vinetur

Безалкогольное пиво опередило крафтовое на 13,1 процентного пункта в рознице США

По данным NielsenIQ за четыре недели по 31 октября, продажи безалкогольного пива выросли на 7,5%, а крафтового снизились на 5,6%

четверг, 12 ноября 2026 г.



Безалкогольное пиво продолжало наращивать продажи в розничных каналах США, тогда как крафтовое пиво теряло позиции, свидетельствуют данные панели NielsenIQ, приведенные в отраслевом отчете, опубликованном в среду, 11 ноября. За четыре недели по 31 октября объем продаж безалкогольного пива вырос на 7,5% по сравнению с аналогичным периодом 2025 года, а крафтового — сократился на 5,6%. Разрыв между сегментами составил 13,1 процентного пункта.

Та же динамика наблюдалась и в денежном выражении. Продажи безалкогольного пива выросли в стоимостном выражении на 8,9% год к году, тогда как продажи крафтового пива снизились на 4,1%. Эти показатели говорят о том, что рост розничных продаж пива был сосредоточен в ограниченном числе категорий, а не охватывал рынок в целом.

В других сегментах пивного рынка изменения были более умеренными. Продажи импортного пива в денежном выражении выросли на 0,3%, однако объем продаж снизился на 1,5%. В сегменте отечественного пива суперпремиум-класса продажи в стоимостном выражении увеличились на 2,3%, а объем — на 1,6%. Это одна из немногих традиционных категорий пива в выборке, показавших рост по обоим показателям.

Данные охватывают розничные продажи в США, отслеживаемые NielsenIQ за четырехнедельный период, а не весь пивной рынок за год. Абсолютные объемы продаж по сегментам не приводились; сопоставимые данные с начала года также не публиковались. Поэтому имеющиеся цифры показывают направление и темпы изменений, но не общий размер каждой категории на рынке.

Важно также различать показатели в стоимостном и натуральном выражении. Стоимостной показатель отражает продажи в долларах, а натуральный — физический объем продаж. Если продажи сегмента растут в денежном выражении, но не в натуральном, причиной могут быть изменение цен, структуры ассортимента или другие факторы, а не только увеличение числа проданных единиц. Это важно для импортного пива: его продажи в долларах немного выросли, хотя объем продолжал снижаться.

Рост безалкогольного пива по обоим показателям указывает на расширение розничных продаж в этот период. Поскольку объем продаж увеличился на 7,5%, а продажи в денежном выражении — на 8,9%, рост сегмента обеспечивался не только повышением цен. Крафтовое пиво продемонстрировало противоположную динамику: снизились и продажи в долларах, и объем, что указывает на ослабление продаж в магазинах, охваченных исследованием, за рассматриваемый период.

Данные, приведенные в отчете от 11 ноября, взяты из американской панели розничных продаж NielsenIQ, однако исходный отчет NielsenIQ не был доступен публично. Изученные показатели были опубликованы во вторичном отчете Vinetur. Это ограничивает возможности независимой проверки полной методологии и любых дополнительных разбивок, которые могли содержаться в исходной публикации.

В отчете также отмечается, что панель не отражает все потребление в стране и не включает сидр, ароматизированные солодовые напитки и крепкие сельтеры. Поэтому цифры следует рассматривать как срез отслеживаемых розничных продаж пива за четыре недели по 31 октября, а не как полный показатель всех покупок алкогольной продукции в США.