %. В Вайоминге показатели снизились на 5,2 % и 8,0 %. В Миссисипи снижение составило 4,9 % и 6,6 %, а в Монтане — 2,9 % и 9,3 %. Наиболее значительные разрывы между ростом объема продаж в ящиках и ростом объема продаж в долларах наблюдались в Северной Каролине, Монтане, округе Монтгомери, Западной Вирджинии и Юте.

Динамика за последние 12 месяцев в долларовом выражении на уровне штатов была слабее. Ни одна из юрисдикций, представленных в таблице NABCA, не увеличила совокупный объем продаж спиртных напитков в долларовом выражении. Северная Каролина и округ Монтгомери увеличили объемы продаж на 3,1% каждый, но стоимость снизилась на 1,2% и 3,8% соответственно. В Миссисипи объем продаж вырос на 2,2 %, а стоимость снизилась на 0,8 %. В Алабаме объем продаж вырос на 1,9 %, а стоимость снизилась на 0,9 %. В Пенсильвании объем продаж вырос на 0,5 %, а стоимость снизилась на 1,6 %. В штате Юта объем продаж вырос на 0,4 %, а стоимость снизилась на 3,1 %. В Вирджинии объем продаж практически не изменился (-0,3 %), в то время как

стоимость снизилась на 1,8 %.

Нью-Гэмпшир по-прежнему демонстрировал отрицательные скользящие показатели за 12 месяцев, несмотря на сильные результаты в июле: объем снизился на 0,1 %, а стоимость — на 0,6 %. Мичиган зафиксировал снижение за 12 месяцев на 3,1 % по объему и на 4,8 % по стоимости. В Огайо объемы и стоимость снизились на 3,2 % и 3,9 % соответственно, в Мэне — на 3,0 % и 3,8 %, а в Орегоне — на 2,3 % и 3,8 %. Айдахо стал одним из немногих рынков, где снижение в долларовом выражении оказалось меньше, чем снижение объема: объем сократился на 2,8 %, а стоимость — на 2,1 %.

В канале продаж «на месте» наблюдалась такая же разница между объемом продаж и выручкой. Продажи барам, ресторанам и другим заведениям для потребления на месте в июле выросли на 0,2 % до 837 888 девятилитровых ящиков, в то время как выручка снизилась на 2,5 % до 196,11 млн долларов. За последние 12 месяцев объем продаж спиртных напитков в заведениях увеличился на 0,5 %, а стоимость снизилась на 1,7 %, что дало эффект цены и ассортимента в -2,2 %.

Северная Каролина также лидировала по результатам продаж на месте: в июле объём вырос на 12,5 %, а стоимость — на 2,1 %. В штате Юта объём вырос на 4,8 %, а стоимость — на 2,7 %. В Алабаме рост составил 3,1 % и 1,5 %. В Айдахо рост составил 0,9% по объему и 1,0% по стоимости, а в Вирджинии — 1,2% по объему и 0,3% по стоимости. В округе Монтгомери объем продаж спиртных напитков в заведениях вырос на 5,4%, тогда как стоимость снизилась на 1,0%; в Пенсильвании объем продаж в ящиках вырос на 1,2%, но стоимость снизилась на 0,8%.

В штате Миссисипи было зафиксировано одно из самых резких падений продаж на месте: объем снизился на 22,3 %, а стоимость — на 20,5 %. В штате Мичиган объем продаж снизился на 7,8 %, а стоимость — на 9,3 %. В штате Вайоминг показатели снизились на 6,6 % и 9,0 %. В Нью-Гэмпшире, несмотря на высокие общие показатели, объем продаж на месте снизился на 1,9 %, а стоимость — на 6,7 %. За последние 12 месяцев Алабама, Айдахо и Северная Каролина стали единственными рынками продаж на месте в таблице NABCA, где выросли как

объем, так и стоимость.