vinetur

फ्लेवर वाली वोडका की मांग बढ़ने पर Magic Moments ने भारत में 32.5 लाख केस बेचे

Radico Khaitan ने कहा कि उसकी वोडका ब्रांड पहली तिमाही में 43% बढ़ी और अब अनुमानित 60% बाजार हिस्सेदारी रखती है

शुक्रवार, 10 जुलाई 2026

Radico Khaitan ने कहा कि उसकी Magic Moments वोडका ब्रांड ने 2026 की पहली तिमाही में 32.5 लाख नौ-लीटर केस बेचे, जो एक साल पहले इसी अवधि के 22 लाख केसों से 43% अधिक है, क्योंकि भारत में फ्लेवर वाली वोडका की मांग लगातार बढ़ रही है।

भारतीय स्पिरिट्स कंपनी ने कहा कि इस ब्रांड ने तिमाही के हर महीने में 10 लाख से अधिक केस बेचे, जिसे उसने Magic Moments और देश में व्यापक वोडका खंड, दोनों के लिए एक मील का पत्थर बताया। कंपनी ने यह भी कहा कि Magic Moments के पास भारत के वोडका बाजार की अनुमानित 60% हिस्सेदारी है।

यह नतीजा ब्रांड के हालिया मजबूत प्रदर्शन को और आगे बढ़ाता है। कंपनी के आंकड़ों के अनुसार, 2025 में Magic Moments ने 82 लाख केस बेचे, जो 2024 की तुलना में 14.6% अधिक है। ब्रांड को पिछले साल The Brand Champions 2026 रिपोर्ट में दुनिया के सातवें सबसे बड़े वोडका लेबल के रूप में भी सूचीबद्ध किया गया था।

Radico Khaitan इस वृद्धि का बड़ा हिस्सा भारत में कानूनी उम्र के युवा उपभोक्ताओं की बदलती पीने की आदतों, साथ ही कॉकटेल और व्हाइट स्पिरिट्स में बढ़ती रुचि से जोड़ रही है। कंपनी ने कहा कि फ्लेवर वाली वोडका श्रेणी की वृद्धि के मुख्य चालकों में से एक बन गई है और अब 2026 में वोडका वॉल्यूम का 65% से अधिक हिस्सा इसी का है।

इस बदलाव ने उत्पाद विकास को भी आकार दिया है। पिछले साल Magic Moments ने अपनी Flavours of India रेंज पेश की, जिसे स्थानीय स्वादों और क्षेत्रीय सामग्रियों को ध्यान में रखकर बनाया गया था। इस श्रृंखला में Alphonso mango expression और Thandai से प्रेरित एक वोडका शामिल थी, जिसे दूध, केसर, गुलाब की पंखुड़ियों, बादाम, पिस्ता, पुदीना और काली मिर्च से बनाया गया था।

Radico Khaitan के प्रबंध निदेशक Abhishek Khaitan ने कहा कि कंपनी उपभोक्ता मांग में इस बदलाव को अस्थायी नहीं, बल्कि संरचनात्मक मानती है। उन्होंने कहा कि Radico ने इस अवसर को भुनाने के लिए फ्लेवर-आधारित नवाचार, प्रीमियमाइजेशन, उपभोक्ता जुड़ाव और ब्रांड निर्माण में पहले ही निवेश किया था।

कंपनी का तर्क है कि वैश्विक खपत पैटर्न की तुलना में भारत अब भी एक अविकसित वोडका बाजार है। Radico Khaitan ने कहा कि वैश्विक स्पिरिट्स खपत में वोडका की हिस्सेदारी 28%-30% है, जबकि भारत के Indian-made foreign liquor बाजार में इसकी हिस्सेदारी 5% से कम है। पेय कारोबार में उत्पादकों और वितरकों के लिए यह अंतर बारीकी से देखा जा रहा है, क्योंकि यह दुनिया के सबसे महत्वपूर्ण स्पिरिट्स विकास बाजारों में से एक में आगे विस्तार की गुंजाइश दिखाता है। अगर फ्लेवर वाली वोडका की मांग इसी गति से बढ़ती रही, तो इसका असर उत्पादन योजना, इन्वेंटरी प्रबंधन,

लॉजिस्टिक्स और वितरण साझेदारियों पर एक ही ब्रांड से कहीं आगे तक पड़ सकता है।

Magic Moments का प्रदर्शन इसलिए भी महत्वपूर्ण है क्योंकि यह भारत के स्पिरिट्स बाजार के भीतर उपभोक्ता प्राथमिकताओं में बदलाव की गति का अधिक स्पष्ट संकेत देता है। फ्लेवर वाले संस्करणों में लगातार बढ़ोतरी न केवल वोडका निर्माताओं को, बल्कि अन्य पेय कंपनियों को भी अधिक निवेश के लिए प्रेरित कर सकती है, जो उन संबद्ध श्रेणियों को देख रही हैं जहां नवाचार और स्थानीय स्वाद प्रोफाइल हिस्सेदारी जीतने में मदद कर सकते हैं।

Radico Khaitan स्पिरिट्स के क्षेत्र में अपनी महत्वाकांक्षाओं का दायरा बढ़ा रही है। इस साल की शुरुआत में, कंपनी ने एक Scotch whisky डिवीजन बनाने को मंजूरी दी, जो पूरी तरह समूह के स्वामित्व में होगा। इसके पोर्टफोलियो में Rampur Indian single malt, Sangam whisky, Jaisalmer Gin, The Kohinoor rum, The Spirit of Kashmyr और D'Yavol Spirits भी शामिल हैं।

फिलहाल, ताजा तिमाही से सबसे मजबूत संकेत यह है कि एक ब्रांड के तेज़ी से बढ़ने के बावजूद वोडका अब भी भारत के समग्र स्पिरिट्स बाजार में अपेक्षाकृत छोटा स्थान रखती है। कम पैठ और तेज़ वॉल्यूम वृद्धि का यह संयोजन वर्ष के बाकी हिस्से में इस पर ध्यान बनाए रखने की संभावना है कि भारतीय उपभोक्ता नए स्वादों, प्रीमियम पेशकशों और बदलते पीने के अवसरों पर कैसी प्रतिक्रिया देते हैं।