vinetur

भारत 15 जुलाई को ब्रिटिश Scotch और gin पर शुल्क घटाकर 75% करेगा

नए व्यापार समझौते के तहत यह कटौती भारत के विशाल whisky बाजार में कीमतों की संरचना बदल सकती है, हालांकि राज्य कर और नियम लाभ को सीमित करेंगे

सोमवार, 6 जुलाई 2026



भारत और यूनाइटेड किंगडम के नए व्यापार समझौते के तहत 15 जुलाई को U.K. से आने वाले Scotch whisky और gin पर भारत का आयात शुल्क 150% से घटकर 75% हो जाएगा, और 2036 में इसे आगे घटाकर 40% करने की योजना है, जैसा कि कानून फर्म Dentons Link Legal की सोमवार को प्रकाशित एक विश्लेषण में कहा गया है।

यह शुल्क परिवर्तन Comprehensive Economic and Trade Agreement का हिस्सा है, जिस पर भारत और ब्रिटेन ने 24 जुलाई 2025 को हस्ताक्षर किए थे। समझौते का लक्ष्य 2030 तक द्विपक्षीय व्यापार को उस स्तर से बढ़ाना है, जिसे फर्म ने अब लगभग $56 billion बताया है। spirits उत्पादकों, आयातकों और वितरकों के लिए इसका तात्कालिक असर दुनिया के सबसे महत्वपूर्ण whisky बाजारों में से एक में महसूस होने की संभावना है, जहां कम सीमा शुल्क ब्रिटिश ब्रांडों

के लिए कीमतों, मार्जिन और बाजार में प्रवेश की योजनाओं को बदल सकता है।

भारत पहले से ही मात्रा के हिसाब से दुनिया का सबसे बड़ा Scotch whisky बाजार है। Dentons Link Legal ने कहा कि 2024 में आयात लगभग 192 million bottles थे और 2025 में बढ़कर 200 million bottles से अधिक हो गए। यह पैमाना बताता है कि शुल्क में कटौती सीमा शुल्क नीति से कहीं आगे क्यों मायने रखती है। इससे premium Scotch और British gin भारत में अधिक प्रतिस्पर्धी हो सकते हैं, भले ही अंतिम शेल्फ कीमतें किसी सरल या समान तरीके से न घटें।

ऐसा इसलिए है क्योंकि केंद्रीय शुल्क कटौती भारत में alcohol बिक्री को नियंत्रित करने वाले कई अन्य करों और नियंत्रणों को समाप्त नहीं करती। alcohol पर राज्य स्तर पर कड़ा नियमन बना हुआ है, और अलग-अलग राज्यों द्वारा लगाए गए excise duties तब तक अपरिवर्तित रहेंगे जब तक स्थानीय सरकारें कुछ और न तय करें। व्यवहार में इसका मतलब है कि कम आयात शुल्क का कोई भी लाभ भारत में उत्पाद कहां बेचा जाता है, इस पर निर्भर करते हुए कम, विलंबित या असमान हो सकता है।

बाजार कैसे काम करता है, इसे समझने के लिए कानूनी ढांचा केंद्रीय महत्व रखता है। भारत की संवैधानिक व्यवस्था के तहत alcohol का उत्पादन, निर्माण, कब्जा, परिवहन, खरीद और बिक्री काफी हद तक राज्य का विषय है। प्रत्येक राज्य के अपने excise कानून, लाइसेंसिंग नियम और अनुपालन आवश्यकताएं हैं। कुछ राज्य निजी ऑपरेटरों को परमिट मिलने के बाद सीधे काम करने की अनुमति देते हैं। अन्य राज्यों में कंपनियों को state beverage corporations के माध्यम से काम करना पड़ता है, जो आयात, आपूर्ति या वितरण को नियंत्रित करती हैं।

ब्रिटिश distillers और भारतीय आयात साझेदारों के लिए यह स्थिति headline शुल्क कटौती से अधिक जटिल तस्वीर बनाती है। कोई कंपनी सीमा पर राहत पा सकती है, लेकिन फिर भी उसे ऊंचे राज्य करों, monopoly वितरण प्रणालियों या warehousing, परिवहन और retail पहुंच के लिए अलग अनुमोदनों का सामना करना पड़ सकता है। नतीजा यह है कि भारत में व्यावसायिक रणनीति अक्सर राष्ट्रीय व्यापार नीति जितनी ही राज्य-दर-राज्य योजना पर निर्भर करती है।

यह समझौता ऐसे समय आया है जब भारतीय उपभोक्ताओं ने premium अंतरराष्ट्रीय पेय पदार्थों में बढ़ती रुचि दिखाई है। इस रुझान ने न केवल ब्रिटेन से, बल्कि France और United States जैसे देशों से भी आयात को मजबूत समर्थन दिया है। इस संदर्भ में Scotch और gin पर कम शुल्क imported spirits में प्रतिस्पर्धा को तेज कर सकता है और प्रतिद्वंद्वियों पर कीमत और portfolio रणनीति पर पुनर्विचार का दबाव डाल सकता है।

इसके प्रभाव beverage कारोबार के कई हिस्सों तक फैलते हैं। आयातक volume forecasts पर फिर से विचार कर सकते हैं, वितरक शर्तों पर पुनः बातचीत कर सकते हैं, और यदि मांग मजबूत होती है तो retailer अधिक margin वाले imported labels के लिए shelf space समायोजित कर सकते हैं। घरेलू उत्पादकों को भी premium segment में अधिक प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ सकता है, खासकर whisky में, जहां imported brands शहरी उपभोक्ताओं के बीच मजबूत पहचान रखते हैं।

फिर भी, सीधे-सीधे उछाल की किसी भी उम्मीद को भारत के alcohol marketing संबंधी सख्त नियम संतुलित करते हैं। राष्ट्रीय नियम cable television पर alcohol के direct advertising पर रोक लगाते हैं और drinking को प्रोत्साहित करने वाले उत्पादों के print promotion को सीमित करते हैं। भारत ने surrogate advertising पर भी अपना रुख कड़ा किया है, जिसमें alcohol brands soda water, music CDs या अन्य वैध उत्पादों का प्रचार liquor labels से निकटता से जुड़े branding के साथ करते हैं।

वर्तमान नियमों के तहत, यदि विज्ञापन किसी alcohol उत्पाद का परोक्ष संकेत देता है या प्रतिबंधित वस्तुओं से जुड़े brand names, logos, colors या presentation का उपयोग करता है, तो उसे अवैध surrogate promotion माना जा सकता है। साथ ही, भारतीय मानक कुछ वैध brand extensions को मान्यता देते हैं, यदि वे market presence और proportional advertising spend से संबंधित विशिष्ट शर्तें पूरी करते हैं।

राज्य कानून एक और परत जोड़ते हैं। भारत के कई हिस्सों में प्रतिबंध उन publications या promotions पर केंद्रित हैं जो liquor consumption को प्रोत्साहित करते हैं, न कि alcohol brand के हर उल्लेख पर। इससे editorial coverage, event sponsorships या tasting events जैसी सीमित संचार-शैलियों की गुंजाइश बन सकती है, हालांकि इन्हें भी स्थानीय कानून के तहत सावधानी से संभालना होगा।

आयातित spirits के लिए food safety compliance एक और बड़ी बाधा है। भारतीय कानून में alcoholic beverages को food माना जाता है और उन्हें classification, alcoholic strength, ingredients, additives और safety parameters से जुड़े मानकों का पालन करना होता है। आयातकों को Food Safety and Standards Authority of India ढांचे के तहत उपयुक्त लाइसेंस और importer-exporter registration की भी आवश्यकता होती है।

प्रवेश बंदरगाहों पर, आयातित alcohol भारत की food import clearance प्रणाली के तहत दस्तावेज़ समीक्षा, दृश्य निरीक्षण और risk-based sampling के अधीन होता है। labels पर product description, alcoholic strength, net quantity, importer details, country of origin और batch identification सहित अन्य खुलासे होने चाहिए। health warnings भी आवश्यक हैं, और कुछ राज्य अतिरिक्त labeling नियम लागू करते हैं।

भारत के alcohol sector में competition law भी ध्यान खींचने वाला एक और क्षेत्र है। Dentons Link Legal ने हालिया आरोपों का उल्लेख किया, जिनमें प्रमुख उद्योग खिलाड़ियों पर retailers के साथ मिलीभगत करने या discounts और incentives का उपयोग करके प्रतिद्वंद्वी whiskies को बाहर रखते हुए dominant shelf space हासिल करने का आरोप है। ऐसे मामले दिखाते हैं कि अधिक अनुकूल शुल्क शर्तों के तहत भारत में प्रवेश करने वाले विदेशी आपूर्तिकर्ताओं को भी वितरण व्यवस्थाओं और retailer संबंधों पर कड़ी जांच का सामना करना पड़ सकता है।

beverage कंपनियों के लिए इसका मतलब है कि यह व्यापार समझौता अवसर तो खोलता है, लेकिन कोई सरल रास्ता नहीं देता। कम customs duties Scotch whisky और British gin के landed costs को बेहतर बना सकती हैं, जिससे व्यापक वितरण या अधिक आक्रामक premium positioning को समर्थन मिल सकता है। लेकिन ये लाभ इस बात पर निर्भर करेंगे कि कंपनियां कई भारतीय राज्यों में excise संरचनाओं, licensing प्रणालियों, labeling नियमों और competition जोखिमों को कैसे संभालती हैं।

व्यापार के दोनों पक्षों के लिए समय महत्वपूर्ण है। British spirits exporters लंबे समय से भारत को उच्च संभावनाओं वाला, लेकिन भारी शुल्कों से बाधित बाजार मानते रहे हैं। 15 जुलाई से पहली बड़ी duty cut लागू होने के साथ, कंपनियों के पास अब अगले दशक के लिए shipments, pricing models और partnerships की योजना बनाने का अधिक स्पष्ट आधार है। भारतीय आयातक और hospitality खरीदार भी portfolios पर फिर से विचार करने की संभावना रखते हैं, क्योंकि वे यह आकलन करते हैं कि क्या कम शुल्क bars, hotels और retail shops में मजबूत मांग में बदल सकते हैं।

उपभोक्ताओं को वास्तविक कीमत में कितनी कमी दिखेगी, यह brand और market के अनुसार अलग-अलग होगा। भारत में एक bottle की अंतिम लागत का केवल एक हिस्सा import duty है। state excise taxes, logistics expenses, distributor margins और retail markups सभी महत्वपूर्ण कारक बने रहते हैं। फिर भी, शुल्क कटौती अर्थशास्त्र को इतना बदल देती है कि एशिया में वृद्धि के लिए प्रतिस्पर्धा कर रही वैश्विक spirits कंपनियों के लिए भारत और भी महत्वपूर्ण मैदान बन जाता है।

खास तौर पर whisky के लिए, यह बदलाव launch calendars से लेकर bottle formats और premiumization strategies तक हर चीज़ को प्रभावित कर सकता है। जिन brands के लिए ऊंचे शुल्कों के कारण विस्तार को उचित ठहराना मुश्किल था, वे अब व्यापक वितरण का परीक्षण कर सकते हैं या नए शहरों में प्रवेश कर सकते हैं। अन्य brands कीमतें तेज़ी से घटाने के बजाय कम शुल्क बोझ का उपयोग मार्जिन बचाने के लिए कर सकते हैं।

इससे यह समझौता केवल एक व्यापारिक उपाय नहीं, बल्कि व्यापक drinks industry के लिए एक संकेत भी बन जाता है।

ऐसे बाजार में, जहां कर अक्सर तय करते हैं कि क्या शेल्फ तक पहुंचेगा और किस कीमत पर, आंशिक कटौती भी आयात, वितरण और retail में निवेश निर्णयों को बदल सकती है। Scotch whisky और British gin उत्पादकों के लिए, जो भारत के पैमाने और premium spirits के प्रति बढ़ती रुचि को देख रहे हैं, 15 जुलाई बाजार पहुंच में एक महत्वपूर्ण बदलाव का प्रतीक है, भले ही कई बाधाएं अभी भी मजबूती से बनी हुई हों।