vinetur

दक्षिण कोरियाई डिस्टिलरी ने गेहूं-आधारित सोजू को फिर जीवित किया

एक ग्रामीण उत्पादक का दांव है कि सदियों पुरानी यह शराब मास-मार्केट सोजू के प्रीमियम विकल्प के रूप में निर्यात खरीदारों को आकर्षित कर सकती है

शुक्रवार, 15 मई 2026



दक्षिण कोरिया के एंडोंग में स्थित एक ग्रामीण डिस्टिलरी उस पेय को वापस लाने की कोशिश कर रही है जो लगभग सदियों तक गायब हो गया था : गेहूं-आधारित सोजू, जिसे कभी कुलीनों और राजघराने के लिए बनाया जाता था और अब इसे निर्यात बाजारों के लिए एक प्रीमियम स्पिरिट के रूप में पेश किया जा रहा है.

जिनमैक सोजू के संस्थापक सुंगहो पार्क ने सियोल से लगभग तीन घंटे दूर मेंगे वैली में एक फार्म को उत्पादन स्थल में बदल दिया है, जिसमें अनाज के खेत, सोलर ऐरे, एक विज़िटर सेंटर और होमस्टे शामिल हैं। पार्क ने कहा कि उन्होंने 2007 में अपनी आईटी कंपनी बेचने के बाद तकनीकी व्यवसाय छोड़ दिया और बाद में पुरानी सोजू परंपरा को पुनर्जीवित करने का फैसला करने से पहले जमीन को जैविक फार्म में बदल दिया। उन्होंने कहा कि यह कदम निजी भी था। उस समय उनके दो छोटे बच्चे थे, और वे बैठकों और काम के इर्द-गिर्द बनी अपनी जिंदगी से अलग तरह का जीवन चाहते थे.

कंपनी के अनुसार, गेहूं-आधारित सोजू का इतिहास 1540 तक जाता है, लेकिन जापान के कोरिया पर कब्जे के दौरान शराब नियमों और उत्पादन विधियों में बदलाव के बाद यह लगभग लुप्त हो गया। आज, अधिकांश प्रीमियम कोरियाई सोजू चावल से डिस्टिल किया जाता है। जिनमैक सोजू का कहना है कि वह कोरिया में एकमात्र व्यावसायिक सोजू है जो पूरी तरह जैविक गेहूं से बनाया जाता है.

जब यह ब्रांड 2018 में लॉन्च हुआ, तब इसका वार्षिक उत्पादन लगभग 5,000 बोतलें था। 2024 तक, पार्क के अनुसार, सालाना उत्पादन बढ़कर 30,000 बोतलों तक पहुंच गया। कंपनी ने 2022 में ओक बैरल में परिपक्व किए गए सोजू की भी शुरुआत की, जिसमें कम-से-कम तीन वर्षों तक फर्स्ट-फिल बर्बन और शेरी बैरल का इस्तेमाल किया गया। ये परिपक्व संस्करण सोजू की मास-मार्केट छवि से हटाकर उसे प्रीमियम स्पिरिट्स श्रेणी में ले जाने की व्यापक कोशिश का हिस्सा हैं.

यह बाजार अब भी सस्ती हरी बोतल वाले सोजू के दबदबे में है, जिसे पार्क के अनुसार प्रति बोतल $2 से कम में बेचा जाता है और दक्षिण कोरिया में इसकी लगभग 98% बाजार हिस्सेदारी है। जिनमैक की बोतलें लगभग $395 प्रति बोतल बिकती हैं, जिससे वे रोजमर्रा की उस पीने की श्रेणी से बहुत दूर हैं जो देश भर में फ्राइड चिकन रेस्तरां और अनौपचारिक भोजन से गहराई से जुड़ी हुई है.

पार्क ने मांग बनाने के लिए विदेशी खरीदारों पर ध्यान केंद्रित किया है। 2024 में उन्होंने उत्पादन का 10% अमेरिका, सिंगापुर, हांगकांग, ऑस्ट्रेलिया और यूरोप में बॉटल शॉप्स तथा उच्चस्तरीय रेस्तरांओं को निर्यात करना शुरू किया। हांगकांग में जिनमैक सोजू हांसिक गू नामक एक मिशेलिन एक-सितारा रेस्तरां में परोसा जाता है। पार्क अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मास्टर क्लास लेने और उपभोक्ताओं व ट्रेड खरीदारों को गेहूं-सोजू से परिचित कराने के लिए भी यात्रा करते हैं.

उन्होंने कहा कि वैश्विक पहचान घरेलू स्तर पर धारणाएं बदलने में भी मदद कर सकती है। उन्होंने कहा, “कोरियाई सोजू का मूल्य कम आंका गया है।” “मुझे लगता है कि प्रीमियम सोजू का मूल्य उसकी इतिहास जितना ही महत्वपूर्ण है।” पार्क ने कहा कि उन्हें उम्मीद है कि नई सुविधाएं चालू होने के साथ 2029 तक उत्पादन दस गुना बढ़ जाएगा.

यह रणनीति स्पिरिट्स उद्योग में विरासत वाले उत्पादों की ओर बढ़ते व्यापक रुझान को दर्शाती है, जिनकी उत्पत्ति की कहानी स्पष्ट होती है और मार्जिन अधिक होते हैं। पार्क ने कहा कि कोरिया में अभी मजबूत कॉकटेल संस्कृति नहीं है और कई लोग अब भी स्पिरिट्स को औपचारिक पेयरिंग परंपराओं के बजाय भोजन के साथ पीते हैं। उनका मानना है कि अगर उपभोक्ता प्रीमियम सोजू को सस्ती शॉट ड्रिंक की बजाय गहराई, शिल्पकला और क्षेत्रीय पहचान वाली श्रेणी के रूप में देखने लगें, तो यह आगे बढ़ सकता है.