

## Международная торговля вином и региональные рынки

*М.Ю. Симонова-Хитрова,  
Московский государственный институт международных отношений  
(Университет) МИД РФ, соискатель*

УДК 339.5  
ББК 65.428  
С-375

### Аннотация

В статье проведен анализ основных тенденций развития мировой торговли вином в последние полтора десятилетия и рынка вина некоторых стран. Исследование динамики мирового экспорта вина в натуральном выражении демонстрирует выход Испании на лидирующие позиции. В стоимостном выражении первым мировым экспортером этого напитка традиционно остается Франция. Географическая структура импорта вина показывает изменение состава ведущей тройки, которую стала возглавлять Германия, а США является ведущим импортером вина в стоимостном исчислении. Значение новых растущих рынков пока невелика, а традиционные рынки сбыта вошли в полосу стабильности спроса. В условиях усиливающейся конкуренции производителям необходимо развивать маркетинговые стратегии, искать новые ниши и подходы к продвижению продукции на существующих сегментах.

**Ключевые слова:** мировой экспорт вина, импорт вина, географическая структура мировой торговли, конкуренция, маркетинговые стратегии.

*М.У. Simonova-Khitrova,  
Moscow State Institute of International Relations (University) MFA Russia, Competitor*

## International wine trade and regional markets

### Abstract

The article analyzes the main trends in the global wine trade in the last half decade of the 21st century and wine markets features of some countries. The study of the volume dynamics of world wine exports shows the leading position of Spain. In value terms, the first place in the world traditionally belongs to France. Geographic structure of imports of this drink shows the change in the composition of the leading trio with Germany at the top and the United States being the leading importer of wines in value terms. The growing role of new markets is still insignificant while the traditional markets entered a period of steady demand. Under increasing competition, manufacturers should focus on marketing strategies, finding new niches and approaches to the promotion of products in the existing segments.

**Keywords:** World exports of wine, wine imports, the geographical structure of world trade, competition, marketing.

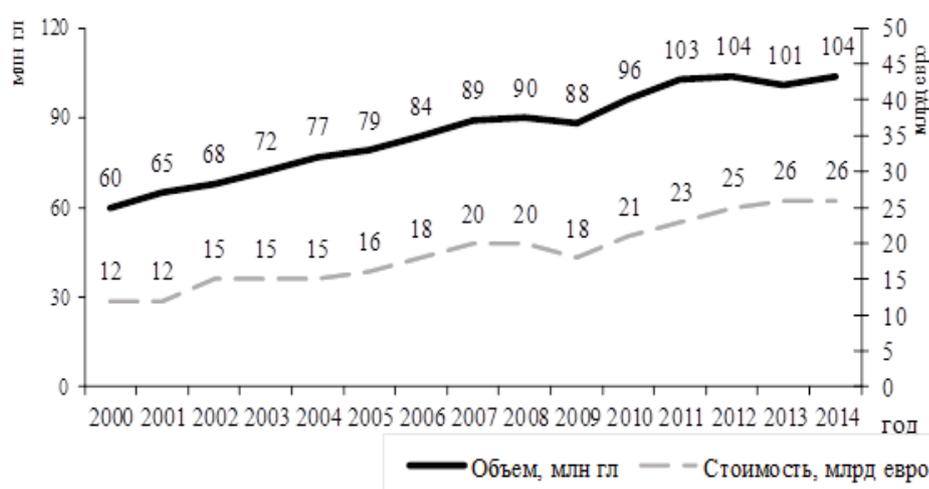


В современных условиях мировые и региональные товарные рынки развиваются под влиянием многих факторов. На мировую торговлю вином в 21 веке воздействуют несколько факторов. Среди них рост интеграции, развитие информационной экономики, возрастание роли зарубежных инвестиций, глобализации международной торговли<sup>1</sup> и значения стандартов качества продукции. Основными составляющими мировой торговли являются экспорт этого продукта и его импорт, которые можно анализировать в стоимостном и натуральном выражении, а также с точки зрения географического распределения трансграничных потоков.

Начиная с 2000 г., размер мирового рынка вина в натуральном выражении вырос на 73%<sup>2</sup>, достигнув уровня 104 млн гл в 2014 г. (см. рисунок 1). При этом в денежном эквиваленте он увеличился в 2,17 раз до 26 млрд евро в 2014 г.

Рисунок 1

### Динамика мирового экспорта вина



**Источник:** OIV. State of the vitiviniculture world market, April 2015. URL: [http://www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/4%20-%201%20Publications%20statistiques/OIV\\_NoteConjmars2015\\_EN.pdf](http://www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/4%20-%201%20Publications%20statistiques/OIV_NoteConjmars2015_EN.pdf) (дата обращения: 10.07.2015)

<sup>1</sup> Симонова М.Д. Проблемы измерения показателей международной торговли в условиях глобализации// Вопросы статистики. 2013. № 1. С. 69-74.

<sup>2</sup> Рассчитано автором по данным OIV. State of the vitiviniculture world market, April 2015 и OIV. Statistical report on world vitiviniculture 2013. URL: <http://www.oiv.int/oiv/files/2013%20Report.pdf> (дата обращения: 16.07.2015)

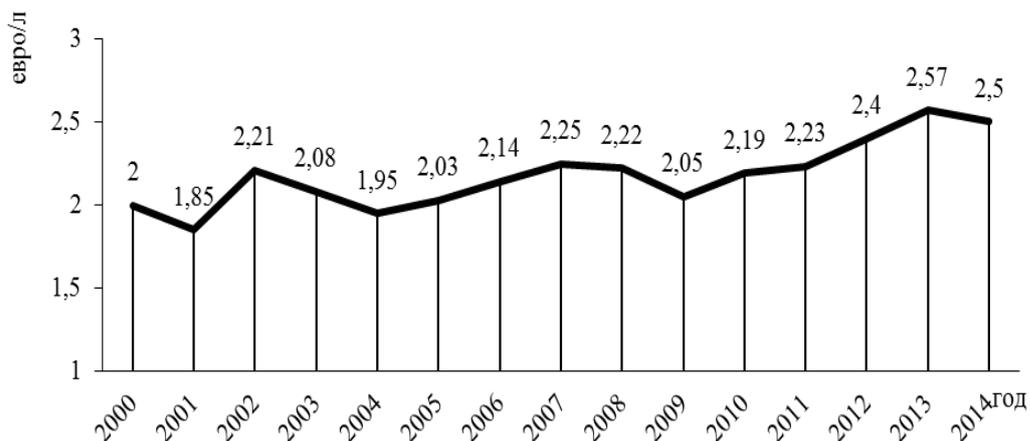


Если объем торгуемого вина показывал относительно стабильный восходящий тренд, серьезно просев лишь в 2009 г. под воздействием экономического кризиса, то его стоимость демонстрировала скачкообразный рост.

За исследуемый период цены на вино выросли на 25% до уровня 2,5 евро за литр (см. рисунок 2). Основной фактор, влияющий на показатель – соотношение объемов производства и потребления.

Рисунок 2

**Динамика мировых цен на вино**



**Источник:** рассчитано автором по данным OIV. State of the vitiviniculture world market, April 2015 и OIV. Statistical report on world vitiviniculture 2013. URL: <http://www.oiv.int/oiv/files/2013%20Report.pdf> (дата обращения: 16.07.2015)

Географическая структура экспорта вина за исследуемый период претерпела значительные изменения (см. таблицу 1). Франция и Италия утратили лидирующие позиции, уступив пальму первенства Испании, которая показала прирост в 160%<sup>3</sup>, став основным экспортером вина, занимая 22% рынка в натуральном выражении. Также высокие темпы показали производители «Нового света»: Южная Африка (прирост на 220%), Чили (170%) и Австралия (135%). Высокие темпы роста экспорта из Аргентины и Новой Зеландии объясняются незначительными объемами показателя в 2000 г.

<sup>3</sup> Расчеты автора по данным United Nations Commodity Trade Statistics Database <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)

Таблица 1

Географическая структура мирового экспорта вина (в натуральном выражении)

	Прирост экспорта 2014/2000, %	Доля рынка, 2000 и 2014 гг., % от мирового объема
Испания	160	14% 22%
Италия	16	20% 28%
Франция	-3	14% 24%
Чили	170	5% 8%
Австралия	135	5% 7%
Южная Африка	220	2% 5%
США	43	4% 4%
Германия	63	4% 4%
Португалия	53	3% 3%
Аргентина	238	1% 3%
Новая Зеландия	850	2%

2000  
 2014

**Источник:** расчеты автора по данным United Nations Commodity Trade Statistics Database <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)

Анализ структуры экспорта в стоимостном выражении показывает, что позиция лидера остается за Францией (30%), цена вина которой является наиболее высокой – в среднем 5,3 евро за литр (данные 2014 г.). Для сравнения, средняя цена испанского вина – 1,1 евро за литр, вин, произведенных в Чили, Австралии и Южной Африке – 1,3-1,8 евро за литр. Стоимость вина зависит от многих факторов, основными из которых являются упаковка и тип. Наиболее дорогие – игристые вина, главными поставщиками которых являются Италия и Франция. Вино наливом и в емкостях более двух литров имеет наименьшую цену. Именно в таком формате предпочитает экспортировать продукцию Испания.

Если рассматривать мировой рынок вина с точки зрения импорта этого продукта в количественном выражении, то и здесь отмечаются значительные изменения в его географической структуре (см. таблицу 2). Во-первых, произошла перестановка лидеров. Если в 2000 г. в ведущей тройке были Великобритания (20%), Германия (18%) и Франция (9%), то в 2014 г. Великобритания уступила первое место Германии (13% против 15% соответственно), а США вытеснила Францию (10% и



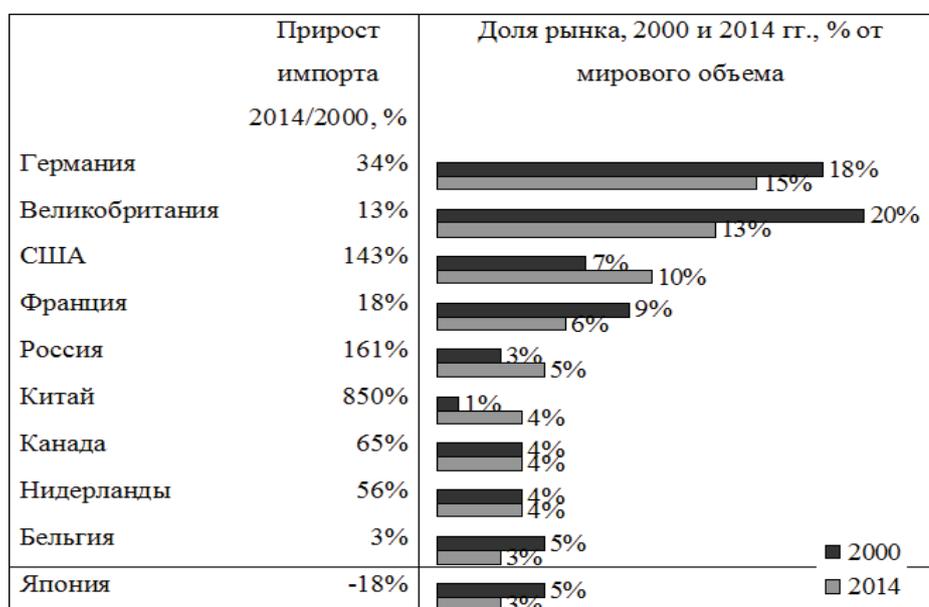
6% соответственно). Кроме того, распределение удельного веса стало более равномерным – в 2000 г. на первую тройку импортеров приходилось 45% рынка, а в 2014 г. – уже 39%.

Структура рынка по импорту в стоимостном измерении имеет некоторые особенности. Во-первых, лидерами здесь являются США (15%) и Великобритания (14%). Франция, Германия и Россия предпочитают импорт недорогих вин (0,9, 1,6 и 1,9 евро за литр соответственно), поэтому их доля (по стоимости) меньше, чем в натуральном. Самые дорогие вина ввозят Япония (4,3 евро за литр), США (3,7 евро за литр), Канада (3,7 евро за литр) и Бельгия (3,2 евро за литр).

В основе изменения географической структуры импорта лежит рост спроса на вино в отдельных странах. Наибольшие темпы прироста ввоза за исследуемый период продемонстрировали Китай (+850%), Россия (+161%) и США (+143%). Такие глобальные изменения на рынке создают новые возможности для производителей и способствуют повышению конкуренции на растущих рынках.

Таблица 2

**Географическая структура мирового импорта вина (в натуральном выражении)**



**Источник:** расчеты автора по данным United Nations Commodity Trade Statistics Database <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)

Рассмотрим теперь кратко основные национальные рынки вина, их динамику и особенности, сделав акцент на характеристики потребления.

Наиболее интересный рынок США, которые импортируют 10% общего объема вина на мировом рынке в натуральном выражении и 15% – в стоимостном. За исследуемый период потребление в стране выросло на 45%, а импорт – на 143%. Несмотря на наличие собственных производителей, около 35% внутреннего потребления обеспечивается импортом. Основными поставщиками являются Италия (27%), Австралия (16%), Чили (14%), Франция (11%) и Аргентина (10%). Самые дорогие вина ввозятся из Франции (10,5 евро за литр), Италии (4,6 евро за литр) и Аргентины (4,3 евро за литр). А самые дешевые – из Чили (1,6 евро за литр). Американцы предпочитают импортировать бутилированное вино (65%).

Потенциал рынка США кроется в пока еще сравнительно низком душевом потреблении вина – на 9,3 литра на душу населения в 2013 г.<sup>4</sup> По этому показателю страна не входит даже в первую двадчатку. Уверенность в его росте основана на нескольких факторах: (1) эффект от легализации прямых продаж вина потребителю, (2) позитивный имидж вина как напитка, чье умеренное потребление благоприятно сказывается на здоровье, и (3) демографическая ситуация в стране – значительный рост численности взрослого населения.<sup>5</sup>

Для иностранных поставщиков на рынке США существует две угрозы. Во-первых, это то, что его потенциал привлекает и других национальных производителей. В страну одинаково успешно ввозятся как дешевые, так и дорогие марки вин, что не может не привлекать глобальных игроков, и интенсивность конкуренции в дальнейшем будет только возрастать. И вторая угроза – это собственные производители. Сегодня они не играют серьезной роли на мировом рынке вина (доля в мировом экспорте в 2014 г. составляла 3,9%), однако в долгосрочной программе развития отрасли WineVision 2025 уже заявлена цель превратить США в одного из основных поставщиков вина на мировой рынок, что свидетельствует о смене стратегии развития отрасли.<sup>6</sup> Соответственно должно увеличиться присутствие отечественного вина и внутри страны.

Рынок Китая фактически взлетел за исследуемый период. Прирост потребления в стране составил 45%, а прирост импорта – 850%. Правительство взяло курс на развитие собственного виноделия. Посевные площади виноградников с 2000 г.

---

<sup>4</sup> Les chiffres de la filière viti-vinicole: Données statistiques 2003/2013./ FranceAgrimer. ISSN: 2258-6768/, p. 204. URL: <http://www.franceagrimer.fr/content/download/37075/340206/file/chiffres-fili%C3%A8re-viti-vinicole-2003-2013.pdf> (дата обращения: 03.09.2015)

<sup>5</sup> Castaldi R.M., Cholette S., Hussain M. A Country-Level Analysis of Competitive Advantage in the Wine Industry.// 3<sup>rd</sup> International Wine Business Research Conference, July 2006 URL: <http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2010/05/Castaldi.pdf> (дата обращения: 15.08.2015)

<sup>6</sup> Penn C. Wine Vision in Australia, America, and Now the UK - URL: <http://www.winebusiness.com/blog/?go=getBlogEntry&dataId=121106> // August 28, 2013 (дата обращения: 10.08.2015)



увеличились на 166%. Однако отечественные производители еще очень слабы и ориентированы исключительно на внутренний рынок. И параллельно виноделию активно развивается выращивание винограда для потребления в свежем виде.

Сейчас доля Китая в мировом импорте вина – около 4%<sup>7</sup>. Основные поставщики: Франция (34%), Чили (24%), Испания (13%) и Австралия (11%). Особенностью является достаточно низкая цена напитков, несмотря на то что около 75% приходится на бутылированное вино, цена которого выше, чем наливом и в больших емкостях. Средняя стоимость французских вин составляет 1,7 евро за литр, а чилийских – 1,1 евро за литр. Доля дорогих вин в импорте невелика.

Потенциал китайского рынка основан на его молодости. В стране фактически отсутствует культура потребления вина, однако, учитывая темпы его роста, интерес к напитку велик. Грамотная маркетинговая стратегия способна не только создать еще больший спрос, но и направить его в нужное русло.

Третий рынок, показавший наибольшие темпы прироста за исследуемый период – Россия (на 161% в количественном исчислении). Ее доля в мировом импорте вина в 2014 г. составила 5%. Причем этот показатель может считаться ниже справедливого уровня, поскольку в 2014 г. произошел перелом восходящего тренда. Россияне достаточно консервативны в потреблении вина, поэтому основными поставщиками на отечественный рынок в 2013 г.<sup>8</sup> были традиционно европейские страны: Италия (16%), Украина (13%), Франция (12%) и Испания (12%). Средняя стоимость импортного вина достаточно низка и составляет 1,9 евро за литр. При этом из Франции и Италии ввозится относительно дорогое, преимущественно бутылированное вино по 3,5 евро за литр. А вот из Украины везут самый дешевый напиток наливом и в больших емкостях стоимостью 1 евро за литр.

Если говорить о конкуренции со стороны отечественных производителей, то здесь позиции лучше скорее у импортеров. Начиная с 1980-х гг. посевные площади России сократились более чем в 2 раза, что привело к сильному спаду производства винограда и росту зависимости виноделия от импортного сырья. Для выхода из кризиса была принята «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции на 2013-2020 гг.»<sup>9</sup> Кроме того, с июля 2013 г. вина стали относиться к сельскохозяйственной продукции<sup>10</sup>, что позволило отечественным производителям получить доступ к

---

<sup>7</sup> United Nations Commodity Trade Statistics Database <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)

<sup>8</sup> Данные по отдельным странам за 2014 г. на момент написания работы не доступны.

<sup>9</sup> Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. Утверждена постановлением Правительства РФ от 14 июля 2012 г. №717

<sup>10</sup> Постановление Правительства РФ от 13 июля 2013 г. №585 «О внесении изменений в перечень сельскохозяйственной продукции, производство, первичную и последующую (промышленную) переработку которой осуществляют сельскохозяйственные товаропроизводители».

преференциям, предназначенным для сельхозпредприятий. К ним относятся: финансирование селекционных работ по выведению новых сортов, приобретение современной техники, закладка виноградных насаждений и др. Несмотря на то что, по оценкам специалистов, инвестиции в отечественный рынок вина уже начались, очевидно, что на восстановление виноделия уйдет еще, по крайней мере, несколько лет.

Потенциал российского рынка для зарубежных экспортеров основан на пока еще низком душевом потреблении вина (7,3 литра на душу населения в год). Особенностью является неустойчивая динамика показателя. За исследуемый период он возрастал до 8,9 литров на человека в год. Гипотеза о росте потребления на душу населения в будущем базируется на активной популяризации имиджа вина как благородного напитка, не противоречащего концепции здорового образа жизни.

Германия является самым крупным импортером вина (в натуральном выражении) –15% мировых объемов. Этот рынок является достаточно стабильным с умеренным ростом. За исследуемый период объем ввозимого вина вырос на 34%. Привлекательность страны заключается в высоком уровне потребления вина. По емкости внутреннего рынка она занимает четвертое место в мире, а душевое потребление напитка в 2012 г. составляло 24,4 литра на человека в год.

Германия является наиболее северным районом виноделия в Европе. Она входит в первую десятку стран по объемам производства. Внутренние производители достаточно сильны, однако не могут покрыть отечественный спрос на вино в полном размере. Основной поток импортного вина идет из Италии (37%), Испании (24%) и Франции (17%)<sup>11</sup>. Импортируемая продукция является относительно недорогой, преобладает вино наливом и в упаковках большого объема (59% общего импорта). Средняя цена литра составляет 1,6 евро. Наиболее дорогое вино идет преимущественно в бутылках из Франции (2,9 евро за литр), а самое дешевое – наливом из Испании (1 евро за литр).

Рынок Германии является сложной площадкой для конкуренции. Практическое отсутствие роста объемов потребления в натуральном выражении вынуждает поставщиков применять различные маркетинговые инструменты для продвижения собственной продукции. Потенциал рынка кроется именно в стабильности и консервативности рынка. Кроме того, внутренние немецкие производители, переориентируясь на мировой рынок и наращивая экспорт собственного вина, оставляют небольшие свободные ниши для импортеров.

Великобритания была лидером по импорту вина как в натуральном, так и в денежном выражении. Однако в течение изучаемого периода уступила свои позиции. Ввоз за это время увеличился лишь на 13%, а потребление – на 30%. Велико-

---

<sup>11</sup> United Nations Commodity Trade Statistics Database <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)



британия импортирует достаточно дорогие вина со средней стоимостью 2,6 евро за литр. В структуре преобладает бутилированная продукция (57%). Как и в Германии, рынок Соединенного Королевства ставит новые задачи перед импортерами относительно маркетинговой стратегии и эффективности инструментов продвижения. А возрастающая роль внутренних производителей создает дополнительные угрозы даже для тех, кто уже работает на рынке.

По объему импорта в натуральном выражении Канада занимает седьмое место, а вот в денежном выражении – четвертое. Собственные производители в стране слабы и ввозимое вино обеспечивает основную долю потребления. Структура импорта достаточно диверсифицирована по странам. Основными поставщиками являются США (18%), Италия (17%), Австралия (15%), Франция (15%) и Чили (10%). Продукция ввозится преимущественно в бутылках (70%), причем средняя стоимость сравнительно большая – 3,7 евро за литр. Самое дорогое вино идет из Франции (5,2 евро за литр), США (4,6 евро за литр) и Италии (4,3 евро за литр), а самое дешевое – из Чили (1,9 евро за литр).

Рынок Канады является интересным для производителей дорогого вина благодаря высокому уровню платежеспособности населения. За исследуемый период импорт в страну вырос на 65%, однако с 2010 г. темпы роста замедлились. Сейчас это стабильный и спокойный рынок с низким душевым потреблением вина. Он требует продуманной маркетинговой стратегии и слабо поддается приемам ценовой конкуренции.

В противовес Канаде, Франция по объему импорта в натуральном выражении занимает четвертое место, но ввозит продукцию низкой стоимости (0,9 евро за литр) преимущественно наливом и в упаковках большой емкости (81%)<sup>12</sup>. Основным поставщиком вин является Испания (72%). Еще 11% идут из Италии. Вероятно, такая ситуация сложилась из-за того, что собственные производители предпочитают выпускать вино в бутылках.

На основе вышеизложенного можно сделать выводы о том, что на современном этапе в мировой винодельческой отрасли помимо общего перепроизводства наблюдаются следующие тенденции: активный рост производства в странах-импортерах вина и производителях «Нового Света», стагнация производства в Европе, рост турбулентности мирового рынка и конкуренции на нем, усиление роли дистрибьюторов на рынке и диверсификация спроса. Новые растущие рынки – это потенциальный путь спасения от перепроизводства, их совокупная доля невелика, а традиционные рынки сбыта вошли в полосу стабильности спроса. В условиях ожесточающейся конкуренции от производителей требуются продуманные маркетинговые стратегии, поиск новых ниш и подходов к продвижению продукции на уже существующих сегментах.

---

<sup>12</sup> Расчеты автора по данным United Nations Commodity Trade Statistics Database <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)

### БИБЛИОГРАФИЯ:

Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. Утверждена постановлением Правительства РФ от 14 июля 2012 г. №717 (Gosudarstvennaya Gosudarstvennaja programma razvitija sel'skogo hozjajstva i regulirovanija rynkov sel'skohozjajstvennoj produkcii, syr'ja i prodovol'stvija na 2013-2020 gody. Utverzhdena postanovleniem Pravitel'stva RF ot 14 ijulja 2012 g. №717).

Постановление Правительства РФ от 13 июля 2013 г. №585 «О внесении изменений в перечень сельскохозяйственной продукции, производство, первичную и последующую (промышленную) переработку которой осуществляют сельскохозяйственные товаропроизводители». [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_149451/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149451/) (дата обращения 30.08.2015) (Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 13 ijulja 2013 g. №585 «O vnesenii izmenenij v perechen' sel'skohozjajstvennoj produkcii, proizvodstvo, pervichnuju i posledujushhuju (promyshlennuju) pererabotku kotoroj osushhestvljajut sel'skohozjajstvennye tovaroproizvoditeli» [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_149451/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149451/) (data obrachenija 30.08.2015)).

Симонова М.Д. Проблемы измерения показателей международной торговли в условиях глобализации// Вопросы статистики. 2013. № 1. С. 69-74. (Simonova M.D. Problemy izmerenija pokazatelej mezhdunarodnoj trgovli v uslovijah globalizacii. Voprosy statistiki. 2013. № 1. S. 69-74.)

Castaldi R.M., Cholette S., Hussain M. A Country-Level Analysis of Competitive Advantage in the Wine Industry.// 3rd International Wine Business Research Conference, July 2006. URL: <http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2010/05/Castaldi.pdf> (дата обращения: 15.08.2015)

Les chiffres de la filière viti-vinicole: Données statistiques 2003/2013./ FranceAgrimer.- ISSN: 2258-6768/- URL: <http://www.franceagrimer.fr/content/download/37075/340206/file/chiffres-fili%C3%A8re-viti-vinicole-2003-2013.pdf> (дата обращения: 03.09.2015)

OIV. Statistical report on world vitiviculture 2013. URL: <http://www.oiv.int/oiv/files/2013%20Report.pdf> (дата обращения: 16.07.2015)

OIV. State of the vitiviculture world market, April 2015. URL: [http://www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/4%20-%201%20Publications%20statistiques/OIV\\_NoteConjmars2015\\_EN.pdf](http://www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/4%20-%201%20Publications%20statistiques/OIV_NoteConjmars2015_EN.pdf) (дата обращения: 10.07.2015)

United Nations Commodity Trade Statistics Database. URL: <http://comtrade.un.org> (дата обращения: 30.07.2015)

