vinetur

Спрос на Хэллоуин замедлил спад продаж пива в США

По данным NielsenIQ, продажи пива в денежном выражении снизились на 1,6%, объем — на 3,3%; на ослабление спроса пришлось 86% спада

среда, 11 ноября 2026 г.



За четыре недели, завершившиеся 31 октября, продажи пива в США снизились менее значительно: спрос на Хэллоуин поддержал недельные показатели, хотя вся категория в целом по-прежнему испытывала давление. Об этом говорится в отчете NielsenIQ о розничных продажах.

По данным NielsenIQ, за этот период продажи всего пива, без учета ароматизированных солодовых напитков и крепкого сельтерского, в денежном выражении сократились на 1,6% по сравнению с годом ранее, а объем продаж — на 3,3%. Оба показателя улучшились относительно предыдущего отчетного периода, что говорит о замедлении спада в категории на фоне сезонного роста покупок в конце октября.

В отчете отмечается, что главной причиной снижения продаж оставался ослабевший интерес потребителей. NielsenIQ связывает 86% спада с уменьшением спроса со стороны покупателей, а 13% — с сокращением дистрибуции. В недельном исчислении продажи в денежном выражении достигли 870,8 млн долларов, увеличившись на 2,5% по сравнению с предыдущей неделей: дополнительный импульс имели покупки к Хэллоуину.

Октябрьский отчет указывает на неоднородность рынка: некоторые сегменты с более высокими темпами роста и премиальные категории продолжали отчасти компенсировать слабость традиционных сегментов пивного рынка. Импортное пиво вернулось к росту продаж в денежном выражении — на 0,3%, а снижение объема продаж замедлилось до 1,5%. Рост показало и отечественное пиво суперпремиум-класса: продажи в денежном выражении увеличились на 2,3%, а объем — на 1,6%.

Результаты ряда других сегментов значительно превзошли показатели категории в целом. Продажи сидра в денежном выражении выросли на 6,5%, а в ящиках — на 4,9%; безалкогольное пиво прибавило 8,9% в стоимостном выражении и 7,5% в объеме. Эти данные подтверждают, что потребители продолжают тратить деньги на отдельные нишевые продукты, хотя общий спрос на пиво остается ниже, чем год назад.

В то же время крупнейшие слабые сегменты категории продолжали заметно сокращаться. Продажи отечественного пива премиум-класса в денежном выражении упали на 5,5%, а объем — на 6,8%, что сделало его самым слабым крупным сегментом в разбивке NielsenIQ. Продажи крафтового пива также снизились: на 4,1% в денежном выражении и на 5,6% в объеме.

Среди производителей Anheuser-Busch сохранила первое место по продажам в денежном выражении, несмотря на их снижение на 1,9% и сокращение продаж в ящиках на 1,7 млн. Второе место заняла Constellation — одна из крупнейших компаний, показавших рост: продажи в денежном выражении увеличились на 1,8%, а число проданных ящиков — на 58 700. Molson Coors Beverage Co. сохранила третье место, однако продажи в денежном выражении снизились на 3,6%, а число проданных ящиков — на 1,3 млн.

Heineken USA заняла четвертое место: продажи в денежном выражении сократились на 6,5%, а число проданных ящиков — на 338 400. New Belgium Brewing оказалась на пятом месте по продажам в денежном выражении и выделилась ростом: продажи увеличились на 6,7%, а число проданных ящиков — на 48 900.

В рейтинге производителей по росту продаж в денежном выражении лидировала Constellation, за ней следовали New Belgium Brewing, Boston Beer, Sapporo Breweries Ltd. и Athletic Brewing Co. Среди этих компаний быстрее всего росли продажи Sapporo — на 15,6%; Athletic Brewing продолжила пользоваться спросом на безалкогольное пиво, увеличив продажи на 3,6%.

Среди брендов первое место по продажам в денежном выражении сохранила Modelo. Они выросли на 0,8%, хотя число проданных ящиков сократилось на 130 500. На втором месте оказался Budweiser, продажи которого в денежном выражении снизились на 7,4%, а число проданных ящиков — на 1,6 млн. Это одно из самых резких падений среди ведущих брендов.

Третье место по продажам в денежном выражении занял Michelob, показавший самый высокий рост среди пяти ведущих брендов: продажи увеличились на 5,3%, а число проданных ящиков — на 462 200. Corona оказалась на четвертом месте: продажи в денежном выражении снизились на 1,5%, а число проданных ящиков — на 185 400. Замкнул пятерку Coors: продажи в денежном выражении сократились на 1,9%, а число проданных ящиков — на 429 000.

В рейтинге брендов по росту продаж в денежном выражении лидировал Michelob, за ним следовали Pacifico, Busch, Victoria и Modelo. Продажи Pacifico в денежном выражении выросли на 20,5%, а число проданных ящиков увеличилось на 282 600; Victoria прибавила 18,7% и 83 000 ящиков. Продажи Busch в денежном выражении выросли на 3,0%, а число проданных ящиков — на 130 100.

Отчет показывает, что ноябрь рынок пива в США встретил с более сильной краткосрочной динамикой, чем в начале осени: этому способствовал сезонный спрос в преддверии Хэллоуина. Однако к 31 октября вся категория в целом оставалась в минусе. Данные NielsenIQ показывают, что на продажи по-прежнему сильнее влиял ослабевший потребительский спрос, а не изменения в дистрибуции.