vinetur

Спад продаж пива в США замедлился в начале ноября, сообщает NielsenIQ

За четыре недели по 7 ноября продажи пива в денежном выражении снизились на 1,5%; на сокращение покупок потребителями пришлось 92% потерь

среда, 18 ноября 2026 г.



В начале ноября продажи пива в США демонстрировали признаки стабилизации, хотя категория по-прежнему сокращалась, а недельные показатели ухудшились. Об этом говорится в новом отчете NielsenIQ, охватывающем четыре недели по 7 ноября.

В отчете, в котором учитываются общие продажи пива без ароматизированных солодовых напитков и хард-зельцеров, говорится, что за последние четыре недели продажи в денежном выражении снизились на 1,5% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Объем продаж упал на 3,2%. По данным NielsenIQ, оба показателя немного улучшились по сравнению с предыдущим отчетным периодом: это свидетельствует о том, что ноябрь категория начала на более прочной основе, несмотря на сохраняющееся давление на спрос.

Главной причиной ухудшения показателей по-прежнему оставалось сокращение покупок потребителями. По данным NielsenIQ, снижение интереса покупателей обусловило 92% потерь категории, а на сокращение дистрибуции пришлось оставшиеся 8%. Это говорит о том, что проблема связана скорее со спросом, чем с наличием товара на полках: пиво покупает меньше потребителей, тогда как его доступность изменилась лишь незначительно.

Недельная динамика была слабее. Продажи в денежном выражении за неделю составили 830,5 млн долларов, что на 4,6% меньше, чем неделей ранее. В отчете не связывают недельное снижение с каким-либо одним фактором, но отмечают, что общий тренд за четыре недели продолжал улучшаться по сравнению с предыдущими периодами.

Показатели в разных сегментах существенно различались. Отечественное пиво суперпремиального сегмента оставалось сильнейшим из крупных сегментов: за четыре недели по 7 ноября продажи в денежном выражении выросли на 2,4%, а объем — на 1,6%. Импортное пиво также сохранило положительную динамику в денежном выражении, но лишь незначительную. Продажи импортного пива в денежном выражении выросли на 0,1%, тогда как объем снизился на 1,4%. Это указывает на то, что цены и ассортиментная структура помогли удержать выручку от продаж на прежнем уровне, хотя спрос в натуральном выражении

ослаб.

Несколько небольших растущих сегментов продолжали опережать рынок в целом. Продажи безалкогольного пива в денежном выражении выросли на 8,6%, а количество проданных кейсов — на 7,1%. Сидр также показал рост: продажи в денежном выражении увеличились на 7,0%, а продажи в кейсах — на 5,4%. Эти результаты выделялись на фоне снижения показателей во многих традиционных сегментах пива и дополняли свидетельства того, что часть потребителей меняет предпочтения внутри рынка алкогольных напитков, а не уходит с него полностью.

Другие сегменты пивного рынка оставались под давлением. Отечественное пиво премиум-сегмента показало худшие результаты среди крупных сегментов отчета: продажи в денежном выражении упали на 5,3%, а объем — на 6,5%. Продажи крафтового пива также снизились: на 4,0% в денежном выражении и на 5,3% по объему. Данные указывают на то, что широкомасштабный спад по-прежнему затрагивает многие устоявшиеся сегменты рынка, хотя премиальное и импортное пиво, а также безалкогольные сорта демонстрируют более устойчивую динамику.

Среди пивоваров крупнейшим производителем по объему продаж в денежном выражении оставалась Anheuser-Busch, хотя в последнем периоде ее показатели были отрицательными. Продажи компании в денежном выражении снизились на 1,9%, а продажи в кейсах — на 1,7 млн. На втором месте оказалась Constellation — одна из крупнейших пивоваренных компаний, которой удалось сохранить рост: продажи в денежном выражении увеличились на 1,5%, а объем продаж в кейсах — на 17 500 кейсов. Molson Coors Beverage Co. заняла третье место: продажи в денежном выражении снизились на 3,3%, а продажи в кейсах — на 1,2 млн.

Heineken USA, четвертый по величине производитель в отчете по объему продаж в денежном выражении, показала снижение на 6,0%, а продажи в кейсах сократились на 267 800. New Belgium Brewing заняла пятое место и продемонстрировала один из самых высоких темпов роста среди крупных пивоваров: продажи в денежном выражении увеличились на 7,7%, а объем

продаж в кейсах — на 69 100.

Если ранжировать пять крупнейших производителей, выделенных NielsenIQ, не по объему продаж, а по росту продаж в денежном выражении, лидером окажется Constellation. За ней следует New Belgium, а затем Boston Beer, продажи которой в денежном выражении выросли на 1,8%, а число проданных кейсов увеличилось на 16 500. Sapporo Breweries Ltd. показала один из самых высоких темпов роста в отчете: продажи в денежном выражении увеличились на 14,4%, а объем продаж в кейсах — на 17 300. Athletic Brewing Co., крупный игрок в сегменте безалкогольного пива, замкнула пятерку производителей с наибольшим ростом: продажи в денежном выражении выросли на 4,1%, а продажи в кейсах — на 5 400.

Среди брендов лидером по объему продаж в денежном выражении за последние четыре недели оставался Modelo. Его продажи в денежном выражении выросли на 0,4%, хотя продажи в кейсах сократились на 160 300. Второе место занял Budweiser, показавший одно из самых резких падений среди ведущих брендов: продажи в денежном выражении снизились на 7,5%, а продажи в кейсах — на 1,6 млн. На третьем месте оказался Michelob, результаты которого были значительно лучше: продажи в денежном выражении выросли на 5,5%, а объем продаж в кейсах — на 470 700.

Corona заняла четвертое место: продажи в денежном выражении снизились на 1,3%, а продажи в кейсах — на 163 900. Coors оказалась на пятом месте: продажи в денежном выражении упали на 1,7%, а объем продаж в кейсах — на 405 900.

Среди пяти брендов с наибольшим ростом лидером по увеличению продаж в денежном выражении стал Michelob. За ним следовал Pacifico: продажи в денежном выражении выросли на 19,1%, а продажи в кейсах — на 257 400, что сделало его одним из самых успешных брендов в отчете. Продажи Busch в денежном выражении увеличились на 3,1%, а число проданных кейсов — на 141 600. Продажи бренда New Belgium в денежном выражении выросли на 8,3%, а продажи в кейсах — на 58 900. Victoria также показала значительный рост: продажи в денежном выражении увеличились на 17,3%, а объем продаж в кейсах

— на 75 200.

Последние данные показывают, что общий спрос на пиво продолжает снижаться, однако динамика на рынке неоднородна. Импортное пиво сохраняло устойчивость, премиальные предложения показывали себя лучше, чем массовые отечественные сегменты, а безалкогольное пиво росло быстрее большинства остальных категорий. В то же время резкое падение продаж отечественного премиального пива и сохраняющаяся слабость крафтового сегмента подчеркивают неоднородность рынка.

Данные получены NielsenIQ Retail Measurement и охватывают четыре недели по 7 ноября.