vinetur

Спрос на Хэллоуин помог замедлить спад продаж крепкого алкоголя в США — NielsenIQ

За неделю, завершившуюся 31 октября, продажи составили 574,4 млн долларов — на 10,1% больше, чем неделей ранее, после снижения на 2,0% за четыре недели

среда, 11 ноября 2026 г.



За четыре недели, завершившиеся 31 октября, продажи крепкого алкоголя в США сократились, однако связанный с Хэллоуином спрос помог стабилизировать рынок и замедлить недавний спад в категории, говорится в опубликованном в

среду отчете NielsenIQ.

По данным NielsenIQ, за этот четырехнедельный период продажи крепкого алкоголя в денежном выражении, без учета готовых коктейлей, снизились на 2,0% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее, а объем продаж сократился на 1,7%. Исследовательская компания отметила, что осторожность потребителей и общее давление на экономику обусловили 90% спада в категории. При этом результаты улучшились по сравнению с предыдущим отчетным периодом: покупатели стали активнее приобретать продукцию в преддверии Хэллоуина и начала сезона праздничных застолий.

Неделя, завершившаяся 31 октября, стала заметным исключением в отчете. По данным NielsenIQ, за эту неделю продажи крепкого алкоголя достигли 574,4 млн долларов — на 10,1% больше, чем за предыдущую. Этот рост свидетельствует о том, что сезонный спрос помог компенсировать часть давления, которое сказывалось на бизнесе в последние месяцы.

Динамика в разных категориях оставалась неоднородной. Текила стала одной из немногих крупных категорий, показавших рост: за четырехнедельный период продажи в денежном выражении увеличились на 1,7%, а объем — на 6,1%. Безалкогольные крепкие напитки росли еще быстрее: продажи в денежном выражении выросли на 22,7%, а объем — на 25,6%. Это была самая быстрорастущая категория в отчете.

Водка, крупнейшая по продажам категория крепкого алкоголя во многих розничных каналах страны, также продемонстрировала признаки стабилизации. По данным NielsenIQ, продажи водки в денежном выражении снизились на 0,4%, а объем — на 0,7%; оба показателя были лучше недавней динамики. Продажи виски продолжили отставать: в денежном выражении они упали на 4,9%, а объем сократился на 5,2%. Категория «прочие», в которую входят бренди, коньяк, ликеры, джин, зерновой спирт и ром, снизилась на 2,0% в денежном выражении и на 2,9% по объему.

Среди производителей первое место по продажам в денежном выражении сохранила Diageo, хотя ее продажи снизились на 6,0%, а объем в кейсах — на 68 600 кейсов за отчетный период. Sazerac заняла второе место и показала один из лучших результатов среди крупных поставщиков: продажи в денежном выражении выросли на 5,9%, а объем — на 79 100 кейсов. На третьем месте оказалась Bacardi: продажи в денежном выражении увеличились на 3,5%, а объем — на 9 800 кейсов. Fifth Generation, производитель Tito’s Handmade Vodka, заняла четвертое место: продажи в денежном выражении выросли на 7,3%, а объем — на 25 100 кейсов. Замкнула пятерку лидеров по продажам в денежном выражении Suntory Global Spirits, чьи продажи снизились на 6,2%, а объем — на 44 700 кейсов.

Если ранжировать производителей по росту продаж в денежном выражении, а не по их общему объему, лидером окажется Sazerac, за ней следуют Fifth Generation и Bacardi. Также выделилась Constellation: продажи в денежном выражении выросли на 17,8%, а объем — на 7 200 кейсов. Heaven Hill вошла в пятерку производителей с наибольшим ростом: продажи в денежном выражении увеличились на 0,9%, несмотря на сокращение объема на 12 900 кейсов.

Среди брендов первое место по продажам в денежном выражении заняла Tito’s Vodka, которая также показала рост: продажи увеличились на 5,7%, а объем — на 20 100 кейсов. Crown Royal занял второе место по продажам в денежном выражении, но показал снижение на 9,5%; объем сократился на 19 400 кейсов. Jack Daniel’s оказался на третьем месте: продажи снизились на 7,5%, а объем — на 19 200 кейсов. Don Julio занял четвертое место: продажи в денежном выражении упали на 3,0%, а объем — на 1 500 кейсов. Fireball Whiskey замкнул пятерку: продажи в денежном выражении снизились на 6,6%, а объем — на 24 500 кейсов.

В число брендов с самым быстрым ростом продаж в денежном выражении вошли марки, не занимающие ведущих позиций по общему объему. Продажи Cazadores в денежном выражении выросли на 60,0%, а объем увеличился на 26 400 кейсов. Продажи W.L. Weller в денежном выражении выросли на 103,7%, а объем — на 8 500 кейсов. Продажи Lunazul Tequila в денежном выражении увеличились на

18,9%, а объем — на 13 900 кейсов. Svedka показала рост продаж в денежном выражении на 17,5% и прибавила 51 400 кейсов; вместе с Tito’s она стала одним из водочных брендов, продемонстрировавших в отчетный период более высокую динамику.

Отчет указывает на то, что рынок в целом продолжает сокращаться, однако в преддверии праздничного сезона у текилы, безалкогольных крепких напитков и отдельных водочных брендов заметны более выраженные очаги спроса. Данные NielsenIQ охватывают все продажи крепкого алкоголя в США, за исключением готовых коктейлей; в сегмент «прочие» входят бренди, коньяк, ликеры, джин, зерновой спирт и ром.