vinetur

Anheuser-Busch заявила, что на Michelob Ultra и Busch Light пришлось почти 15% продаж пива в США

По данным компании, в третьем квартале 2026 года доля этих двух брендов достигла такого уровня в натуральном выражении; Anheuser-Busch сослалась на данные Circana, не опубликовав полные таблицы

среда, 18 ноября 2026 г.



Во вторник, 17 ноября, Anheuser-Busch заявила, что в третьем квартале 2026 года на Michelob Ultra и Busch Light вместе пришлось почти 15% продаж пива в США в натуральном выражении. Это показывает, насколько весомую роль на американском пивном рынке теперь играют два отечественных бренда компании.

Эта цифра основана на данных Circana, на которые компания сослалась в корпоративном заявлении, опубликованном WebWire. Anheuser-Busch уточнила, что совокупная доля относится к объему продаж пива в США и отражает результаты этих двух брендов, а не всего американского портфеля компании.

В заявлении Michelob Ultra назван ведущим пивным брендом страны по объему продаж. Там также говорится, что Busch Light занял второе место по приросту доли в натуральном выражении. Компания связала свои оценки рынка с данными Circana и Nielsen, однако не опубликовала полные исходные таблицы.

Показатель, близкий к 15%, дает представление о распределении долей между отдельными брендами на рынке, который по-прежнему занимает центральное место в мировой пивоваренной отрасли. Для Anheuser-Busch эта цифра также подчеркивает роль двух давно известных американских марок в укреплении позиций компании среди розничных продавцов и дистрибьюторов.

При этом в пресс-релизе не приводились прежние доли Michelob Ultra и Busch Light — ни по отдельности, ни вместе. Поэтому на основании опубликованных компанией материалов невозможно рассчитать изменения в квартальном, годовом или с начала года выражении. В заявлении также не указывалась точная доля с большим количеством знаков после запятой и не раскрывались параметры рыночной панели, на которой основаны данные.

Это важно, поскольку рост доли рынка сам по себе не показывает, расширился или сократился рынок пива в целом. Бренд может увеличить свою долю даже при снижении общего объема продаж в категории, если его продажи падают медленнее, чем у конкурентов, или растут на фоне их ослабления. Без полного массива данных заявление отражает относительное положение брендов, но не дает полной картины динамики рынка в целом.

Anheuser-Busch — американское подразделение AB InBev, крупнейшей в мире пивоваренной компании по объему производства. В опубликованном 17 июня отраслевом рейтинге BarthHaas объем производства AB InBev за 2025 год оценивался в 484,19 млн гектолитров. Штаб-квартира AB InBev находится в Лёвене, Бельгия, а Anheuser-Busch — в Сент-Луисе.

Акцент компании на Michelob Ultra и Busch Light примечателен тем, что эти два бренда ориентированы на разные сегменты пивного рынка. Michelob Ultra занял значительную долю в сегменте легкого пива, тогда как Busch Light сохраняет популярность среди потребителей, ориентированных на доступные цены, и демонстрирует устойчивость во многих массовых каналах розничной торговли. Подчеркивая совокупный масштаб двух марок, Anheuser-Busch обращает внимание инвесторов, оптовых продавцов и розничных сетей на концентрацию продаж в этой паре брендов, а не во всем ассортименте компании.

В заявлении не приводились сопоставимые показатели конкурирующих брендов или пивоваренных компаний и не уточнялось, какая часть совокупной доли приходилась на каждую марку. Не было и отдельных данных по стране и регионам, поэтому осталось неясным, где зафиксирован наиболее заметный рост и был ли результат брендов равномерным по всей стране.

Несмотря на эти ограничения, опубликованные данные указывают на масштаб присутствия Michelob Ultra и Busch Light на рынке пива в США в натуральном выражении. На зрелом рынке, где даже небольшое изменение доли может иметь значение для места на полке, цен и дистрибуции, совокупный показатель, приближающийся к 15%, говорит о том, что эти два бренда остаются ключевыми элементами стратегии Anheuser-Busch в США.