vinetur

# Объем розничных продаж вина из долины Напа вырос на 1%, прервав двухлетнее снижение

По данным Terrain, скидки и более дешевые вина под собственными марками помогли восстановить объемы продаж, но средние цены остаются под давлением

понедельник, 9 ноября 2026 г.



За 12 месяцев, завершившихся в июне, объем розничных продаж вина из долины Напа в США для потребления вне места покупки вновь начал расти. Об этом говорится в опубликованном в понедельник, 9 ноября, обзоре рынка компании Terrain, консультирующей винную отрасль и использовавшей данные NielsenIQ о розничных продажах.

Согласно отчету, за 12 месяцев по июнь 2026 года объем розничных продаж вина из Напы вне ресторанов, баров и других заведений индустрии гостеприимства вырос на 1%. Этому предшествовало снижение на 2% за сопоставимый период по июнь 2025 года и на 9% — за период по июнь 2024 года.

Это означает умеренный разворот тенденции после двух лет снижения физических объемов продаж. Если оценивать изменение темпов роста, а не абсолютное число бутылок или коробок, показатель за период по июнь 2026 года улучшился на 3 процентных пункта по сравнению с периодом по июнь 2025 года и на 10 пунктов — по сравнению с периодом по июнь 2024 года. Terrain отметила, что источник данных не публикует исходный объем продаж, поэтому в отчете нет сведений об изменении в литрах или коробках.

Данные относятся к вину из Напы, проданному на розничном рынке США для потребления вне места покупки. Они не характеризуют ни все производство вина в Калифорнии, ни общее потребление вина в США. Долина Напа в Северной Калифорнии — один из самых известных винодельческих регионов страны; в премиальном сегменте он в значительной степени зависит от ценового позиционирования и восприятия брендов. Поэтому производители винограда, винодельни и дистрибьюторы внимательно следят за изменениями объемов продаж и цен.

По данным Terrain, восстановление объемов сопровождалось продолжающимся давлением на средние цены реализации. Компания связывает его со скидками и увеличением доли более дешевых вин под собственными марками в категории вин из Напы. В отчете не приводятся отдельные цифры, позволяющие оценить влияние каждого из этих факторов, однако отмечается, что оба снижают среднюю цену, которую покупатели платят в розничных магазинах.

Это соотношение важно, поскольку рост объемов не обязательно означает увеличение выручки или повышение рентабельности производителей. Если вина продается больше лишь за счет снижения цен на бутылки, винодельни могут сократить избыточные запасы, не повысив прибыльность. Увеличение доли более дешевых марок также способно поднять общий объем продаж в коробках, одновременно снижая среднюю цену в категории.

Часть недавнего улучшения показателей отчет связывает с продолжающимся сокращением запасов в торговле. Производители и продавцы вина из Напы распродают избыточные запасы, накопившиеся после ослабления спроса в предыдущие периоды. Сокращение запасов может ослабить давление на рынок, приблизив предложение к уровню продаж, но этот процесс также способен привести к активным скидочным акциям, поскольку винодельни и розничные продавцы стремятся реализовать уже поступившее в торговую сеть вино.

Terrain представила новые данные как свидетельство умеренного прогресса, а не полного восстановления. Рост объемов на 1% — позитивный результат после нескольких периодов снижения, но это все еще небольшой прирост в категории, которая уже потеряла позиции за два предыдущих годовых периода. Название отчета — «Прогноз рынка вина долины Напа на 2027 год: умеренный прогресс продолжится» — указывает на ожидания Terrain, что эта постепенная динамика сохранится и в 2027 году. Однако эта часть анализа представляет собой прогноз, а не зафиксированный результат.

Это различие важно учитывать при интерпретации данных. Публикация отчета 9 ноября не означает, что в ноябре резко выросли розничные продажи вина из Напы. В нем анализируются скользящие 12-месячные периоды, завершившиеся в июне 2024, 2025 и 2026 годов. Такой подход сглаживает краткосрочные колебания и позволяет шире оценить, улучшается рынок или слабеет со временем.

Как указала Terrain, NielsenIQ собирает данные о продажах в розничных каналах, а не о прямых продажах виноделен или покупках в ресторанах. Поэтому эти показатели дают представление о покупательских предпочтениях в магазинах,

но не отражают спрос на вино из Напы во всех каналах. Винодельни долины Напа обычно используют несколько каналов сбыта, включая дегустационные залы, винные клубы, прямые поставки и продажи в заведениях общепита, причем динамика в этих каналах может отличаться от ситуации на розничных полках.

Тем не менее данные розничной торговли важны, поскольку показывают, возвращают ли вина из Напы позиции среди покупателей в США на фоне осторожных потребительских расходов, скидок и более широких изменений в потреблении алкоголя. Отчет Terrain свидетельствует, что через розницу продается больше вина из Напы, чем годом ранее, но также указывает: для достижения этого роста рынок по-прежнему отчасти полагается на снижение цен и более дешевый ассортимент.