vinetur

За четыре недели по 31 октября продажи вина в США снизились на 3,8% в денежном выражении и на 5,3% в натуральном

Спад продаж тихих вин оказался настолько сильным, что рост игристого и безалкогольного вина не смог поддержать рынок

среда, 11 ноября 2026 г.



За четыре недели по 31 октября продажи вина в США снизились и в денежном, и в натуральном выражении, несмотря на рост продаж игристого и безалкогольного вина. Об этом свидетельствуют опубликованные во вторник, 10 ноября, данные панели розничных продаж NielsenIQ.

Согласно данным, общие продажи вина, без учета коктейлей на винной основе, за этот четырехнедельный период сократились на 3,8% в денежном выражении и на 5,3% в натуральном по сравнению с аналогичным периодом 2025 года. Эти показатели свидетельствуют о продолжающемся ослаблении рынка в целом: рост в небольших сегментах не смог компенсировать спад продаж традиционных тихих вин.

Главным фактором снижения категории оставались тихие вина. Продажи в этом сегменте за год упали на 4,7% в денежном выражении и на 5,9% в натуральном. Спад оказался более значительным, чем на рынке в целом, что подчеркивает: основная нагрузка по-прежнему приходится на ключевой сегмент отрасли.

В то же время продажи игристых вин продолжали расти, хотя темпы роста были умеренными. По данным NielsenIQ, за тот же период они увеличились на 2,2% в денежном выражении и на 0,9% в натуральном. Наибольший рост среди перечисленных сегментов показало безалкогольное вино: продажи в денежном выражении выросли на 19,3%, а в натуральном — на 15,3%.

Эти показатели показывают, что некоторые части рынка по-прежнему привлекают покупателей, однако их роста оказалось недостаточно, чтобы переломить общую тенденцию к снижению. Судя по данным, потребители сокращают покупки обычного столового вина заметно активнее, чем продукции из небольших специализированных категорий.

В отчете также отмечалось краткосрочное улучшение еженедельных продаж. За неделю по 31 октября продажи вина составили 381,3 млн долларов — на 2,3% больше, чем за неделю по 24 октября. Однако сам по себе этот недельный рост не свидетельствует о восстановлении рынка в целом. За четыре недели показатели оставались ниже, чем за аналогичный период 2025 года; при этом в отчете не приводились абсолютные объемы продаж, необходимые для расчета

годовой разницы в долларах или ящиках за весь четырехнедельный период.

Значима и разница между снижением продаж в денежном выражении и более резким спадом в натуральном. Поскольку продажи в долларах учитывались в номинальном выражении, меньший спад выручки по сравнению с объемом продаж говорит о том, что цены, структура ассортимента или оба фактора помогли смягчить падение. Проще говоря, было продано меньше ящиков, но средняя выручка с единицы продукции снизилась не так сильно, как объем продаж.

Данные опубликованы в отчете, перепечатанном Wine Industry Advisor и основанном, как указано, на данных NielsenIQ по отслеживанию продаж вина. В основу показателей легли розничные продажи, зафиксированные панелью, а не общее потребление вина в стране. Поэтому результаты следует рассматривать как срез розничных каналов, охваченных выборкой NielsenIQ, а не как полную картину всех продаж или потребления вина в США.

Важно учитывать и отчетный период. Четыре недели по 31 октября не совпадают с календарным октябрем, поэтому корректнее сравнивать эти данные с тем же четырехнедельным периодом 2025 года, а не с месячными показателями из других источников. Кроме того, методика NielsenIQ не учитывает коктейли на винной основе: данные отражают продажи вина в более узком понимании и не включают все смежные алкогольные продукты, конкурирующие за расходы потребителей.

Производители, импортеры и розничные продавцы, вероятно, обратят внимание на различия между сегментами. Продажи игристого и безалкогольного вина продолжали расти, однако рынок в целом оставался под давлением: тихие вина, крупнейший сегмент, теряли позиции и в денежном выражении, и по количеству проданных ящиков.