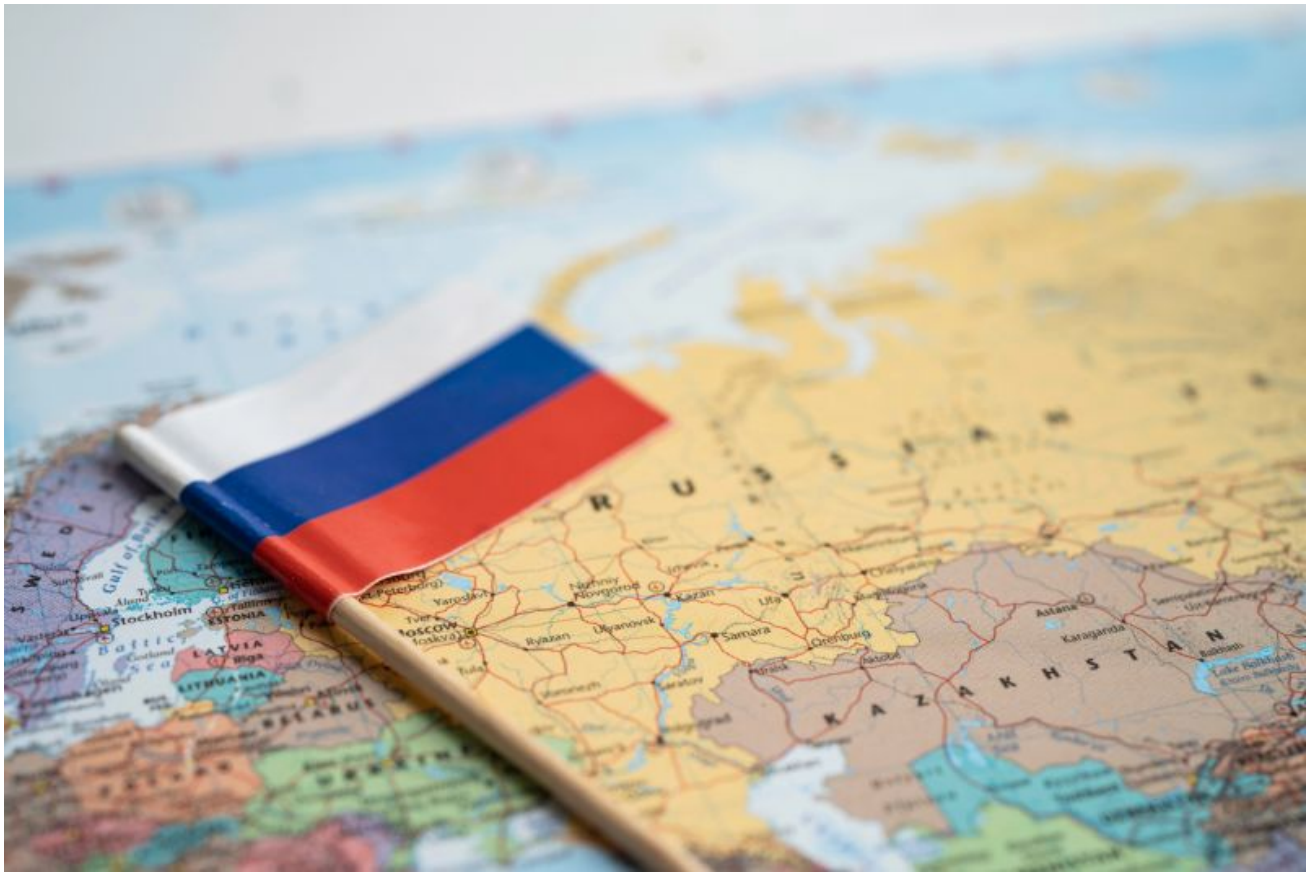
vinetur

रूस में वाइन बिक्री 2024 में 17% बढ़ी

बीयर अभी भी मात्रा के हिसाब से हावी है, लेकिन उपभोक्ता कुल मिलाकर कम पी रहे हैं और घरेलू तथा प्रीमियम उत्पादों की ओर रुख कर रहे हैं।

मंगलवार, 14 जुलाई 2026



रूस में बीयर प्रमुख मादक पेय बनी हुई है, लेकिन नए बिक्री और उत्पादन आंकड़े दिखाते हैं कि बाजार की संरचना बदल रही है, क्योंकि उपभोक्ता कुल मिलाकर कम पी रहे हैं, वाइन और प्रीमियम उत्पादों की ओर झुक रहे हैं, और घरेलू आपूर्ति पर अधिक निर्भर हो रहे हैं।

रूसी बिज़नेस मीडिया द्वारा उद्धृत आधिकारिक आंकड़ों और बाजार रिपोर्टों के अनुसार, 2024 में कुल शराब बिक्री लगभग 13.3 अरब लीटर तक पहुंच गई, जो 2020 की तुलना में 11% अधिक है। साथ ही, दीर्घकालिक खपत प्रति व्यक्ति आधार पर विपरीत दिशा में गई है। रूसी स्वास्थ्य और सांख्यिकीय आंकड़े बताते हैं कि वार्षिक प्रति व्यक्ति शराब सेवन 2009 में लगभग 14 लीटर शुद्ध अल्कोहल से घटकर 2023 में लगभग 8 लीटर रह गया, जो कड़े नियमन, ऊंचे करों और भारी शराबखोरी कम करने के उद्देश्य से चलाए गए सार्वजनिक स्वास्थ्य अभियानों के वर्षों को दर्शाता है।

इस बाजार में बीयर अब भी बहुत बड़े अंतर से सबसे बड़ा हिस्सा रखती है। इंटरफैक्स और अन्य रूसी माध्यमों द्वारा

रिपोर्ट किए गए उद्योग आंकड़ों के अनुसार, 2024 में बीयर बिक्री लगभग 10.5 अरब लीटर रही, जो 2023 से 5% अधिक है। इस्तेमाल की गई पद्धति के अनुसार, बीयर ने मात्रा के हिसाब से सभी शराब बिक्री का लगभग आधा से लेकर लगभग चार-पांचवां हिस्सा तक बनाया। घरेलू उत्पादन मांग का 95% से अधिक पूरा करता है, जिससे बीयर इस बात का सबसे स्पष्ट उदाहरण बनती है कि रूस का शराब बाजार प्रतिबंधों और व्यापार व्यवधानों के बीच स्थानीय विनिर्माण पर निर्भर होकर कैसे ढल गया है।

पिछले साल वाइन ने किसी भी प्रमुख श्रेणी की तुलना में तेजी से बढ़त बनाई। खुदरा वाइन बिक्री 2024 में 17% बढ़ी, जबकि खुदरा और आतिथ्य चैनलों को मिलाकर कुल वाइन मात्रा, स्थिर और स्पार्कलिंग दोनों सहित, लगभग 854 मिलियन लीटर तक पहुंच गई। विश्लेषकों का अनुमान है कि वाइन अब बाजार का लगभग 20% से 25% हिस्सा है। रूसी उत्पादन भी बढ़ा, जिसमें स्थिर और स्पार्कलिंग वाइन का संयुक्त उत्पादन 2024 में लगभग 500 मिलियन लीटर तक पहुंच गया। इस वृद्धि को घरेलू उत्पादकों के लिए राज्य समर्थन, आयात प्रतिस्थापन नीतियों और उन पेयों की ओर व्यापक उपभोक्ता रुझान का सहारा मिला है जिन्हें स्पिरिट्स की तुलना में अधिक हल्का या अधिक परिष्कृत माना जाता है।

रूस की पीने की संस्कृति से लंबे समय से जुड़ी वोडका अब मात्रा के लिहाज से बाजार पर हावी नहीं रही। उत्पादन 2024 में लगभग 828 मिलियन लीटर तक पहुंचा, जो एक साल पहले की तुलना में 3% अधिक है, लेकिन कुल शराब बिक्री में वोडका की हिस्सेदारी समय के साथ तेज़ी से घटी है। अन्य पारंपरिक स्पिरिट्स के साथ मिलाकर, यह श्रेणी रूसी रिपोर्टों में उद्धृत आंकड़ों के अनुसार मात्रा के हिसाब से बाजार का केवल लगभग 6% से 9% हिस्सा ही बनाती है। 2022 के बाद से बिक्री काफी हद तक स्थिर रही है, क्योंकि कुछ उपभोक्ता व्हिस्की, जिन, रम और अन्य प्रीमियम या आयात-शैली के स्पिरिट्स की ओर बढ़ रहे हैं, जिनमें रूसी स्वामित्व या लाइसेंस के तहत स्थानीय रूप से बने उत्पाद भी शामिल हैं।

सबसे तेज गिरावटों में से एक कम-अल्कोहल किण्वित पेयों, जैसे साइडर और मेदोवुखा, में आई। कर बढ़ोतरी के बाद खुदरा कीमतों में तेज उछाल आने से 2024 में उनकी मात्रा 56% गिर गई। यह गिरावट दिखाती है कि रूस में अब राजकोषीय नीति पीने की आदतों को कितनी मजबूती से आकार दे रही है। वोडका के लिए न्यूनतम मूल्य नियम भी कड़े किए गए, और आधा-लीटर बोतल के लिए न्यूनतम कीमत 2024 में 349 रूबल हो गई। कई उपभोक्ताओं के लिए बीयर और वाइन अपेक्षाकृत अधिक सुलभ बनी हुई हैं, क्योंकि तुलनात्मक आधार पर उन पर कर का बोझ कम है।

रूसी अधिकारियों ने हानिकारक शराब सेवन को रोकने के लिए एक दशक से अधिक समय तक बिक्री के सीमित घंटे, विज्ञापन प्रतिबंध और शराब-विरोधी अभियानों का सहारा लिया है। ऐसा लगता है कि इन उपायों ने अत्यधिक खपत को कम किया है, लेकिन बाजार को पूरी तरह सिकोड़ नहीं पाए हैं। इसके बजाय, उन्होंने इसे अलग-अलग श्रेणियों की ओर मोड़ दिया है। स्वास्थ्य अधिकारी और विश्लेषक एक ऐसे उपभोक्ता आधार का वर्णन करते हैं जो अधिक संयम से पी रहा है, खासकर शहरी क्षेत्रों में, और युवा रूसी आम तौर पर पिछली पीढ़ियों की तुलना में कम शराब पी रहे हैं।

यह बदलाव इस बात में भी दिखता है कि लोग शराब कहां खरीदते हैं और क्या चुनते हैं। सेक्टर रिपोर्टों में उद्धृत आंकड़ों के अनुसार, लगभग 80% शराब खपत ऑफ-ट्रेड चैनलों, जैसे सुपरमार्केट और रिटेल चेन, में केंद्रित है। बड़े शहरों में अधिक आय वाले उपभोक्ता बेहतर गुणवत्ता वाली वाइन, क्राफ्ट बीयर और प्रीमियम स्पिरिट्स की मांग बढ़ाने में मदद कर रहे हैं। कम आय वाले खरीदार अब भी बड़े पैमाने पर बिकने वाली बीयर और कम कीमत वाली वोडका को तरजीह देते हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में कुछ अनौपचारिक घरेलू शराब उत्पादन जारी है, हालांकि उस खंड को मापना कठिन है।

प्रतिबंधों और व्यापार प्रवाह में बदलाव ने आपूर्ति को भी नया रूप दिया है। कई श्रेणियों में यूरोपीय आयात की हिस्सेदारी घटी है, जबकि घरेलू उत्पादकों ने उत्पादन बढ़ाया है। बीयर में रूसी ब्रांड शेल्फ पर हावी हैं और आयात अब खपत का केवल छोटा हिस्सा रह गया है। चीनी और भारतीय बीयर वैकल्पिक आपूर्तिकर्ताओं के रूप में बाजार में आई हैं। वाइन में घरेलू लेबलों ने अपनी स्थिति मजबूत की है, जबकि आयात अब यूरोपीय संघ और संयुक्त राज्य अमेरिका के बाहर के देशों से अधिक आ रहे हैं, जिनमें दक्षिण अफ्रीका और अर्जेंटीना शामिल हैं।

नतीजा यह है कि बाजार अब युद्ध-संबंधी प्रतिबंधों की अवधि से पहले की तुलना में विदेशी ब्रांडों पर कम निर्भर दिखता है। रूसी उत्पादकों ने न केवल मात्रा बढ़ाकर, बल्कि उच्च-मूल्य खंडों में भी प्रवेश करके प्रतिक्रिया दी है। ब्रुअर्स और डिस्टिलर्स ने क्राफ्ट लाइनें, फ्लेवर्ड उत्पाद और प्रीमियम पैकेजिंग पेश की है, ताकि ऐसे उपभोक्ताओं को आकर्षित किया जा सके जो स्थानीय उपलब्धता छोड़े बिना कुछ नया चाहते हैं। रेडी-टू-ड्रिंक कॉकटेल, फलों के स्वाद वाले पेय और आधुनिक कैन फॉर्मेट अधिक दिखाई देने लगे हैं, हालांकि ऑनलाइन बिक्री और प्रचार पर नियामकीय सीमाएं बनी हुई हैं।

बड़े घरेलू ब्रूइंग समूह अब भी बाजार के केंद्र में हैं। 2024 के उद्योग आंकड़े दिखाते हैं कि रूस में पहले AB InBev Efes के नाम से जानी जाने वाली Napitki Vmeste उत्पादन के लिहाज से देश की सबसे बड़ी ब्रुअर है, जिसके बाद Baltika का स्थान है। उनके ब्रांड अन्य स्थापित रूसी उत्पादकों, जैसे Ochakovo, के लेबलों के साथ मिलकर मुख्यधारा की बीयर बिक्री पर अपना दबदबा बनाए हुए हैं। आयातित यूरोपीय बीयरों की जगह काफी हद तक स्थानीय उत्पादों और नए एशियाई प्रवेशकों ने ले ली है।

स्पिरिट्स में Russian Standard, Stolichnaya और Beluga जैसे प्रसिद्ध वोडका नाम अब भी सांस्कृतिक महत्व रखते हैं, लेकिन वे अकेले बाजार की दिशा तय नहीं करते। उत्पादक अब युवा कानूनी-आयु वाले पीने वालों को आकर्षित करने के लिए प्रीमियम पोजिशनिंग, फ्लेवर्ड वोडका और छोटे बैच की ब्रांडिंग पर अधिक निर्भर कर रहे हैं, जो पुरानी पीढ़ियों की तुलना में पारंपरिक श्रेणियों से कम जुड़े हुए हैं।

वाइन रूसी पेय बाजार की सबसे स्पष्ट विकास कहानियों में से एक बन गई है। Abrau-Durso और Fanagoria जैसे उत्पादकों को घरेलू मांग में मजबूती और रूसी वाइन प्रचार के लिए आधिकारिक समर्थन का लाभ मिला है। रूसी मीडिया द्वारा उद्धृत बाजार रिपोर्टों के अनुसार, स्थानीय वाइन अब खुदरा वाइन बिक्री का लगभग 65% हिस्सा बनाती हैं। स्पार्कलिंग वाइन विशेष रूप से मजबूत रही है, जिसे घरेलू उत्पादन में वृद्धि और उत्सवपूर्ण लेकिन अपेक्षाकृत किफायती उत्पादों में उपभोक्ता रुचि का सहारा मिला है।

समग्र तस्वीर तेज विस्तार की नहीं, बल्कि परिपक्वता और पुनर्संतुलन की है। कुल शराब बिक्री मात्रा के लिहाज से अभी भी मामूली रूप से बढ़ रही है, लेकिन प्रति व्यक्ति खपत दीर्घकाल में लगातार नीचे की ओर जा रही है। बीयर मजबूती से पहले स्थान पर बनी हुई है, वाइन तेजी से हिस्सेदारी बढ़ा रही है, वोडका विदेशों में अपनी छवि जितनी दिखती है, उससे कहीं कम रोजमर्रा की पीने की आदत का हिस्सा बन गई है, और यह तय करने में कर नीति निर्णायक साबित हो रही है कि कौन-सी श्रेणियां बढ़ेंगी या घटेंगी।

रूस में काम करने वाले उत्पादकों और खुदरा विक्रेताओं के लिए इसका मतलब है कि वृद्धि अब शराब की मात्रा में साधारण बढ़ोतरी के बजाय प्रीमियमाइजेशन, स्थानीय सोर्सिंग और श्रेणी नवाचार से अधिक जुड़ी है। उपभोक्ताओं के लिए इसका मतलब है एक ऐसा बाजार जिसमें पहले की तुलना में पश्चिमी आयातित मुख्य उत्पाद कम हैं, लेकिन बीयर, वाइन और स्पिरिट्स में घरेलू विकल्प अधिक हैं, और जिसे स्वाद जितना ही राज्य नीति भी आकार दे रही है।