vinetur

स्प्रिंग बैंक हॉलिडे पर यूके के पबों में 28.2 मिलियन पिंट्स की बिक्री

गर्म मौसम और लंबे वीकेंड ने कारोबार को सहारा दिया, जबकि छुट्टी अवधि में साइडर की बिक्री 42.7% उछली

बुधवार, 3 जून 2026

ऑक्सफोर्ड पार्टनरशिप और BevMetrics/Vianet के आंकड़ों के मुताबिक, यूनाइटेड किंगडम भर के पबों ने स्प्रिंग बैंक हॉलिडे वीकेंड के दौरान 28.2 मिलियन पिंट्स बेचे, जो पिछले साल की इसी चार-दिवसीय अवधि की तुलना में 11.5% अधिक है।

ये आंकड़े 22 मई से 25 मई तक की अवधि को कवर करते हैं और दिखाते हैं कि गर्म मौसम और लंबे वीकेंड ने ज्यादा ग्राहकों को पबों की ओर खींचकर ऑन-ट्रेड कारोबार को स्पष्ट बढ़त दी। डेटा के अनुसार, इस दौरान एक औसत पब ने करीब 860 पिंट्स परोसे और पेय बिक्री से औसतन £4,449 की आमदनी की।

ग्राहक भी ज्यादा देर रुके। औसत ड्वेल टाइम पिछले साल की तुलना में 10 मिनट बढ़कर 154 मिनट हो गया, जबकि कुल ऑक्युपेंसी 65.8% रही। इससे संकेत मिलता है कि कई शराब-प्रेमियों ने इस छुट्टी को एक त्वरित ड्रिंक स्टॉप के बजाय लंबी सामाजिक आउटिंग के रूप में लिया।

सबसे मजबूत कारोबार सोमवार को रहा, जब ऑक्युपेंसी पिछले साल की तुलना में 6 प्रतिशत अंक बढ़ी। इससे संकेत मिला कि गतिविधि शनिवार पर केंद्रित रहने के बजाय पूरे वीकेंड में अधिक समान रूप से फैली रही।

सिटी सेंटर के पब सबसे व्यस्त स्थल बने रहे, जहां ऑक्युपेंसी 70.6% रही। ग्रामीण पबों में भी उल्लेखनीय सुधार देखा गया, जहां उपभोक्ताओं के शहरी क्षेत्रों से बाहर डेस्टिनेशन-आधारित और अवकाश-केंद्रित दौरों की ओर रुख करने से ऑक्युपेंसी साल-दर-साल 3 प्रतिशत अंक बढ़ी।

बेचे गए पेयों का मिश्रण मौसम के साथ बदल गया। साइडर सबसे आगे रहा, जिसकी बिक्री पिछले साल की तुलना में 42.7% बढ़ी और उसने हर अन्य प्रमुख पेय श्रेणी से बेहतर प्रदर्शन किया। वर्ल्ड लेगर की बिक्री 26.4% बढ़ी, जबकि कुल लेगर बिक्री 17.2% ऊपर रही। प्रीमियम लेगर 16.2% बढ़ा और प्रीमियम 4% लेगर में 14.4% की वृद्धि हुई, जो ऊंची कीमत वाले ब्रांडेड बियर की लगातार मांग को दर्शाता है।

इसके विपरीत, एले की मात्रा 8.8% घटी और स्टाउट में 16.4% की गिरावट आई, जिससे यह स्पष्ट हुआ कि गर्म परिस्थितियों ने कुछ उपभोक्ताओं को उन भारी शैलियों से दूर किया, जो आम तौर पर ठंडे महीनों में बेहतर प्रदर्शन करती हैं।

ऑक्सफोर्ड पार्टनरशिप की मुख्य कार्यकारी एलिसन जॉर्डन ने कहा कि यह छुट्टी दिखाती है कि मौसम और सामाजिक व्यवहार किस तरह पब कारोबार को आकार दे रहे हैं। उन्होंने कहा कि उपभोक्ता बाहर जाने पर अब अधिक लंबे और अनुभव-आधारित मौकों को चुन रहे हैं, जिससे उन ऑपरेटरों और सप्लायर्स के लिए अवसर बन रहे हैं जो इन

प्राथमिकताओं के अनुरूप हों।