vinetur

Продажи алкогольных напитков в США на Хэллоуин выросли на 1,5%, до $1,45 млрд

По данным Circana, расходы на алкоголь в рознице выросли, несмотря на снижение продаж в пересчете на кейсы на 0,2%; это ранний сигнал праздничного спроса

вторник, 10 ноября 2026 г.



Хэллоуин стал редким поводом для роста американского рынка алкогольных напитков в целом неровном году: за праздничную неделю розничные продажи для потребления вне заведений выросли, свидетельствуют еженедельные данные сканирования продаж исследовательской компании Circana, на которые Brewbound сослался в понедельник, 9 ноября.

По данным Circana, в отслеживаемых компанией многопрофильных розничных сетях и магазинах у дома в США общая выручка от продажи алкогольных напитков за неделю, завершившуюся 1 ноября, превысила $1,45 млрд. Это на 1,5% больше, чем за ту же неделю годом ранее. Объем продаж в пересчете на кейсы почти не изменился, снизившись на 0,2%.

В этот период вошли все выходные Хэллоуина, включая 31 октября. Этот календарный повод часто дает поставщикам и розничным продавцам возможность предварительно оценить потребительский спрос перед более активным сезоном продаж в День благодарения и декабре. Последние данные показывают, что обусловленные праздником покупки оказались достаточно интенсивными, чтобы обеспечить рост всей категории в денежном выражении, хотя физический объем продаж почти не изменился.

Как сообщил Brewbound, по данным тех же еженедельных замеров Circana, выросли и продажи пива, что внесло вклад в общий рост отрасли. В опубликованном фрагменте отчета отдельные данные о продажах пива не приводились, однако общий результат указывает на улучшение потребительского спроса в категории, которая испытывала давление на отдельных участках розничного рынка.

Данные охватывают продажи для потребления вне заведений — алкоголь, купленный в розничных точках, а не в барах или ресторанах. Это различие важно, поскольку показатели продуктовых магазинов, крупных торговых сетей и магазинов у дома могут отличаться от спроса в заведениях, особенно в праздничные дни, когда покупатели часто закупаются для вечеринок и домашних встреч.

Разрыв между ростом выручки и почти неизменным объемом продаж в кейсах также означает, что выручка увеличилась быстрее, чем число проданных кейсов. В приведенном фрагменте данных Circana причина этого разрыва не раскрывается, однако они показывают, что умеренный рост продаж не был обусловлен широким увеличением физического потребления.

Для пивоваров, виноделен, производителей крепких напитков и дистрибьюторов результаты недели Хэллоуина служат ранним сигналом при планировании запасов, промоакций и поставок на оставшийся праздничный период. Вместе с тем данные за одну неделю с более высокими показателями сами по себе не свидетельствуют об устойчивом развороте спроса на алкогольные напитки в целом: на него влияют изменения потребительских привычек, конкуренция между категориями и давление на расходы, не относящиеся к первоочередным.

Тем не менее неделя, завершившаяся 1 ноября, выделилась на фоне серии более слабых результатов в праздничный период 2026 года и принесла рост продаж алкогольных напитков в целом на розничном уровне. До конца года еще предстоят праздники, поэтому производители и продавцы, вероятно, будут внимательно следить за следующими еженедельными отчетами Circana, чтобы понять, перерастет ли всплеск на Хэллоуин в более устойчивый сезонный рост.