vinetur

Игристые вина противостояли спаду на рынке вина и крепкого алкоголя в США.

За три месяца выручка Champagne выросла на 14,7%, обеспечив вину один из немногих очагов роста на рынке.

вторник, 15 сентября 2026 г.



Новые данные Wine & Spirits Wholesalers of America показывают, что продажи вина и крепкого алкоголя в США в целом по-прежнему снижаются, однако в некоторых винных категориях заметны признаки улучшения, особенно в сегменте игристых

вин и Sauvignon Blanc.

Согласно трекеру данных SipSource от WSWA, общий объем продаж вина и крепкого алкоголя за 12 месяцев по июль включительно снизился на 6,8%, а выручка за тот же период — на 6,1%. Более свежая трехмесячная динамика также оставалась отрицательной: объем сократился на 6,2%, а выручка — на 6,1%.

На этом более слабом рынке у вина есть и точки силы. За последние три месяца выручка Champagne выросла на 14,7%, Prosecco — на 10,2%, а Sauvignon Blanc прибавил 3,2%, согласно данным WSWA, которые в понедельник опубликовал Shanken News Daily. Эти результаты выделялись на фоне общего спада и говорят о том, что часть потребителей по-прежнему тратит деньги на категории с четко выраженной идентичностью или устойчивым спросом.

Данные также указали на ценовой разрыв. Динамика выручки у вин стоимостью выше $16 была заметно лучше, чем у более дешевых бутылок. За последние 12 месяцев сегмент вин по цене от $50 и выше показал рост на 0,9%, став одной из немногих зон отчета, оставшихся в плюсе. Это говорит о том, что верхний ценовой сегмент вина удержался лучше, чем многие средний и нижний ценовые диапазоны, даже несмотря на сокращение рынка в целом.

В последней выборке крепкий алкоголь выглядел слабее вина. За последние три месяца объем продаж крепкого алкоголя снизился на 5,7%, а выручка — на 7,1%, что хуже, чем в предыдущем месяце, согласно WSWA. В группе заявили, что расширяющийся разрыв между объемом и выручкой отражает сохраняющееся давление на премиализацию, поскольку потребители все больше ориентируются на соотношение цены и качества.

Это давление проявилось во всех ценовых категориях крепкого алкоголя. Как показали данные, все ценовые сегменты по выручке теперь в минусе более чем на 5%. Диапазон от $50 до $99,99 снизился на 9,5%, а весь крепкий алкоголь дороже $50 — на 8,9%. Эти цифры указывают, что потребители сокращают не только общий объем покупок, но и расходы на более дорогие бутылки, которые в последние годы выигрывали за счет перехода к более высокой ценовой

категории.

Для индустрии напитков эта разбивка важна, поскольку она может помочь формировать решения по закупкам, ценам и запасам в период, когда общий спрос на рынке остается вялым. Рост Champagne, Prosecco и Sauvignon Blanc указывает на категории, которые по-прежнему привлекают интерес потребителей, даже несмотря на снижение общего объема. Одновременно более слабые результаты во многих премиальных сегментах крепкого алкоголя могут заставить оптовиков, ритейлеров и поставщиков внимательнее подходить к ценовой стратегии и ассортиментной матрице.

В отчете также показана разница между продажами в барах и ресторанах и продажами через магазины. Бизнес в канале on-premise в последнем 12-месячном периоде опередил off-premise. Общий объем вина и крепкого алкоголя в on-premise снизился на 2,8%, тогда как в off-premise падение составило 7,5%. Этот разрыв показывает, что, хотя потребители в целом покупают меньше, случаи потребления в ресторанах и барах оказались более устойчивыми, чем покупки для домашнего употребления.

Данные появляются в момент, когда поставщики и дистрибьюторы ищут признаки стабилизации после затяжного спада спроса на алкогольные напитки. Общий минус и по стоимости, и по объему показывает, что рынок пока не вернулся к росту. И все же более сильные результаты в отдельных винных категориях говорят о том, что потребительский спрос снижался неравномерно по всему рынку.

Игристое вино стало самым наглядным примером в последних цифрах. Champagne и Prosecco за последние три месяца показали двузначный рост выручки, опередив тихие вина и более широкий рынок алкогольных напитков. Sauvignon Blanc также вышел в положительную зону роста, давая поставщикам еще один сигнал о том, что отдельные сорта по-прежнему находят отклик у покупателей даже в условиях осторожных расходов.

Ценовые данные добавляют к этой картине еще один слой. Вино дороже $16 показало результаты лучше, чем более дешевые сегменты, тогда как крепкий алкоголь выше $50 продемонстрировал заметное снижение. Этот контраст может отражать различия в покупательском поведении между потребителями вина и крепкого алкоголя, либо указывать на силу брендов в отдельных категориях и траты, привязанные к определенным поводам, которые по-прежнему поддерживают часть покупок вина.

Трекер WSWA SipSource внимательно отслеживается по всей отрасли, поскольку дает дистрибьюторам, поставщикам и ритейлерам актуальную картину тенденций по отгрузкам, динамики выручки и работы каналов. В последнем релизе ключевой вывод заключался в том, что общие условия остаются слабыми, но винный сегмент показывает более обнадеживающие признаки, чем крепкий алкоголь, а игристые вина и Sauvignon Blanc лидируют в улучшении, при этом on-premise по-прежнему держится лучше, чем off-premise.