vinetur

По прогнозу Circana, рынок алкогольных спортивных напитков в США может достичь 500 млн долларов в 2027 году

Прогноз отражает растущий интерес дистрибьюторов к напиткам на основе водки, имитирующим спортивные напитки и конкурирующим за место в холодильниках

вторник, 20 октября 2026 г.

Небольшой сегмент рынка готовых алкогольных напитков в следующем году может вырасти в США до 500 млн долларов, сообщает Circana. Консервированные напитки на основе водки, стилизованные под спортивные напитки, привлекают все больше внимания дистрибьюторов и владельцев брендов.

В понедельник Brewbound сообщил, что исполнительный вице-президент Circana по алкогольным напиткам Скотт Сканлон ожидает, что сегмент «водка + ade», который также называют алкогольными спортивными напитками, достигнет объема продаж до 500 млн долларов в 2027 году. Этот прогноз прозвучал после ежегодной конференции National Beer Wholesalers Association, прошедшей на прошлой неделе в Орландо, штат Флорида. По словам Сканлона, эти продукты были настолько заметны на мероприятии, что он подготовил специальный отчет об их потенциале.

Название категории относится к напиткам на основе водки, которым придают вкусовой профиль и элементы оформления напитков типа «ade» — формата, знакомого потребителям по отделам спортивных напитков. В алкогольном

варианте такая продукция входит в более широкий сегмент готовых к употреблению напитков, который стал важным направлением для поставщиков и оптовиков на фоне того, как потребители переключаются между пивом, крепким алкоголем и упакованными напитками, удобными для употребления на ходу.

Прогноз Circana, представленный Brewbound, указывает на то, что пока еще относительно узкий сегмент может приобретать более широкое коммерческое значение. Показатель примечателен не только предполагаемым масштабом еще формирующейся категории, но и тем, что свидетельствует о пристальном внимании дистрибьюторов к продуктам, способным создавать новые поводы для употребления алкоголя и усиливать конкуренцию за место на полках магазинов.

Это важно для всего рынка напитков. Если продукция «водка + ade» продолжит набирать популярность, она может стать еще одним направлением роста сегмента готовых алкогольных напитков — в то время, когда пивоварни, производители крепкого алкоголя и оптовики ищут категории, способные привлечь покупателей помимо традиционного пива и крепких напитков в бутылках. Кроме того, конкуренция за место в холодильниках, маркетинговые бюджеты и внимание дистрибьюторов может усилиться, особенно в розничных каналах, где за схожих покупателей уже борются ароматизированные солодовые напитки, готовые коктейли в банках и хард-зельцеры.

Важен и контекст, в котором был озвучен прогноз. Конференция NBWA — одно из ключевых ежегодных мероприятий для пивных дистрибьюторов и компаний, работающих на рынке алкогольных напитков в США. Заметность категории на таком мероприятии может стать ранним признаком того, что оптовики видят в ней достаточный потенциал для пристального внимания. Решение Сканлона подготовить отчет после того, как он увидел эти продукты на разных площадках конференции, говорит о том, что тренд вышел за рамки отдельных запусков и стал предметом более широкого обсуждения в отрасли.

Тем не менее речь идет о прогнозе, а не о подтвержденном объеме продаж. В опубликованном в понедельник материале Brewbound не приводились допущения, лежащие в основе оценки, в том числе данные о том, какая доля

ожидаемого роста придется на запуск новых брендов, расширение дистрибуции, повторные покупки или переход потребителей из других категорий алкогольных напитков. Не уточнялось и то, какие компании лучше всего подготовлены к тому, чтобы извлечь выгоду, если сегмент достигнет такого масштаба.

Тем не менее эта оценка дополняет свидетельства того, что разработка алкогольных напитков все чаще движется в сторону гибридных форматов, заимствующих знакомые элементы у безалкогольной продукции. Для оптовиков и розничных продавцов это может означать новые возможности, но и более сложный выбор ассортимента. Для крупных игроков пивного рынка и производителей крепкого алкоголя это может усилить необходимость быстро реагировать, если интерес потребителей к продуктам в стиле алкогольных спортивных напитков продолжит расти до 2027 года.