vinetur

В 2025 году объемы продаж алкогольных напитков RTD в США сократились на 1%, выяснила IWSR

Коктейли на основе крепкого алкоголя выросли на 17%, хард-ти — на 5%, а хард-зельцеры потеряли 8%, указывая на смещение спроса к премиальным продуктам

суббота, 14 ноября 2026 г.

Премиальные готовые коктейли и хард-ти станут драйверами следующего этапа роста рынка RTD в США, хотя в целом категория стабилизируется после нескольких лет быстрого расширения. Об этом свидетельствуют новые данные исследования IWSR, опубликованные в пятницу, 13 ноября.

Согласно исследованию IWSR RTDs Strategic Study 2026 USA, общий объем рынка RTD в США в 2025 году сократился на 1%. Это указывает на стабилизацию рынка после бума, последовавшего за пандемией, а не на продолжение широкого роста, который ранее в этом десятилетии обеспечивал подъем многих брендов. На фоне замедления рынка, как показывают данные исследования, рост смещается от категорий, прежде лидировавших по объемам, к более дорогой продукции, прежде всего премиальным коктейлям на основе крепкого алкоголя.

Ярче всего эти изменения проявились в крупнейших устоявшихся сегментах. Продажи хард-зельцеров, которые по-прежнему занимают первое место среди категорий RTD по объему, в 2025 году снизились на 8%; IWSR прогнозирует, что до 2030 года среднегодовой темп их роста составит -7%. Объемы

ароматизированных алкогольных напитков, к которым относятся алькопопы и кулеры, в 2025 году сократились на 4%, а до 2030 года, как ожидается, будут снижаться в среднем на 3% в год.

На этом фоне сегмент готовых коктейлей показал заметный рост. По данным IWSR, объемы коктейлей в 2025 году увеличились на 17%, а хард-ти — на 5%. Ожидается, что более широкий сегмент готовых коктейлей и лонг-дринков сохранит эту динамику: прогнозируемый среднегодовой темп роста до 2030 года составляет 9%. Для производителей напитков этот сдвиг может определить направления инвестиций в ближайшие годы, особенно в портфели коктейлей на основе крепкого алкоголя, рассчитанные на потребителей в США, которые, судя по всему, становятся разборчивее в выборе, но по-прежнему готовы платить больше за продукты, которые считают достойными такой цены.

Сьюзи Голдспинк, руководитель направления исследований RTD в IWSR, заявила, что к 2030 году объемы продаж коктейлей, хард-зельцеров и ароматизированных алкогольных напитков могут стать сопоставимыми. По ее мнению, производителям следует сосредоточиться на сегментах, набирающих обороты, а не пытаться удержать долю в категориях, рост которых замедляется. По словам Голдспинк, исследование показывает, что потребители готовы больше тратить на премиальные продукты, которые им уже нравятся.

В качестве примера того, как этот сдвиг может проявляться внутри сегмента, переживающего спад, IWSR приводит готовые напитки на основе виски. В целом их объемы в 2025 году снизились на 11%, говорится в исследовании. Однако продажи готовых коктейлей Whisky Sour выросли более чем на 1 500%, и на них пришлось 66% объема рынка напитков RTD на основе виски. По словам Голдспинк, эта динамика свидетельствует о реальном спросе на премиальные коктейли даже при сокращении более широкого сегмента традиционной продукции. Она отметила, что для категории RTD на основе виски в целом прогнозируется среднегодовой темп роста в 1%, то есть фактически стагнация, однако эта общая цифра скрывает более быстрый рост премиальных коктейлей.

Еще одним важным источником будущего роста исследование назвало канал заведений. По данным IWSR, доля RTD на основе крепкого алкоголя в продажах в барах и ресторанах выросла с 6% в 2020 году до 16% в 2026 году; до 2030 года этому каналу прогнозируют среднегодовой темп роста в 12%. В розничном канале, как ожидается, продажи будут расти медленнее — на 5% за тот же период. По данным IWSR, в 2026 году 47% опрошенных сообщили, что покупали RTD в барах, ресторанах или подобных заведениях; в 2023 году таких респондентов было 37%.

Голдспинк заявила, что продажи RTD на основе крепкого алкоголя в заведениях растут вдвое быстрее, чем в рознице, а сам этот канал позволяет быстрее всего закрепить продукт в премиальном сегменте. По ее словам, именно здесь формируется ценовой ориентир, который затем может влиять на восприятие продукта в рознице. Канал заведений может быть особенно полезен и брендам, использующим не водку, а другие виды крепкого алкоголя. Согласно IWSR, напитки RTD на основе виски и джина там продаются относительно успешнее, поэтому бары и рестораны могут стать перспективной площадкой для формирования спроса перед активным выходом в магазины.

Еще один сегмент, отмеченный IWSR, — RTD, вдохновленные спортивными напитками и отнесенные исследовательской компанией к категории ароматизированных алкогольных напитков. Исследование характеризует эту нишу как новое направление роста, которому отчасти способствует более заметное присутствие в социальных сетях. По словам Голдспинк, новые игроки отвечают на спрос потребителей на продукты, сочетающие «развлечение и функциональность» в сегменте напитков, позиционируемых как более полезные. Она отметила появление множества RTD на основе водки, которые используют характерные для спортивных напитков элементы — электролиты, вкусы напитков типа «эйд», пониженное содержание сахара и отсутствие газа. Они предназначены для дневных и непринужденных поводов.

Этот тренд уже отражается на сделках в отрасли. В октябре 2026 года Constellation Brands заплатила $75 млн за бренд SpikedAde — RTD на основе водки, позиционируемый как спортивный напиток. Эта покупка показывает, что

крупные компании отрасли напитков обращают внимание не только на насыщенный рынок хард-зельцеров, но и на подкатегории, у которых еще может быть потенциал роста по мере дальнейшего изменения предпочтений потребителей в сегментах крепкого алкоголя, напитков, смежных с пивом, и других категориях, ориентированных на удобство.