vinetur

लैटिन अमेरिका में शराब की खपत पर बीयर का दबदबा

बाज़ार के आंकड़े दिखाते हैं कि मात्रा के लिहाज़ से lager, spirits, wine और RTDs से कहीं आगे है, जिसकी अगुवाई Brazil और Mexico कर रहे हैं

गुरुवार, 16 जुलाई 2026



2026 में पूरे लैटिन अमेरिका में बीयर रोज़मर्रा की ज़िंदगी, रिटेल शेल्फ़ और सामाजिक मौकों पर हावी रहने वाला पेय बनी हुई है। सबसे स्पष्ट विजेता है industrial pale lager, जो ठंडी बेची जाती है, व्यापक रूप से वितरित होती है और नियमित खरीद के लिए उपयुक्त कीमत पर उपलब्ध है। मध्य-2026 तक उपलब्ध बाज़ार आंकड़े दिखाते हैं कि तैयार पेय की मात्रा के मामले में क्षेत्र में कोई भी अन्य अल्कोहल श्रेणी इसके करीब नहीं आती।

इसका पैमाना बहुत बड़ा है। Kirin Holdings ने बताया कि जिस क्षेत्र को वह Central and South America के रूप में वर्गीकृत करता है, वहाँ 2024 में 37.647 अरब लीटर बीयर की खपत हुई। Brazil के हिस्से 15.304 अरब लीटर, Mexico के 10.787 अरब लीटर और Colombia के 2.634 अरब लीटर आए। मिलाकर, इन तीन बाज़ारों ने उस ब्लॉक की बीयर मात्रा का लगभग 76% प्रतिनिधित्व किया। उसी वर्ष Brazil दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा बीयर बाज़ार रहा, Mexico

चौथे और Colombia चौदहवें स्थान पर रहा।

यह दबदबा यह नहीं दर्शाता कि बीयर ही एकमात्र महत्वपूर्ण पेय है। इसका मतलब है कि बीयर लीटर, आवृत्ति और पहुँच—तीनों के लिहाज़ से सबसे अधिक खपत वाला पेय है। लैटिन अमेरिका के अधिकांश हिस्सों में यह जलवायु, कीमत और शराब खरीदने के तरीके—तीनों के अनुकूल बैठती है। इसे पड़ोस की दुकानों, सुपरमार्केटों, बारों, समुद्रतटीय कियोस्कों और रेस्तरांओं में बेचा जाता है। यह फुटबॉल मैचों, पारिवारिक भोजन, पार्टियों और अनौपचारिक मेलजोल—सबके लिए उपयुक्त है। बड़े ब्रुअरों ने मजबूत cold-chain और returnable bottle प्रणालियाँ भी विकसित की हैं, जिनकी बराबरी छोटी श्रेणियाँ नहीं कर पातीं।

Euromonitor के क्षेत्रीय अनुमान भी इसी दिशा की ओर इशारा करते हैं। कंपनी ने लैटिन अमेरिका में बीयर को मात्रा और मूल्य—दोनों के आधार पर अग्रणी अल्कोहल श्रेणी बताया है, और अपनी रिपोर्टिंग आधार पर पूरे क्षेत्र में औसत खपत लगभग 57.4 लीटर प्रति व्यक्ति रखी है। उसने Mexico को 78.5 लीटर प्रति व्यक्ति और Brazil को 69.1 लीटर पर रखा, जबकि Kirin की अलग कार्यप्रणाली ने 2024 में Mexico के लिए 83.4 लीटर, Brazil के लिए 70.3 लीटर, Panama के लिए 86.1 लीटर और Puerto Rico के लिए 61.8 लीटर दर्ज किए। सटीक आंकड़े स्रोत के अनुसार बदलते हैं, लेकिन रैंकिंग नहीं बदलती : बीयर बड़े अंतर से आगे है।

दूसरा बड़ा क्षेत्र distilled spirits का है, लेकिन यहाँ लैटिन अमेरिका एक एकल बाज़ार की तरह दिखना बंद कर देता है और राष्ट्रीय पहचानों के नक्शे में बदल जाता है। Mexico tequila और mezcal के लिए अलग दिखता है। Brazil में cachaça है। Colombia में anise-flavored aguardiente है। Peru और Chile में pisco है। Bolivia में singani है। Central America का बड़ा हिस्सा और Spanish-speaking Caribbean rum या cane spirits के इर्द-गिर्द घूमता है, जबकि Argentina की अपनी विशिष्ट पहचान fernet को cola के साथ मिलाकर बनती है।

ये पेय पहचान, उपहार, पर्यटन और cocktail संस्कृति के लिए केंद्रीय हैं। कुल तरल मात्रा में इनका हिस्सा जितना दिखता है, उससे कहीं अधिक प्रतीकात्मक महत्व ये अक्सर रखते हैं। अधिकांश देशों में ये तैयार पेय के रूप में खपत लीटर के मामले में बीयर से आगे नहीं निकलते, लेकिन प्रति लीटर मूल्य और इस बात में इनका महत्व बहुत अधिक है कि हर देश खुद को आगंतुकों और निर्यात बाज़ारों के सामने कैसे प्रस्तुत करता है।

Mexico इस विभाजन का सबसे स्पष्ट उदाहरणों में से एक है—छवि और घरेलू मात्रा के बीच। Tequila विदेशों में लैटिन अमेरिका के सबसे प्रसिद्ध पेयों में से एक है, फिर भी घर के भीतर खपत लीटर के हिसाब से बीयर कहीं बड़ी है। Tequila Regulatory Council ने बताया कि Mexico ने 2024 में 495.8 मिलियन लीटर tequila का उत्पादन किया और 400.3 मिलियन लीटर का निर्यात किया, जो वार्षिक उत्पादन का लगभग 80.7% है। इससे पता चलता है कि यह श्रेणी कितनी अंतरराष्ट्रीय हो चुकी है। इसके विपरीत, उसी वर्ष Kirin के अनुसार Mexico की बीयर खपत 10.787 अरब लीटर रही।

Brazil में अलग उत्पादों के साथ इसी तरह का क्रम दिखता है। बीयर बड़े अंतर से पहले स्थान पर बनी हुई है, जबकि cachaça देश की विशिष्ट spirit और अपने आप में एक प्रमुख घरेलू श्रेणी के रूप में अपनी जगह बनाए हुए है। Brazil के कृषि मंत्रालय के सार्वजनिक आंकड़ों के अनुसार 2024 में 7,200 से अधिक पंजीकृत cachaça उत्पाद और 1,266 उत्पादन प्रतिष्ठान थे। इससे cachaça को औद्योगिक पैमाना भी मिलता है और कारीगरी की गहराई भी, भले ही कुल मात्रा में यह अभी भी बीयर से काफी पीछे हो।

Colombia में बीयर समग्र अल्कोहल बाज़ार में आगे है, जबकि aguardiente कई क्षेत्रों और उत्सवों में सबसे मजबूत स्थानीय spirit श्रेणी बनी हुई है। Peru और Chile में pisco का गैस्ट्रोनॉमिक महत्व और राष्ट्रीय प्रतिष्ठा बहुत मजबूत है, लेकिन उपलब्ध मापों के अनुसार बेचे या उत्पादित कुल अल्कोहल पेय मात्रा का अधिकांश हिस्सा अभी भी बीयर का है। Dominican Republic और अन्य कैरेबियाई बाज़ारों में rum अक्सर निर्यात और पहचान के लिए प्रमुख spirit होता है, फिर भी रोज़मर्रा की पीने की मात्रा में बीयर का दबदबा रहता है।

Wine की स्थिति बिल्कुल अलग है। यह विशेष रूप से Southern Cone में, खासकर Argentina, Uruguay और Chile में, बहुत महत्वपूर्ण बनी हुई है, जहाँ wine संस्कृति गहरी है और भोजन परंपराओं, पर्यटन तथा राष्ट्रीय छवि को आकार देती है। फिर भी वहाँ भी अक्सर बीयर, wine से अधिक लीटर बेचती है।

Wine को एक संरचनात्मक सुस्ती का भी सामना है, जो व्यापक वैश्विक रुझानों से मेल खाती है। International Organisation of Vine and Wine ने कहा कि 2025 में वैश्विक wine खपत 2.7% घटकर 20.8 अरब लीटर रह गई। Argentina में उस वर्ष लगातार पाँचवीं वार्षिक गिरावट दर्ज हुई और apparent consumption के आधार पर यह लगभग 750 मिलियन लीटर तक आ गई। National Viticulture Institute से उद्धृत आंकड़ों के अनुसार Argentina में प्रति व्यक्ति wine खपत 2025 में ऐतिहासिक निम्न स्तर 15.7 लीटर पर आ गई।

Uruguay आदत और मेज़ पर उपस्थिति—दोनों के लिहाज़ से क्षेत्र की सबसे मजबूत wine संस्कृतियों में से एक बना हुआ है, लेकिन वहाँ भी मात्रा के हिसाब से बीयर आगे निकल गई है। सार्वजनिक रिपोर्टों के अनुसार, जो fiscal और industry data पर आधारित हैं, 2024 में Uruguay ने लगभग 98.3 मिलियन लीटर बीयर बेची, जबकि घरेलू wine की बिक्री 52.2 मिलियन लीटर रही। Chile इसी पैटर्न का एक और रूप प्रस्तुत करता है: wine निर्यात और प्रतिष्ठा के लिए बेहद महत्वपूर्ण है, लेकिन घरेलू अल्कोहल मात्रा में बीयर का हिस्सा अधिक है।

यदि कोई श्रेणी आकार के बजाय गति दिखा रही है, तो वह RTD beverages है, यानी ready-to-drink उत्पाद जैसे canned cocktails, coolers और अन्य premixed alcoholic drinks। IWSR ने बताया कि 2025 में RTDs ही एकमात्र प्रमुख अल्कोहल श्रेणी थीं जिनमें वैश्विक स्तर पर वृद्धि हुई, और मात्रा के हिसाब से इनमें 3% की बढ़ोतरी हुई। Brazil में 2025 की पहली छमाही के दौरान इनमें साल-दर-साल 10% की वृद्धि हुई।

इनकी अपील सीधी है : सुविधा, पहचाने जाने योग्य स्वाद, मध्यम ताकत और स्पष्ट unit price। ये आधुनिक रिटेल चैनलों में भी अच्छी तरह फिट बैठते हैं, खासकर convenience stores और take-home purchases में। उत्पादकों के लिए RTDs स्थापित beer या spirits ब्रांडों को नए अवसरों तक ले जाने का तरीका हैं, बिना उपभोक्ताओं से पूरी बोतल खरीदने या खुद पेय मिलाने की अपेक्षा किए।

फिर भी, पूरे लैटिन अमेरिका में RTDs बीयर की तुलना में अभी भी बहुत छोटी श्रेणी हैं। इनका महत्व मौजूदा पैमाने से कम और इस बात से अधिक है कि ये बदलती आदतों के बारे में क्या बताते हैं: उपभोक्ता अधिक चयनात्मक हो रहे हैं, format और flavor के साथ अधिक प्रयोग कर रहे हैं, और अक्सर कम-प्रतिबद्धता वाली खरीदारी की तलाश में हैं।

यह बदलाव इसलिए महत्वपूर्ण है क्योंकि लैटिन अमेरिका उस व्यापक पुनर्संतुलन से अछूता नहीं है जो वैश्विक अल्कोहल खपत को प्रभावित कर रहा है। IWSR ने कहा कि 2025 में दुनिया भर में कुल beverage alcohol मात्रा 2% घटी, जो लगातार तीसरी वार्षिक गिरावट थी। लेकिन क्षेत्रीय प्रदर्शन एकसमान नहीं, बल्कि असमान रहा। IWSR के आकलन में Brazil की बीयर मात्रा 2025 में 4% घटी, जबकि Mexico का बीयर बाज़ार उस वर्ष की पहली छमाही में 2% बढ़ा और Colombia का कुल अल्कोहल बाज़ार 1% बढ़ा।

नतीजा विस्तार या संकुचन की कोई सरल कहानी नहीं है। यह देशों और श्रेणियों के बीच भिन्नता की कहानी है। जहाँ वृद्धि धीमी भी हो, बीयर आधारभूत बनी रहती है। Spirits सांस्कृतिक रूप से शक्तिशाली बनी रहती हैं, भले ही मात्रा के हिसाब से वे सबसे अधिक न पी जाती हों। Wine दक्षिणी बाज़ारों में अपनी सबसे मजबूत पकड़ बनाए रखती है, लेकिन पहले की तुलना में दीर्घकालिक मांग के पैटर्न कमजोर हैं।

क्षेत्र भर में लोग क्या खरीदते हैं, इसे आकार देने वाली मुख्य शक्तियों में affordability प्रमुख बन गई है। मुद्रास्फीति का दबाव और घरेलू क्रय शक्ति की कमजोरी ने standard lager, multipack promotions, returnable bottles और bars या restaurants के बजाय छोटे स्टोरों के माध्यम से off-premise sales को बढ़ावा दिया है। Premiumization समाप्त नहीं हुई है, लेकिन यह चयनात्मक हो गई है : उपभोक्ता अभी भी origin credentials वाली tequila, aged rum या imported

lager के लिए अधिक भुगतान कर सकते हैं, लेकिन वे इसके लिए एक स्पष्ट कारण चाहते हैं।

यह समझाता है कि कई रुझान एक साथ क्यों मौजूद रह सकते हैं: economy lager बड़े पैमाने की मात्रा बनाए रख सकती है, जबकि premium-accessible beer शहरी खंडों में बढ़ सकती है; artisanal cachaça प्रतिष्ठा हासिल कर सकती है, जबकि mainstream cane spirits कीमत-आधारित बने रहते हैं; sparkling wine युवा पीने वालों को आकर्षित कर सकती है, भले ही कुल wine खपत कमजोर हो; canned cocktails lager की बढ़त को चुनौती दिए बिना फैल सकते हैं।

एक और संबद्ध रुझान low- and no-alcohol beer का है, जो छोटे आधार से तेज़ी से बढ़ रहा है, लेकिन इसे स्वयं alcohol consumption की वृद्धि समझना नहीं चाहिए। Euromonitor ने 2023 से 2028 के बीच लैटिन अमेरिका में low- or no-alcohol beer के लिए 11.1% वार्षिक वृद्धि का अनुमान लगाया है। ब्रुअरों के लिए यह अवसरों का विस्तार करता है और brand ecosystems की रक्षा करता है ; बाज़ार विश्लेषण के लिए, जब उत्पाद में alcohol नहीं होता, तो इसे alcohol के भीतर नहीं बल्कि उसके साथ रखा जाना चाहिए।

वितरण भी यह समझाने में मदद करता है कि lager को हटाना इतना कठिन क्यों है। क्षेत्र के सबसे बड़े ब्रुअर Brazil, Mexico, Colombia, Peru और Argentina जैसे देशों में AB InBev affiliates, Heineken operations और Southern Cone के कुछ हिस्सों में CCU जैसे समूहों के माध्यम से refrigeration networks, returnable packaging systems और घने retail संबंधों को नियंत्रित करते हैं। यह ढांचा mainstream beer को न केवल craft brewers पर, बल्कि राष्ट्रीय स्तर पर विस्तार करने की कोशिश कर रहे कई wine और spirits उत्पादकों पर भी बढ़त देता है।

छोटी पड़ोस की दुकानें कई बाज़ारों में निर्णायक बनी रहती हैं, क्योंकि वे घर के पास, संभालने योग्य कीमतों पर ठंडी single units बेचती हैं। Supermarkets premium assortment और औपचारिक retail confidence के लिए अधिक महत्वपूर्ण हैं, जबकि bars और restaurants cocktails, tourism spending और उच्च-margin अवसरों के लिए महत्वपूर्ण बने रहते हैं, न कि केवल शुद्ध मात्रा के लिए।

औपचारिक बिक्री आंकड़े जो पकड़ पाते हैं, उनकी भी सीमाएँ हैं। Mexico में pulque या Andean देशों में chicha-आधारित पेयों जैसे पारंपरिक fermented drinks सांस्कृतिक रूप से प्रासंगिक बने हुए हैं, लेकिन यदि वे घर में बनाए जाते हैं या अनौपचारिक रूप से बेचे जाते हैं, तो commercial datasets में अक्सर कम दर्ज होते हैं। Pan American Health Organization ने अनुमान लगाया कि 2019 में Americas में खपत की गई शराब का 13.8% unrecorded था, हालांकि यह आंकड़ा केवल लैटिन अमेरिका नहीं बल्कि पूरे hemisphere को कवर करता है।

इस दशक के बाकी हिस्से को देखते हुए, अधिकांश पूर्वानुमान शीर्ष पर निरंतरता और उसके नीचे बदलाव का संकेत देते हैं। Beer बड़े अंतर से पहले स्थान पर बनी रहने की संभावना है, क्योंकि इतनी सारी देशों में एक साथ कीमत तक पहुँच, जलवायु अनुकूलता और वितरण शक्ति का ऐसा संयोजन किसी अन्य श्रेणी में नहीं है। RTDs के विशिष्ट अवसरों से हिस्सा लेने की संभावना है, न कि रातोंरात पूरे बाज़ार से। राष्ट्रीय spirits वहाँ मजबूत बनी रहेंगी जहाँ पहचान सबसे अधिक मायने रखती है: Mexico में agave spirits, Brazil में cachaça, Colombia में aguardiente, Peru और Chile में pisco, और Central America तथा Caribbean के बड़े हिस्से में rum।

Wine संभवत: पुराने, रोज़मर्रा की आदतन पीने की प्रवृत्तियों से हटकर भोजन संस्कृति, पर्यटन या premium positioning से जुड़ी कम लेकिन अधिक सोच-समझकर की जाने वाली खरीदारी की ओर बढ़ती रहेगी। इससे कुछ उत्पादकों के लिए मूल्य को सहारा मिल सकता है, भले ही कुल मात्रा दबाव में बनी रहे।

तो आज लैटिन अमेरिका क्या पीता है ? सबसे पहले और सबसे अधिक, यह lager beer पीता है : ठंडी industrial pale lager, जो São Paulo से Mexico City, Bogotá, Lima और Santo Domingo तक लगभग हर कल्पनीय चैनल में सुलभ कीमतों पर बेची जाती है। इस साझा क्षेत्रीय उत्तर के बाद एक कहीं अधिक स्थानीय उत्तर आता है, जो cane spirits, agave distillates, grape brandies, bitters और wine परंपराओं से बना है, जो एक देश से दूसरे देश में बहुत अलग हैं।

2026 के लिए व्यापक तस्वीर, स्रोतों के बीच अंतर के बावजूद, पर्याप्त स्पष्ट है : मात्रा पर lager का कब्ज़ा है ; स्थानीय spirits पहचान का बड़ा हिस्सा संभालती हैं; wine अभी भी दक्षिण के कुछ हिस्सों को परिभाषित करती है ; और RTDs क्षेत्र के प्रयोग और क्रमिक वृद्धि के मुख्य इंजन बनते जा रहे हैं।