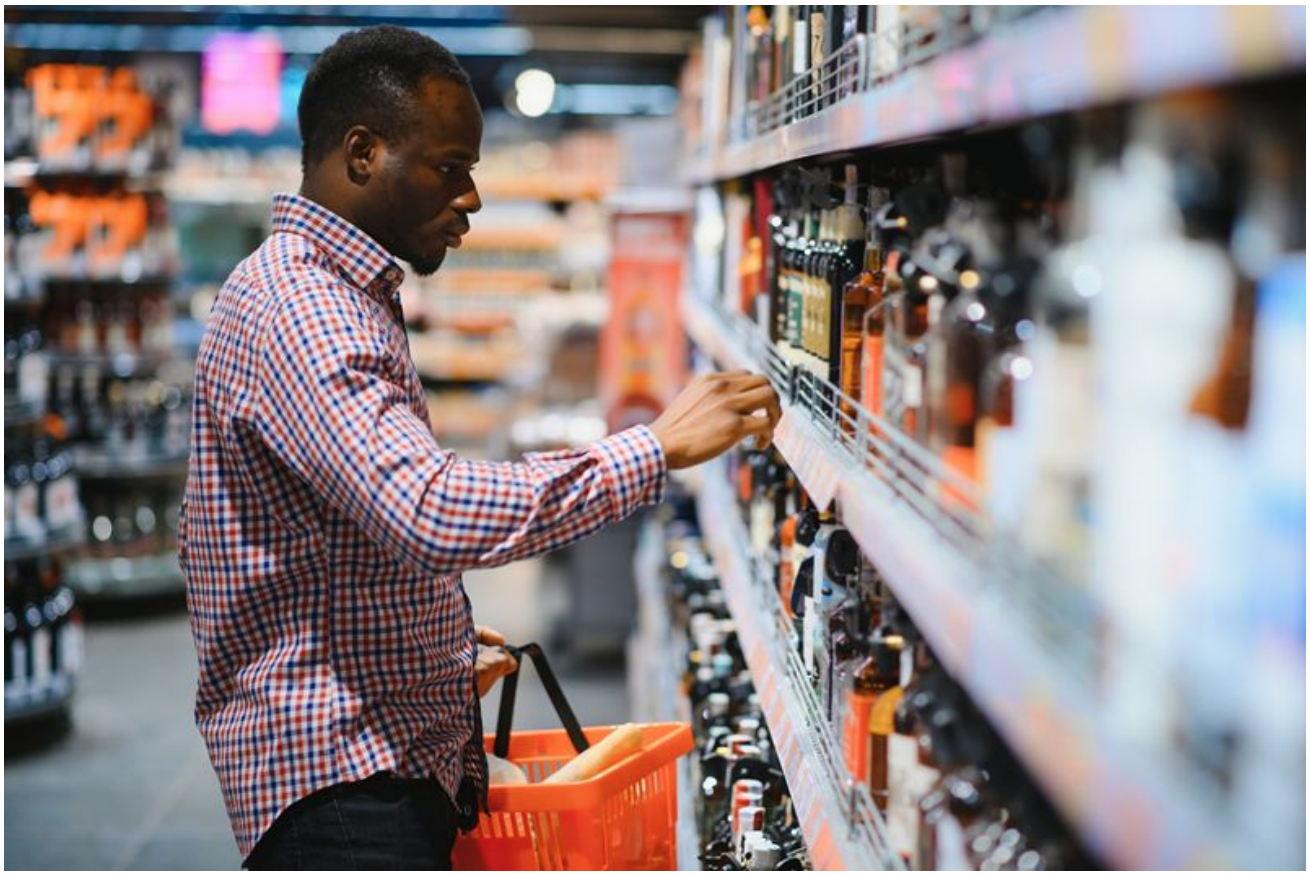
vinetur

Продажи безалкогольных напитков для взрослых в Total Wine превысили $75 млн

Безалкогольное пиво составляет 6,5% продаж пива Total Wine, а напитки без алкоголя становятся все популярнее

пятница, 20 ноября 2026 г.



Объем продаж безалкогольных напитков для взрослых в сети Total Wine & More превысил $75 млн. Это свидетельствует о том, что спрос на альтернативы алкоголю занимает все более заметное место на рынке напитков США.

Как сообщило издание Brewbound в четверг, 19 ноября, безалкогольное пиво уже составляет 6,5% от общего объема продаж пива в Total Wine. Эта цифра показывает, что категория перестала быть небольшим специализированным сегментом сети и теперь занимает измеримую долю в одном из ключевых направлений отрасли.

Согласно сообщению, компания расширяет ассортимент безалкогольных альтернатив в категориях пива, вина и крепких напитков. Более широкий выбор рассчитан на покупателей, которые ищут варианты, соответствующие умеренному потреблению, заботе о здоровье или случаям, когда они не хотят употреблять алкоголь. Представители Total Wine назвали этот сегмент частью общей стратегии роста сети и ее стремления учитывать разные предпочтения потребителей, пишет Brewbound.

Эти показатели важны, поскольку Total Wine — крупная специализированная сеть с широким присутствием в разных категориях алкогольных напитков. Если сеть такого масштаба сообщает об устойчивом росте продаж безалкогольной продукции для взрослых, это может повлиять на то, как поставщики планируют запуск новинок, как дистрибьюторы работают с этой категорией и сколько места на полках ритейлеры отводят напиткам без алкоголя. Для производителей пива доля в 6,5% — признак того, что безалкогольная продукция занимает все более заметное место в пивном отделе, а не просто стоит на его периферии.

Общий объем продаж, о котором сообщается, также указывает на более широкие изменения в поведении потребителей. Безалкогольные напитки для взрослых становятся популярнее: все больше покупателей ищут альтернативы, позволяющие участвовать в тех же мероприятиях, что и люди, употребляющие алкоголь, но при этом обходиться без него. Эта тенденция способствовала формированию более широкого рынка продуктов, которые воспроизводят вкус, упаковку и привычный ритуал употребления традиционных пива, вина и крепких напитков.

Для индустрии напитков это еще одно свидетельство того, что рост не ограничивается одной нишевой категорией. Пиво остается наиболее заметной частью движения в сторону безалкогольной продукции, однако внимание Total Wine к альтернативам вина и крепких напитков показывает, что ритейлеры видят потенциал для развития категории в разных отделах магазина. Это может усилить конкуренцию для известных алкогольных брендов и одновременно открыть возможности для новых компаний, специализирующихся на продукции без алкоголя.

Производители, оценивающие перспективы будущих инвестиций, также могут внимательно следить за данными Total Wine. Если крупная сеть продолжит сообщать о росте продаж безалкогольных напитков, поставщики могут направить больше ресурсов на разработку рецептур, брендинг и дистрибуцию такой продукции. Это также может побудить крупные алкогольные компании включить линейки безалкогольных напитков в основную стратегию развития портфеля, а не рассматривать их как побочное направление.

По сообщению Brewbound, сеть связала рост категории с более широкими изменениями в образе жизни и растущим интересом к здоровью. Хотя характер спроса может различаться в зависимости от региона, повода и типа продукта, последние данные указывают на то, что категория приобрела достаточное значение для крупной сети, чтобы влиять на решения по выкладке товаров и планированию ассортимента пива, вина и крепких напитков. По мере того как ритейлеры адаптируются к этим изменениям, безалкогольная продукция, вероятно, будет играть все более заметную роль в борьбе индустрии напитков за потребителей, которые хотят иметь больше выбора в том, когда и что пить.