vinetur

Хэллоуинский спрос поднял продажи готовых коктейлей на 6,0% за последнюю неделю октября

По данным NielsenIQ, продажи готовых коктейлей в октябре выросли на 3,7% в денежном выражении, а основной вклад внесли напитки на основе крепкого алкоголя

среда, 11 ноября 2026 г.



В октябре продажи готовых коктейлей в рознице США росли быстрее: покупки к Хэллоуину подняли недельные продажи и помогли почти остановить снижение объемов. Об этом говорится в отчете NielsenIQ за четыре недели по 31 октября.

По данным NielsenIQ, за этот период продажи категории готовых коктейлей в денежном выражении выросли на 3,7%, тогда как объем в кейсах снизился на 0,3%. За неделю по 31 октября продажи достигли 301,2 млн долларов — на 6,0% больше, чем неделей ранее. В отчете этот рост связывают с сезонным спросом перед Хэллоуином.

В категорию, отслеживаемую NielsenIQ, входят готовые к употреблению и готовые к подаче напитки на основе крепкого алкоголя, коктейли на основе вина, ароматизированные солодовые напитки и хард-зельцеры. Данные показывают, что динамика в этих сегментах по-прежнему различалась: основную часть роста категории обеспечила продукция на основе крепкого алкоголя.

Готовые к употреблению напитки на основе крепкого алкоголя оставались самым сильным сегментом рынка. По данным NielsenIQ, за четыре недели их продажи в денежном выражении выросли на 21,5%, а объем — на 24,3%. Продажи коктейлей на основе вина также увеличились: на 6,5% в денежном выражении и на 4,9% в объеме.

Продажи ароматизированных солодовых напитков и зельцеров по-прежнему снижались, однако спад в категории замедлился. По данным NielsenIQ, продажи этой группы в денежном выражении упали на 3,7%, а объем — на 6,1%. Благодаря менее значительному снижению эта группа слабее тянула вниз общие показатели готовых коктейлей, хотя ее динамика оставалась хуже, чем у продукции на основе крепкого алкоголя и вина.

Эти данные указывают на то, что рынок готовых коктейлей приближается к возобновлению роста в натуральном выражении после периода, когда денежные продажи держались лучше, чем объем в кейсах. Как показал отчет, ценовой фактор и ассортиментный микс по-прежнему поддерживали категорию, но значительная часть роста была связана с тем, что потребители покупали больше готовых к употреблению напитков на основе крепкого алкоголя, а не с повсеместным увеличением продаж во всех сегментах.

Среди производителей крупнейшей компанией в категории готовых коктейлей по продажам в денежном выражении за четыре недели по 31 октября оставалась Mark Anthony Brands. По данным NielsenIQ, ее продажи в денежном выражении выросли на 1,1%, хотя объем снизился на 74 800 кейсов. Второе место по денежным продажам заняла Boston Beer: они сократились на 2,4%, а объем — на 291 100 кейсов.

Anheuser-Busch Inc. заняла третье место по денежным продажам и показала один из самых высоких результатов среди крупнейших поставщиков. Продажи готовых коктейлей компании выросли на 6,3%, а объем увеличился на 48 200 кейсов. Следом идет Sazerac: продажи в денежном выражении выросли на 5,6%, объем — на 42 000 кейсов. Gallo заняла пятое место по денежным продажам: они снизились на 1,3%, а объем — на 30 700 кейсов.

В рейтинге производителей по темпам роста продаж в денежном выражении лидировала Stateside Brands: ее продажи выросли на 110,1%, а объем — на 435 100 кейсов. Anheuser-Busch и Sazerac также оказались в верхней части рейтинга. Это отражает рост как у крупных и давно работающих на рынке поставщиков, так и у более новых или быстрорастущих брендов.

На уровне брендов первое место по денежным продажам готовых коктейлей занял White Claw. По данным NielsenIQ, его продажи выросли на 2,4%, а объем — на 6 000 кейсов. Второе место по денежным продажам занял Twisted Tea, однако они снизились на 7,7%, а объем — на 247 900 кейсов.

Третье место по денежным продажам занял BuzzBallz: они выросли на 6,2%, а объем увеличился на 32 700 кейсов. Cutwater Cocktail оказался на четвертом месте и показал один из самых высоких результатов среди ведущих брендов: продажи в денежном выражении выросли на 13,4%, а объем — на 80 500 кейсов. Smirnoff занял пятое место: денежные продажи выросли на 5,8%, а объем — на 51 500 кейсов.

Рейтинг брендов по темпам роста показал, что несколько марок, связанных с сегментом готовых к употреблению напитков на основе крепкого алкоголя, продолжают набирать обороты. Лидером стал Surfside Cocktail: денежные продажи выросли на 60,2%, а объем — на 235 900 кейсов. Продажи Sun Cruiser Cocktail в денежном выражении увеличились на 64,3%, объем — на 146 700 кейсов. Monaco показал рост денежных продаж на 30,0% и прибавил 59 900 кейсов. Cutwater также вошел в рейтинг быстрорастущих брендов, что подтверждает его успех как среди лидеров продаж, так и среди марок с высокими темпами роста.

Октябрьский отчет указывает на то, что рынок готовых коктейлей получил сезонный импульс в конце месяца, а его динамика по-прежнему определяется резким расхождением между ростом продукции на основе крепкого алкоголя и спадом ароматизированных солодовых напитков и зельцеров. Данные NielsenIQ показывают, что спрос в период Хэллоуина помог категории завершить отчетный период на более прочной основе, хотя к 31 октября общий объем в кейсах еще не перешел к уверенно положительной динамике.