vinetur

Крепкий алкоголь дороже $50 в США показал падение выручки на 8,9%.

SipSource отметил более устойчивую динамику вина: бутылки дороже $50 за 12 месяцев показали рост выручки на 0,9%.

вторник, 15 сентября 2026 г.



Новый отчет SipSource по рынку говорит, что американский бизнес вина и крепкого алкоголя больше не движется в одном четком направлении: вино демонстрирует некоторое улучшение, тогда как крепкий алкоголь продолжает

слабеть, особенно в более высоких ценовых сегментах.

В отчете за июль 2026 года, опубликованном 9 сентября в Вашингтоне, отмечается, что общий объем продаж вина и крепкого алкоголя в США за последние 12 месяцев снизился на 6,8%, а выручка — на 6,1%. За последний трехмесячный период объем сократился на 6,2%, а выручка также упала на 6,1%. Эти основные показатели указывают на рынок, который по-прежнему находится под давлением, однако в отчете говорится, что более важное изменение происходит под поверхностью, где две категории начинают показывать разную динамику.

Наибольшее давление по-прежнему испытывает крепкий алкоголь. SipSource сообщил, что за последние три месяца объем его продаж снизился на 5,7%, а выручка — на 7,1%. Это слабее, чем в июне, причем падение выручки опередило снижение объема. В отчете говорится, что этот разрыв указывает на продолжающееся давление на премиализацию — признак того, что потребители отказываются от более дорогих бутылок и ищут лучшее соотношение цены и качества.

Слабость была заметна по всем ценовым сегментам, но особенно — в верхней части рынка. SipSource сообщил, что в каждом ценовом сегменте крепкого алкоголя выручка теперь снизилась более чем на 5%. Диапазон от $50 до $99,99 показал одно из самых резких падений: выручка снизилась на 9,5%. В совокупности крепкий алкоголь дороже $50 показал падение выручки на 8,9%. Такая динамика говорит о том, что премиальная и суперпремиальная части категории, которые в последние годы были важными драйверами роста, теперь сталкиваются с более заметным сокращением спроса со стороны потребителей.

Вино, хотя в целом по-прежнему находится в минусе, выглядит более стабильно. SipSource сообщил, что за последние три месяца объем продаж вина снизился на 6,8%, однако это означало улучшение по сравнению с июнем на 110 базисных пунктов, или 1,1 процентного пункта. Выручка от вина снизилась на 4,2%, что является меньшим падением, чем у крепкого алкоголя. В отчете говорится, что дорогое вино держится лучше, чем дорогой крепкий алкоголь, а динамика

выручки заметно улучшается в ценовых точках от $16 и выше.

На верхнем конце винного рынка SipSource зафиксировал небольшой рост, а не снижение. Вино дороже $50 за последние 12 месяцев показало рост выручки на 0,9%. Это не означает широкого восстановления рынка, однако указывает на то, что часть потребителей по-прежнему готова тратить деньги на вино в премиальных сегментах, даже если в отношении крепкого алкоголя они становятся более осторожными.

В отчете также были названы несколько винных категорий, которые растут, несмотря на общий спад. Выручка от Champagne выросла на 14,7% за последние три месяца, Prosecco — на 10,2%, а Sauvignon Blanc — на 3,2%. Эти результаты указывают на сохраняющийся спрос на игристые вина и на отдельные сорта, даже несмотря на то, что общий объем продаж вина по-прежнему ниже прошлогоднего уровня.

Еще одной областью относительной силы стал on-premise-бизнес, включающий бары и рестораны. В совокупности по вину и крепкому алкоголю объем продаж в on-premise-канале за последние 12 месяцев снизился на 2,8%, тогда как в каналах off-premise, таких как магазины алкоголя, продуктовые магазины и другие розничные точки, падение составило 7,5%. Эти цифры говорят о том, что потребители сокращают покупки для домашнего потребления более резко, чем покупки, совершаемые во время ужина вне дома или при употреблении напитков вне дома.

Более сильные показатели on-premise-канала важны, потому что они меняют то, где поставщики и дистрибьюторы могут найти более стабильный спрос. Более мягкое снижение в ресторанах и барах может частично компенсировать слабость розницы, даже если это и не полностью развернет общие потери рынка. Для производителей и оптовиков такое расхождение также дает более четкое представление о том, где поведение потребителей меняется быстрее всего.

SipSource заявил, что ключевой вопрос на оставшуюся часть года заключается в том, продолжит ли расти разрыв между двумя категориями. Производители крепкого алкоголя сталкиваются со слабыми тенденциями по выручке и более

сильным давлением в премиальных ценовых сегментах, тогда как поставщики вина видят умеренное улучшение трендов и сохраняющуюся поддержку игристых вин и более дорогих бутылок.

В отчете описывается рынок, который на уровне основных показателей по-прежнему выглядит слабым, но становится более неоднородным по категориям и ценам. В крепком алкоголе потребители, похоже, все активнее переходят на более дешевые варианты, особенно выше $50. В вине спад остается существенным, однако некоторые премиальные сегменты и отдельные продукты, такие как Champagne, Prosecco и Sauvignon Blanc, по-прежнему показывают рост, тогда как бары и рестораны продолжают демонстрировать более сильные результаты, чем розничные магазины.