vinetur

Продажи виски дороже $50 в США выросли на 4%

Продажи виски в целом сократились на 5%, но на бутылки дороже $50 пришлось почти 20% выручки при доле существенно ниже 10% в объеме продаж

пятница, 20 ноября 2026 г.



Бренды виски в верхнем ценовом сегменте продолжают укреплять позиции в США, несмотря на сокращение категории в целом. В четверг, 19 ноября, Shanken News Daily сообщил, что за год по 3 октября продажи брендов стоимостью от $50 за бутылку выросли на 4% в каналах, отслеживаемых NielsenIQ, тогда как общий

объем продаж виски сократился на 5%.

В отчете, основанном на данных Impact Databank, NielsenIQ и Circana, говорится, что рынок виски в США в целом движется к четвертому подряд годовому снижению продаж в натуральном выражении. Однако верхний ценовой сегмент продолжает опережать рынок, несмотря на тарифы и слабый потребительский спрос.

Это важно не только для рынка виски: данные показывают, где компании, выпускающие алкогольные напитки, все еще могут найти возможности для роста в условиях слабого рынка. Премиальная продукция приносит большую долю выручки, чем можно предположить по объему продаж в коробах. Эта тенденция может повлиять на ценообразование, размеры упаковки и ассортиментную политику в сегментах крепкого алкоголя и других алкогольных напитков.

По данным Impact Databank, на виски стоимостью от $50 приходится существенно менее 10% общего объема рынка США, но почти 20% его продаж в денежном выражении. Иными словами, сравнительно небольшая часть рынка обеспечивает значительно большую долю расходов покупателей.

В США верхний ценовой сегмент составляют преимущественно бурбоны стоимостью от $50 и шотландский виски, особенно односолодовый. По данным Shanken, Edrington’s The Macallan лидирует среди виски премиум-класса в стране по продажам в денежном выражении, а его основная линейка 12-летнего виски продолжает расти.

The Glenlivet компании Pernod Ricard остается лидером среди односолодовых шотландских виски по объему продаж, говорится в отчете. Бренд расширяет линейку новыми релизами, в том числе версией Provence в серии 12-летнего виски, выдержанного в бочках разных типов. Бутылка объемом 750 мл стоит $55.

В верхнем ценовом сегменте ирландского виски объем продаж марки Redbreast компании Pernod Ricard, выпускающей виски категории single pot still, также растет, говорится в отчете.

Sazerac, крупнейший по объему продаж производитель крепкого алкоголя, остается одним из ведущих игроков в премиальном сегменте американского виски. По данным Shanken, несколько ее бурбонов стоимостью выше $50 демонстрируют уверенный двузначный рост, в том числе W.L. Weller, Blanton’s и Colonel E.H. Taylor.

Sazerac также выпустила Eagle Rare 30, который называют самым выдержанным релизом с указанием возраста за всю историю Buffalo Trace Distillery. Сейчас компания представляет коллекцию Buffalo Trace Antique Collection 2026 года, в которую входят несколько специальных релизов стоимостью $155.

Согласно отдельному рейтингу брендов, на который сослалась Shanken, розничные продажи в натуральном выражении ведущих марок виски стоимостью выше $50 за бутылку объемом 750 мл выросли на 14,3% в каналах, отслеживаемых Circana, за 52 недели по 1 ноября. В список вошли 10 крупных марок, совокупные продажи которых в США в 2025 году составили 2,03 млн девятилитровых коробов.

В этой группе розничные продажи Colonel E.H. Taylor в натуральном выражении выросли на 85,1%, W.L. Weller — на 78,1%, Blanton’s — на 32,7%, а Eagle Rare — на 18,9%. Продажи The Macallan и Johnnie Walker Blue увеличились на 2,0% у каждой марки, а Redbreast — на 1,4%. У The Glenlivet показатель снизился на 3,1%, у Angel’s Envy — на 8,4%, а у Woodford Reserve Double Oaked — на 0,2%.

Крупные поставщики продолжают выводить на рынок новые продукты в этом сегменте. В октябре Brown-Forman расширила линейку Woodford Reserve Double Oaked, выпустив ржаной виски крепостью 45,2% об. и стоимостью $55. Новинка дополнила премиальную линейку бренда, в которую входит Double Double Oaked Bourbon.

Принадлежащая Bacardi марка Angel’s Envy также пополнила серию Distillery Series новым релизом — бурбоном Kentucky straight, выдержанным в бочках из-под стаута и в бочках из Amburana. Бутылка объемом 375 мл стоит $55.

Одна из наиболее очевидных перемен на рынке — рост популярности небольших премиальных упаковок. По данным Shanken, продажи вин и крепких напитков в уменьшенном формате растут на фоне инфляции и снижения располагаемых доходов потребителей. В сегменте виски это создало возможности для премиальных марок, выпускающих продукцию в бутылках меньшего объема: покупатели могут потратить меньше, но приобрести известный бренд.

Эта тенденция может иметь более широкие последствия для рынка напитков, если компании решат сохранять премиальные цены за счет уменьшения объема упаковки, а не скидок на полноразмерные бутылки. Кроме того, так производители могут привлечь покупателей подарков и тех, кто ищет предметы роскоши для приема гостей или особых случаев.

Одной из компаний, использующих эту стратегию, стала Diageo. Shanken отмечает Johnnie Walker Blue в бутылке объемом 200 мл стоимостью $85 — такой формат рассчитан на покупателей, которым нужен премиальный продукт в меньшей упаковке.