

Алкогольный рынок

Ключевые тренды, стратегии игроков и перспективы развития в 2025 году

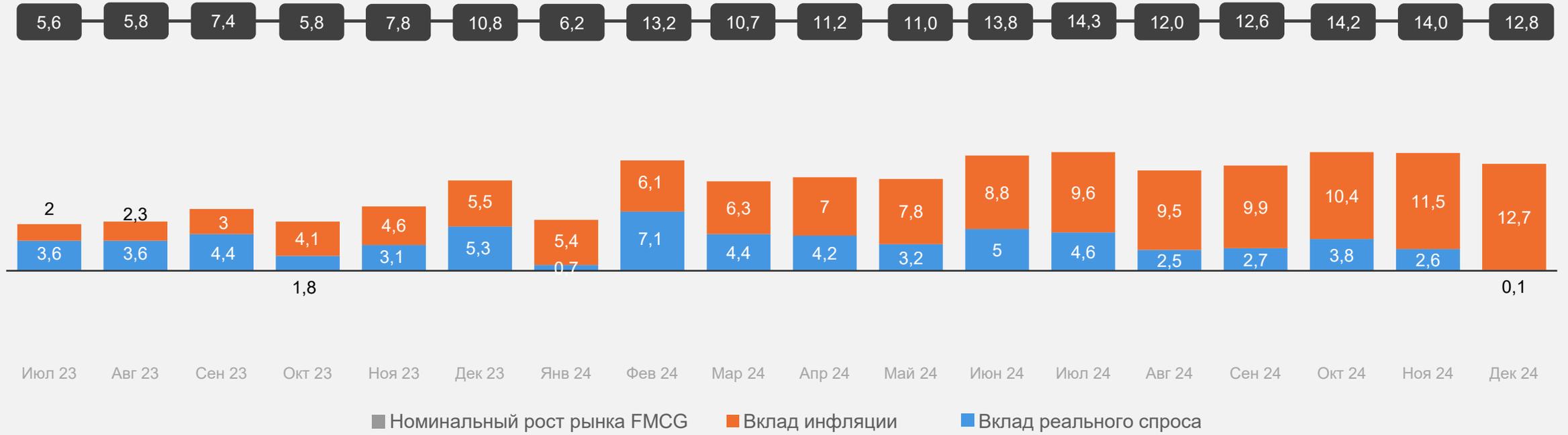
Павел Фунтиков

Руководитель группы по работе с клиентами Нильсен

Февраль 2025



Категория пива стала одним из ключевых драйверов роста FMCG-рынка



Категории-драйверы роста рынка:

2024 к 2023 году

- Сигареты
- Пиво
- Энерг. и спорт. напитки

I квартал 2024

- Пиво
- Сигареты
- Виски

II квартал 2024

- Пиво
- Минеральная вода
- Сигареты

III квартал 2024

- Сигареты
- Пиво
- Энерг. и спорт. напитки

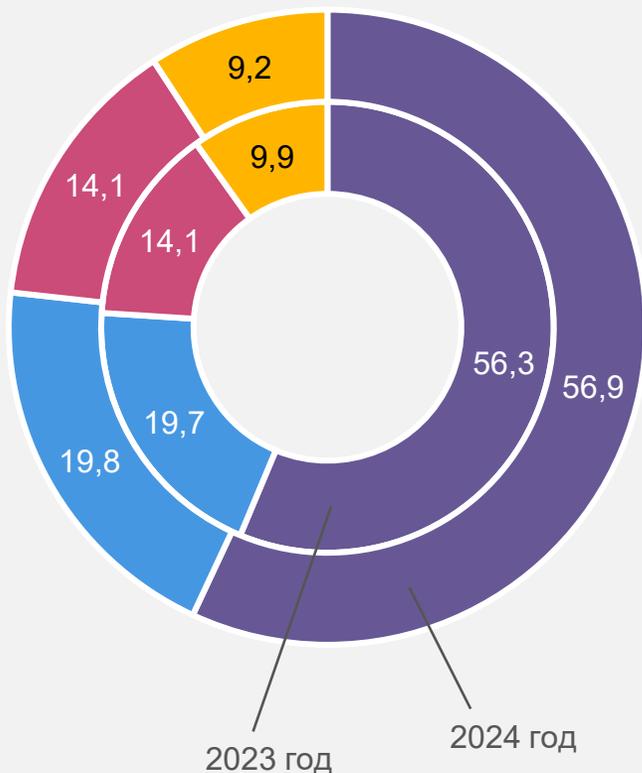
IV квартал 2024

- Сигареты
- Энерг. и спорт. напитки
- Пиво

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 розничных сетей и ручной аудит торговых точек по всей России в населенных пунктах от 10 тысяч человек), офлайн-рынок. Вклад инфляции = вклад от изменения цены за единицу объема (кг/л/шт), вклад реального спроса = вклад от изменения натурального товарооборота (кг/л/шт).

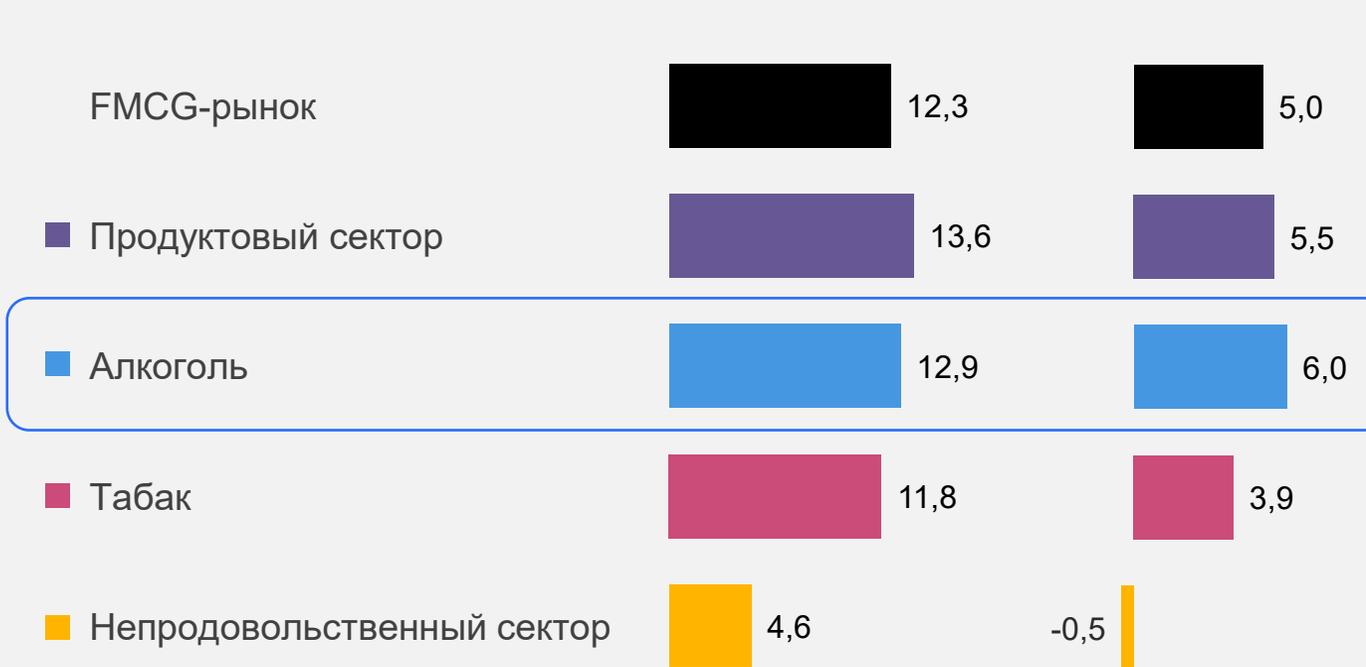
Алкогольная продукция стала **самой быстрорастущей группой товаров** на рынке FMCG в натуральных продажах

Структура продаж FMCG-рынка, денежное выражение, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

Динамика продаж, штуки, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 розничных сетей и ручной аудит торговых точек по всей России в населенных пунктах от 10 тысяч человек), офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024.

Новогодний сезон 2024: как изменились продажи на рынке алкоголя?

Динамика продаж категорий, натуральное выражение, %



Ключевые растущие бренды, по доле натуральных продаж, п.п.



«Абрау-Дюрсо»
Рост представленности «Резерв Брют», «Удельное Вedomство», «Виктор Дравиньи»

«Дербентское» и «Лев Голицын»
Рост спроса на фоне снижения ценового индекса



«Советское»
Рост дистрибуции и спроса на фоне снижения ценового индекса

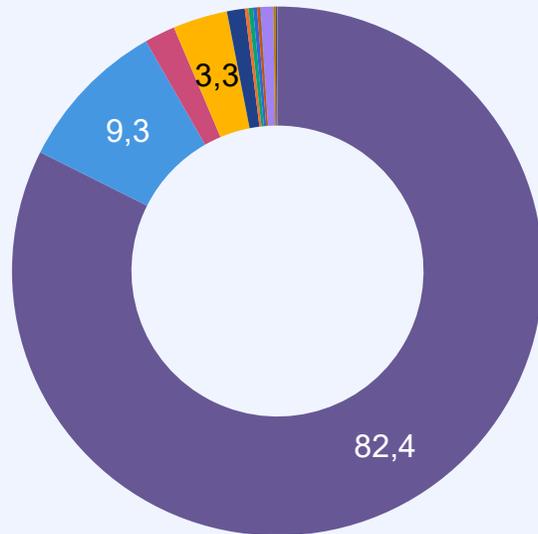
Martini
Рост дистрибуции на 250мл, рост спроса на брют на фоне снижения цены



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей, включая винных специалистов), офлайн-рынок. 25 ноября 2024 – 5 января 2025 года. *Игристое вино без плодово-ягодных игристых винных напитков.

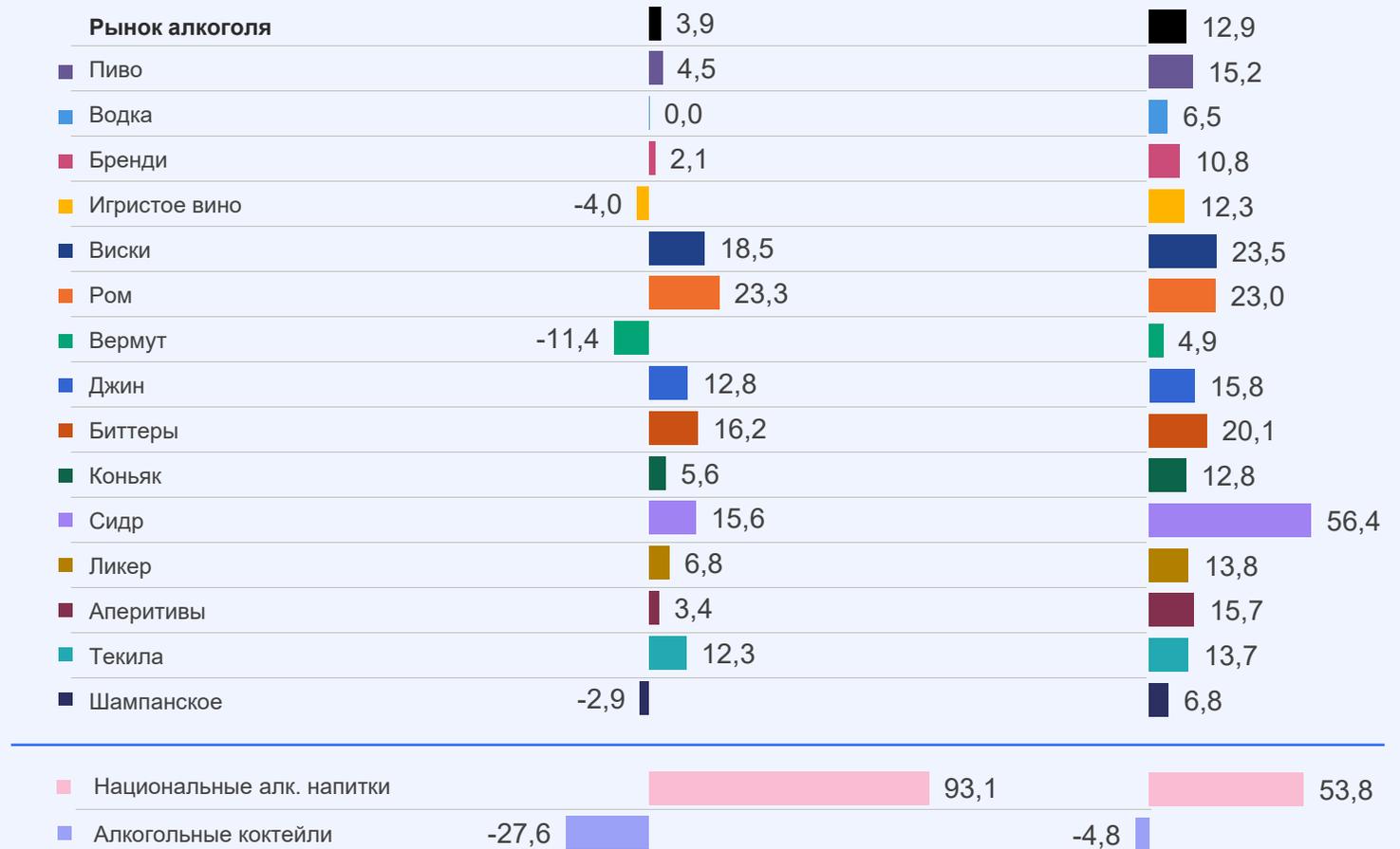
Рынок алкогольных напитков: как развиваются отдельные категории в индустрии?

Структура продаж категорий, натуральное выражение, %



Динамика продаж, натуральное выражение, %

Динамика продаж, денежное выражение, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 розничных сетей и ручной аудит торговых точек по всей России в населенных пунктах от 10 тысяч человек), офлайн-рынок. По категориям регионального алкоголя, алкогольных коктейлей (без пивных) суммарные данные сетей более 150 розничных сетей. 12 месяцев по декабрь 2024.

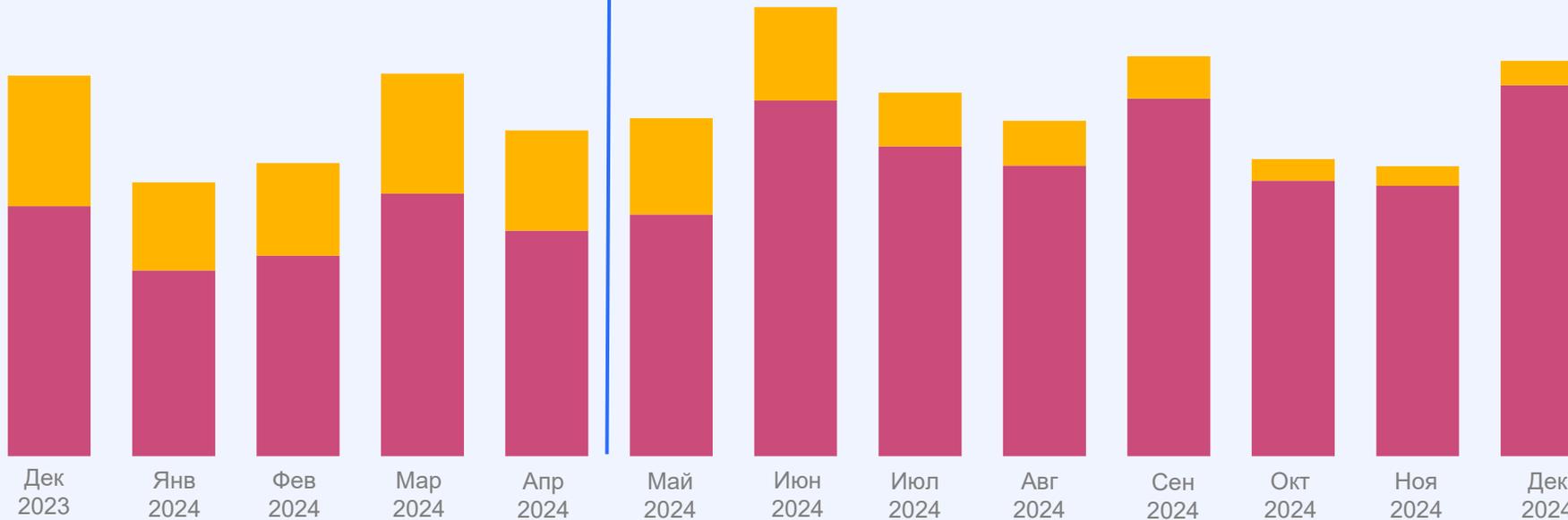
Сокращение заметно и в категории слабоалкогольных коктейлей в результате перезапуска коктейлей на пивной основе

Структура продаж по месяцам,
в абсолютных значениях (млн. литров)

↑
↑
↑
Повышение
акциза



Динамика продаж категорий,
2024 к 2023 году, %



-32,6%

слабоалкогольные
коктейли

13,0%

ПИВО СО ВКУСОМ И
КОКТЕЙЛИ НА ПИВНОЙ
ОСНОВЕ

■ Пиво со вкусом и коктейли на пивной основе ■ Слабоалкогольные коктейли

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей) и алкомаркетах, офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024.

Категория игристого вина **сокращается в результате миграции** части брендов в сидры

Структура продаж по месяцам,
в абсолютных значениях (млн. литров)



↑ ↑ ↑
Повышение
акциза на
игристое вино



Динамика продаж категорий,
2024 к 2023 году, %

15,6%
сидр

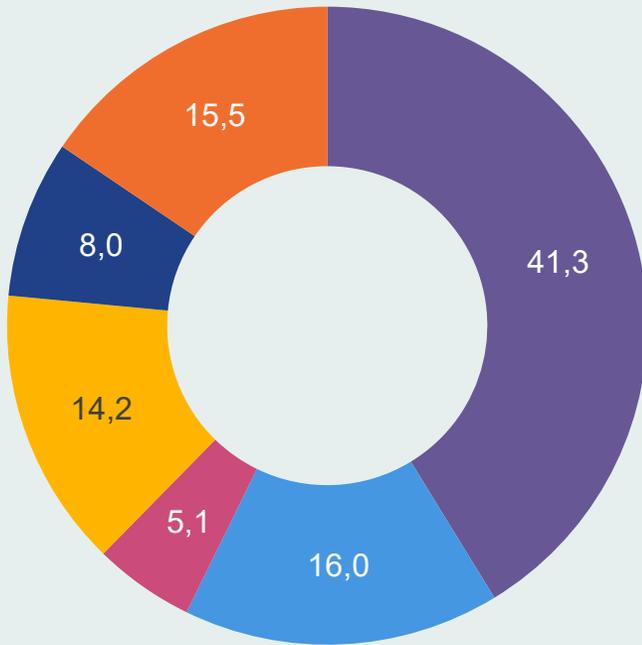
-27,4%
плодово-ягодные винные
напитки

2,8%
игристое вино

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 розничных сетей и ручной аудит торговых точек по всей России в населенных пунктах от 10 тысяч человек), офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024.

В группе национальных алкогольных напитков **продажи соджу** в несколько раз опережают темпы роста других сегментов

Структура продаж,
натуральное выражение, %



Динамика продаж,
денежное выражение, %

Динамика продаж,
натуральное выражение, %



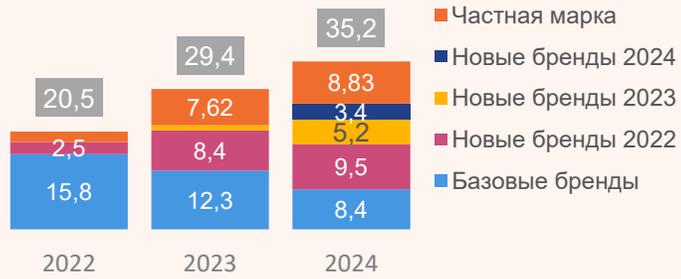
Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей) и алкомаркетах, офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024.

В 2024 году доля продаж **локальных производителей** росла во всех категориях

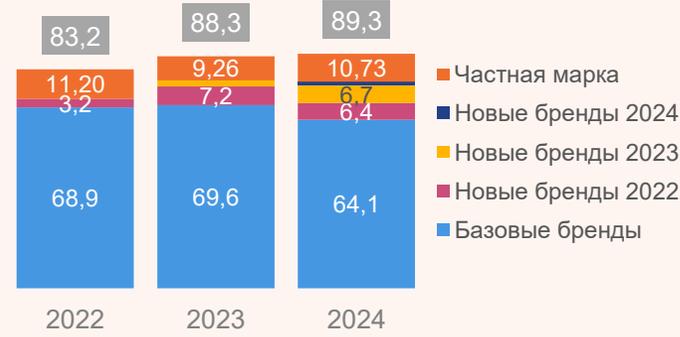
Структура продаж **локальных брендов**,

натуральное выражение, %

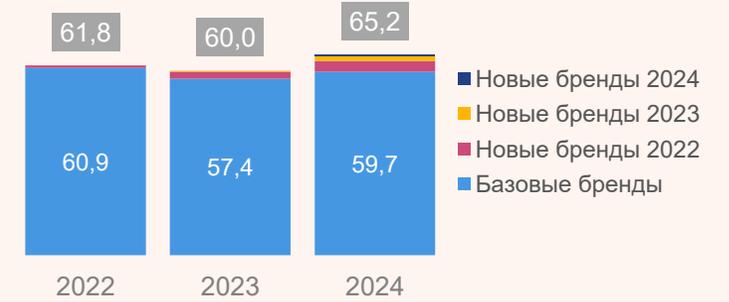
Ром



Джин



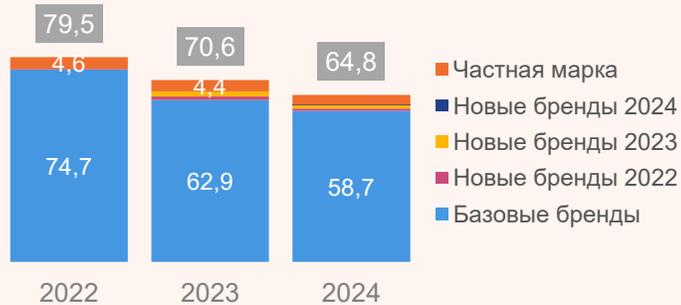
Игристое вино (чистое)



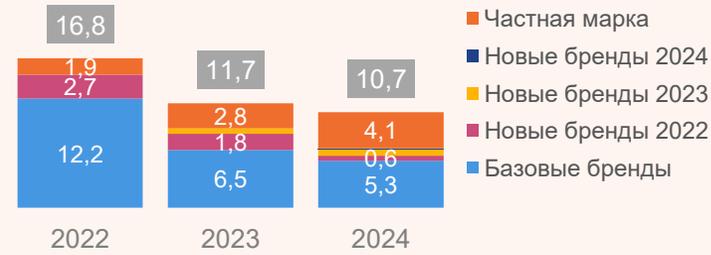
Структура продаж **импортных брендов**,

натуральное выражение, %

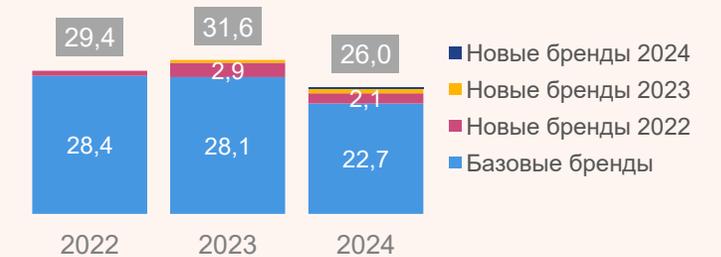
Ром



Джин



Игристое вино (чистое)



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 розничных сетей и ручной аудит торговых точек по всей России в населенных пунктах от 10 тысяч человек), офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024
Игристые вина – без учета продаж частной марки.

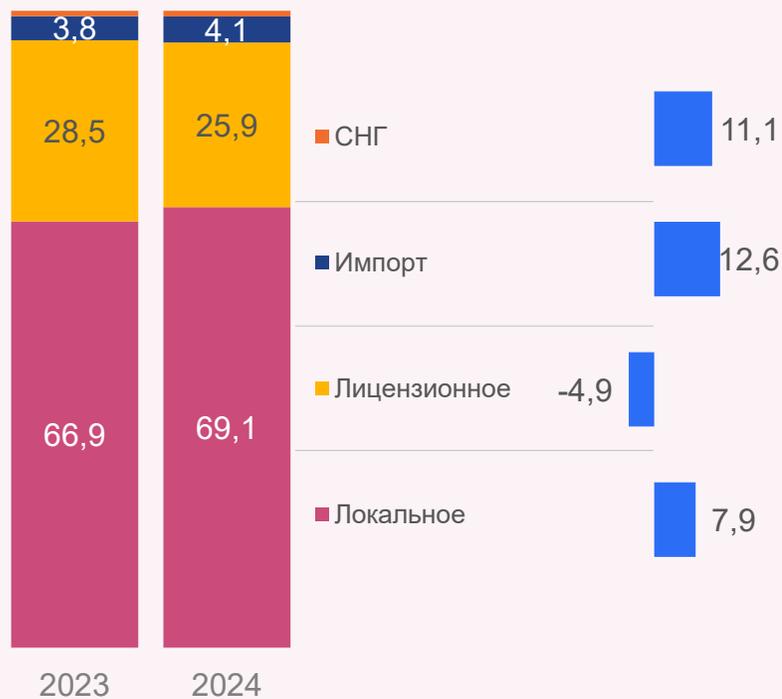
Пиво: как меняются тренды внутри категории?



Происхождение

Структура продаж,
натуральное выражение, %

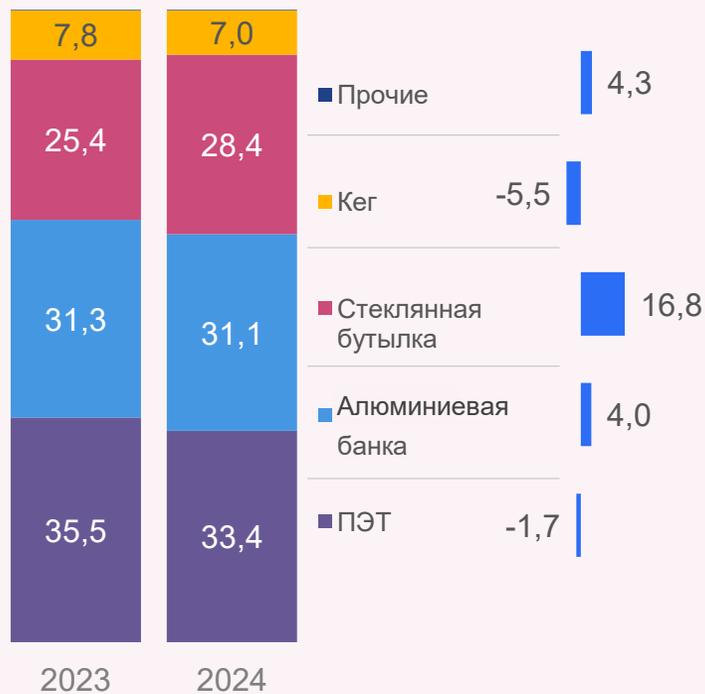
Динамика продаж,
натуральное выражение, %



Тип упаковки

Структура продаж,
натуральное выражение, %

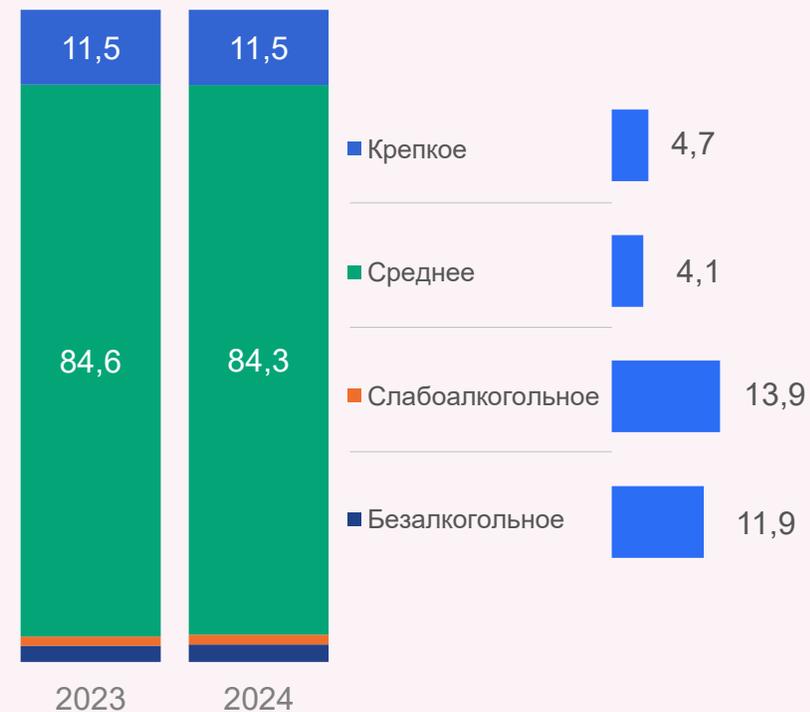
Динамика продаж,
натуральное выражение, %



Содержание алкоголя

Структура продаж,
натуральное выражение, %

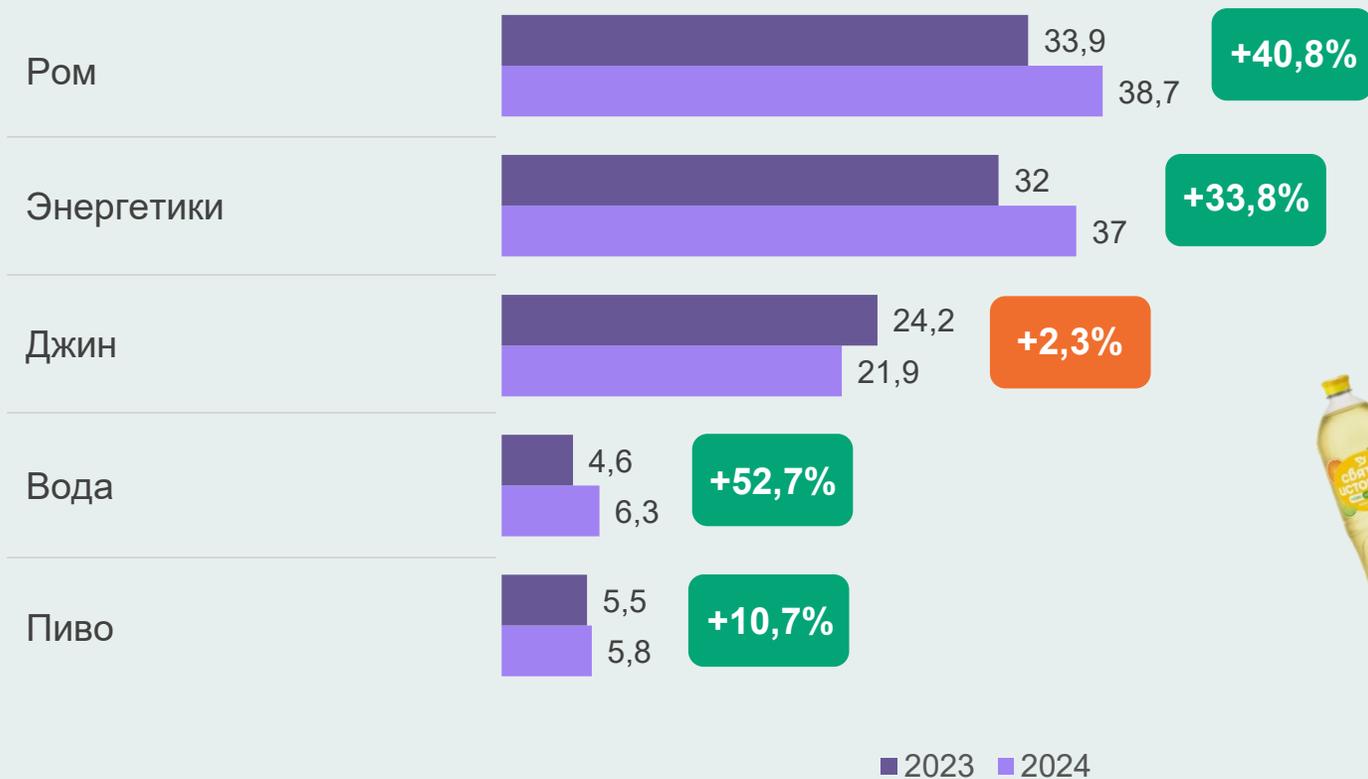
Динамика продаж,
натуральное выражение, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 розничных сетей и ручной аудит торговых точек по всей России в населенных пунктах от 10 тысяч человек), офлайн-рынок. Период: январь-декабрь 2024 по сравнению с аналогичным периодом 2023.

Доля вкусовых SKU в таких категориях как ром, энергетики, вода и пиво активно растут

Динамика и доли продаж напитков со вкусами, натуральное выражение, %



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей) и алкомаркетах, офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024.

Зумеры чаще покупают **ЗОЖ-товары или напитки с бодрящим эффектом**, чем алкоголь

Какие категории напитков поколение Z покупает раз в неделю и чаще?

ранжировано по ответам респондентов, %



ЗОЖ и напитки с бодрящим эффектом

В топе категорий по частоте покупки — вода, энергетики и холодный кофе



Дополнительные категории

Среди «дополнительных» товаров — газировки, спортивные напитки и растительная продукция



Алкоголь еженедельно покупает менее трети зумеров

При этом молодое поколение предпочитает слабоалкогольные и среднеалкогольные напитки, а не крепкий алкоголь

Источник: потребительское исследование Нильсен «Поколение Z», ноябрь 2024

Что влияет на выбор зумеров при покупке алкогольных напитков?

Самый важный эмоциональный атрибут — предыдущий опыт. Однако наравне с ним молодые покупатели выделяют сразу несколько других эмоциональных потребностей



Источник: потребительское исследование Нильсен «Поколение Z», ноябрь 2024. Ответ на вопрос «Что самое важное для Вас при выборе продуктов/товаров категории из нижеперечисленных параметров?»

Следите за результатами
свежих исследований
Нильсен в нашем
телеграм-канале:

t.me/nielsenrussia

