vinetur

Японский виски лидировал в сегменте travel retail spirits, прибавив 44% по стоимости в 2025 году.

IWSR сообщила, что мировые продажи алкоголя в travel retail продолжили расти благодаря ирландскому виски и агавовым спиртам, тогда как коньяк оказался под давлением.

четверг, 17 сентября 2026 г.



Глобальный travel retail в 2025 году продолжал расти быстрее, чем значительная часть более широкого рынка алкогольных напитков, однако новый анализ IWSR показывает, что этот рост смещается в сторону категорий вроде японского виски, ирландского виски и агавовых спиртов, тогда как некоторые традиционные сегменты теряют позиции.

В опубликованном на этой неделе отчете говорится, что совокупные глобальные объемы в travel retail по крепким напиткам и вину выросли в 2025 году на 5%. Стоимость также увеличилась: у крепких напитков — на 7%, у вина — на 5% при неизменных валютных курсах. Во всех четырех регионах, которые отслеживает IWSR, зафиксирован рост стоимости; лидировали Европа и Африка/Ближний Восток — по 11%, далее следовали Северная и Южная Америка — 7% и Азиатско-Тихоокеанский регион — 2%.

Однако эта общая картина скрывала резкие различия по регионам и категориям. В Азиатско-Тихоокеанском регионе показатели крепких напитков были слабее, чем на некоторых других рынках, хотя Индия сохраняла сильную динамику. В Северной и Южной Америке Латинская Америка оказалась более устойчивой, чем Северная Америка. В IWSR отметили, что продолжающиеся изменения во вкусах путешественников также меняют то, какие продукты получают место на полках и внимание покупателей в магазинах duty free.

Шарлотт Рид, старший менеджер по аналитике глобального travel retail в IWSR, заявила, что традиционные категории крепких напитков испытывают давление, поскольку потребители быстро переключаются на более новые или быстрее растущие сегменты. По данным группы, в 2025 году крепкие напитки в целом показали рост объема на 6% и рост стоимости на 7%, однако результаты сильно различались между подкатегориями.

Главным двигателем роста в travel retail оставался виски. В IWSR сообщили, что стоимость виски в 2025 году выросла на 12%, что сделало его самым сильным крупным вкладом в расширение категории. Среди виски особенно выделился японский виски: стоимость выросла на 44%, а объемы — на 37%. Scotch whisky и American whiskey показали одинаковый рост стоимости на 10%, а ирландский

виски вырос на 11%.

По словам Рид, японский виски выиграл благодаря сильной культурной привлекательности, интересу путешественников и готовности покупателей тратить на премиальные позиции. Она также сказала, что ирландский виски набирает более широкую динамику, поскольку все больше новых дистиллерий выходят на международных путешественников и стимулируют пробу.

Вне виски сильный рост показали и агавовые спирты. IWSR сообщила о росте объема на 10% и скачке стоимости на 28% в глобальном travel retail в 2025 году. Рид сказала, что эти продажи определялись скорее покупками под влиянием брендов, чем случайным исследованием ассортимента: многие потребители заходили в магазины duty free уже зная, какую бутылку хотят купить.

Водка также показала результаты лучше, чем рынок крепких напитков в целом. В IWSR сообщили, что в 2025 году объемы водки выросли на 7%, а стоимость — двузначными темпами. Категории помогли ароматизированная водка и уход потребителей от джина на некоторых ключевых европейских рынках.

Не все крупные категории крепких напитков разделили этот рост. Коньяк и бренди по-прежнему испытывали давление: в 2025 году объемы снизились на 6%, а стоимость — на 8%. Рид назвала проблемы категории структурными, отметив, что особенно сильно пострадал премиальный сегмент XO, поскольку ослабли традиционные поводы для дарения. По ее словам, позиции VS оказались более устойчивыми благодаря растущему использованию в коктейлях.

В IWSR считают, что любое восстановление коньяка, вероятно, будет зависеть от того, как бренды представят категорию путешественникам. В отчете упоминаются experiential retail, более доступные стартовые позиции и усилия по переориентации коньяка с подарочного сегмента на самостоятельную покупку или потребление во время поездок.

Ром также потерял в объеме, снизившись на 6%, но стоимость все же выросла, что указывает на переход покупателей к более дорогим позициям даже при меньшем количестве проданных единиц. В IWSR отметили, что премиализация

рома все еще находится на ранней стадии и у производителей есть пространство для роста в премиальном и суперпремиальном сегментах. Темный ром стал драйвером премиализации, тогда как ароматизированные продукты по-прежнему поддерживают импульсные покупки, а крафтовые марки набирают обороты на круизах.

Объемы джина в 2025 году в целом остались на прежнем уровне, хотя стоимость выросла на 7%. В IWSR сообщили, что локальный и крафтовый джин показал относительно хорошие результаты на рынках, включая страны Северной Европы, Великобританию и части Азиатско-Тихоокеанского региона. Ароматизированный джин, напротив, ослаб.

Год для вина в travel retail также оказался позитивным. В IWSR сообщили, что в 2025 году объем вина вырос на 2%, а стоимость — на 5%. Наибольший абсолютный прирост показали тихие вина, а самой быстрорастущей винной подкатегорией стали легкие аперитивы: объем вырос на 16%, а стоимость — на 25%.

У Champagne результаты оказались смешанными. Объемы снизились, но стоимость выросла, и в IWSR отметили, что это был более устойчивый результат, чем на многих внутренних рынках. Prosecco пошло в направлении, противоположном прежним моделям роста: снизились и объем, и стоимость. В отчете этот сдвиг назван признаком «Prosecco fatigue» среди путешественников.

Данные также указывают на рынок, где travel retail по-прежнему предлагает лучшие возможности, чем многие внутренние рынки алкоголя, даже несмотря на усложнение условий работы. Рид сказала, что канал остается привлекательным для владельцев брендов, но покупатели становятся более избирательными и более открытыми к тому, чтобы пробовать категории, которые прежде были нишевыми.

Если смотреть дальше 2025 года, прогноз IWSR до 2030 года показывает, что наибольшую абсолютную возможность роста среди крепких напитков в travel retail обеспечит Scotch whisky. Ожидается, что японский и ирландский виски сохранят самые высокие темпы роста, тогда как коньяк и бренди, по прогнозу,

останутся в этот период практически на прежнем уровне по стоимости.

В вине будущий рост стоимости, как ожидается, будет обеспечен главным образом тихими винами и Champagne, а меньший вклад дадут крепленые вина и другие игристые вина. IWSR ожидает, что Prosecco останется под давлением и немного снизится к 2030 году, тогда как легкие аперитивы, по прогнозу, сохранят статус самого быстрорастущего винного сегмента.

Ближайшие перспективы выглядят более сложными. В IWSR сообщили, что прогнозы на 2025–2027 годы отягощают несколько внешних факторов, включая конфликт на Ближнем Востоке, закрытие воздушного пространства, перебои в авиасообщении, рост цен на топливо и сохраняющееся давление стоимости жизни.

Сильнее всего, как ожидается, пострадают Африка и Ближний Восток. В IWSR заявили, что в регионе возможен однолетний спад объемов до 22%, а восстановление вряд ли начнется раньше 2028 года. Европа также сильно подвержена рискам из-за перебоев, связанных с Ближним Востоком, и, как ожидается, столкнется с самым медленным восстановлением среди крупных регионов. Северная и Южная Америка, а также Азиатско-Тихоокеанский регион считаются менее затронутыми, хотя и не защищены от более широкого давления на авиацию и потребительские расходы.

Отчет показывает, что продажи алкоголя duty free по-прежнему растут, но продукты, которые обеспечивают этот рост, меняются. Путешественники тратят деньги на виски, особенно японский и ирландский, а также на агавовые спирты и некоторые премиальные предложения водки, тогда как старые опоры, такие как коньяк, ароматизированный джин и Prosecco, сталкиваются с более сложным рынком.