vinetur

Розничные продажи вина в США за четыре недели по 7 ноября снизились на 3,4%

Падение замедлилось: продажи тихих вин снизились на 4,3% в денежном выражении, игристых выросли на 2,3%

вторник, 17 ноября 2026 г.



Розничные продажи вина в США за четыре недели по 7 ноября вновь снизились, однако падение оказалось менее значительным, чем в предыдущем периоде, а игристое вино сохранило положительную динамику. Об этом свидетельствуют

данные NielsenIQ, опубликованные в понедельник, 16 ноября.

По данным NielsenIQ, продажи вина в отслеживаемых компанией розничных каналах, без учета коктейлей на основе вина, сократились в денежном выражении на 3,4%, а в натуральном — на 5,0% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Эти показатели говорят о продолжающемся сокращении рынка, хотя и более медленными темпами, чем в предыдущем четырехнедельном периоде.

За четыре недели по 31 октября продажи вина снизились на 3,8% в денежном выражении и на 5,3% в натуральном. Таким образом, в последнем периоде годовое падение замедлилось на 0,4 процентного пункта в денежном выражении и на 0,3 процентного пункта в натуральном. NielsenIQ использует скользящие четырехнедельные периоды, которые частично пересекаются, поэтому сокращение продаж меньшими темпами само по себе не свидетельствует об устойчивом развороте тенденции.

Динамика основных сегментов винного рынка по-прежнему заметно различалась. Тихие вина показали самые слабые результаты: продажи в денежном выражении снизились на 4,3%, а в натуральном — на 5,5% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Продажи игристых вин, напротив, выросли на 2,3% в денежном выражении и на 1,4% в натуральном.

Безалкогольное вино, несмотря на то что этот сегмент пока невелик, показало самые быстрые темпы роста в отчете. По данным NielsenIQ, продажи в этой категории за год увеличились на 18,9% в денежном выражении и на 14,4% в натуральном.

В совокупности эти показатели указывают на рост средней стоимости единицы объема продаж примерно на 1,7%. На этот расчет могут влиять изменения в структуре ассортимента, ценах и потребительских предпочтениях; его не следует трактовать как чистый показатель инфляции.

Последние данные показывают, что потребители продолжали покупать меньше ящиков вина в целом, хотя расходы снижались медленнее, чем объем продаж. Такая картина характерна для рынка, где более дорогие категории или товары могут смягчать эффект от падения продаж в натуральном выражении. При этом в опубликованных данных NielsenIQ не приводилась подробная разбивка цен по сегментам.

Отчет также подчеркивает различие, заметное и в предыдущих данных о розничных продажах: традиционный сегмент тихих вин остается под давлением, тогда как игристые вина продолжают демонстрировать устойчивость в преддверии праздничного сезона в конце года. В опубликованных данных NielsenIQ не объяснила причины этого расхождения.

Данные охватывают розничный рынок США, отслеживаемый NielsenIQ, но не все потребление вина в стране. Поэтому эти показатели не отражают рынок США в полном объеме. В опубликованном отчете NielsenIQ также не указала абсолютные объемы продаж за весь период или сопоставимые данные с начала года.