vinetur

1 अगस्त को समाप्त चार हफ्तों में अमेरिकी स्पिरिट्स बिक्री 3.8% घटी

वॉल्यूम 4.2% गिरा ; व्हिस्की और वोदका में सबसे ज्यादा गिरावट, टकीला अधिक टिकाऊ रही, नॉन-अल्कोहॉलिक स्पिरिट्स 25.7% उछले

बुधवार, 12 अगस्त 2026



1 अगस्त को समाप्त चार हफ्तों में अमेरिकी स्पिरिट्स बिक्री कमजोर बनी रही; NielsenIQ की नवीनतम Full View: Total Alcohol Pulse रिपोर्ट के अनुसार डॉलर बिक्री एक साल पहले की तुलना में 3.8% घटी और वॉल्यूम 4.2% कम हुआ। यह डेटा, जो NielsenIQ द्वारा ट्रैक किए गए रिटेल चैनलों को कवर करता है और तैयार कॉकटेल्स को बाहर रखता है, एक ऐसे श्रेणी की ओर इशारा करता है जो कई उत्पादकों की उम्मीदों से नरम रही गर्मियों के बाद अभी भी अधिक मजबूत आधार तलाश रही है।

NielsenIQ ने कहा कि व्यापक श्रेणीगत चुनौतियां और कमजोर उपभोक्ता मांग गिरावट के 91% के लिए जिम्मेदार थीं, जबकि वितरण और प्रचार गतिविधियों से मिले लाभ ने उस दबाव का केवल कुछ हिस्सा ही संतुलित किया। साप्ताहिक आधार पर, 1 अगस्त को समाप्त सप्ताह में स्पिरिट्स बिक्री $512.7 मिलियन रही, जो 25 जुलाई को समाप्त पिछले

सप्ताह से 0.2% कम थी। रिपोर्ट के अनुसार, गर्मियों के पेय अवसर अब भी कुछ सहारा दे रहे हैं, लेकिन हालिया साप्ताहिक नतीजे दिखाते हैं कि श्रेणी ने सीजन के शुरुआती हिस्से में दिखी गति दोबारा हासिल नहीं की है।

यह कमजोरी प्रमुख खंडों में समान रूप से नहीं फैली। शीर्ष तीन स्पिरिट्स श्रेणियों में व्हिस्की ने सबसे तेज गिरावट दर्ज की, जिसमें डॉलर बिक्री 4.9% घटी और वॉल्यूम 6.0% गिरा। वोदका भी दबाव में रही, जिसमें डॉलर बिक्री 4.2% घटी और वॉल्यूम 4.5% नीचे आया। इसके विपरीत, टकीला ने बाजार के बाकी हिस्से से बेहतर रुझान दिखाया। टकीला की डॉलर बिक्री 1.6% घटी, लेकिन वॉल्यूम 1.1% बढ़ा, जो संकेत देता है कि समग्र खर्च कड़ा होने के बावजूद यह श्रेणी उपभोक्ताओं को आकर्षित करती रही है।

यह अंतर आपूर्तिकर्ताओं के लिए महत्वपूर्ण है, क्योंकि वोदका और व्हिस्की अमेरिकी रिटेल में अब भी बड़े और स्थापित व्यवसाय हैं, जबकि टकीला हाल के वर्षों में स्पिरिट्स में सबसे महत्वपूर्ण विकास इंजन में से एक रही है। नवीनतम NielsenIQ आंकड़े बताते हैं कि टकीला अब भी कई प्रतिस्पर्धियों की तुलना में बेहतर टिक रही है, भले ही डॉलर के लिहाज से वह पूरी तरह वृद्धि पर वापस न आई हो। उत्पादकों और वितरकों के लिए इसका मतलब है कि बाजार एक समान तरीके से नहीं गिर रहा। यह उन श्रेणियों की ओर खिसक रहा है जो अभी भी वॉल्यूम जोड़ रही हैं, भले ही कीमत निर्धारण और व्यापक खर्च के पैटर्न डॉलर वृद्धि हासिल करना कठिन बना रहे हों।

नॉन-अल्कोहॉलिक स्पिरिट्स सकारात्मक पक्ष पर स्पष्ट अपवाद बनी रहीं। NielsenIQ ने उस खंड में डॉलर बिक्री 25.7% और वॉल्यूम 29.5% बढ़ने की रिपोर्ट दी, जिससे यह रिपोर्ट में काफी अंतर से सबसे मजबूत प्रदर्शन करने वाली श्रेणी बन गई। मुख्यधारा की स्पिरिट्स श्रेणियों की तुलना में आंकड़े छोटे हैं, लेकिन वृद्धि दर दिखाती है कि अल्कोहॉल-फ्री विकल्प शेल्फ स्पेस और उपभोक्ता ध्यान दोनों हासिल करना जारी रखे हुए हैं। ऐसे बाजार में, जहां अधिकांश पारंपरिक श्रेणियां गिरावट दर्ज कर रही हैं, यह खंड बड़े आपूर्तिकर्ताओं और विस्तार के अवसर तलाश रहे छोटे ब्रांडों दोनों का ध्यान खींच रहा है।

सबसे बड़ी श्रेणियों के बाहर, स्पिरिट्स बाजार का बाकी हिस्सा सुस्त बना रहा। NielsenIQ के “all other” समूह, जिसमें ब्रांडी, कॉन्यैक, कॉर्डियल्स, जिन, ग्रेन अल्कोहॉल और रम शामिल हैं, ने डॉलर बिक्री में 3.9% की गिरावट और वॉल्यूम में 4.8% की कमी दर्ज की। इससे संकेत मिलता है कि दबाव व्यापक है और यह केवल एक या दो संकटग्रस्त खंडों तक सीमित नहीं है। यहां तक कि वे श्रेणियां भी, जो अक्सर कॉकटेल रुझानों या मौसमी रुचि से लाभ पाती हैं, इस अवधि में सुस्ती से नहीं बच सकीं।

निर्माताओं में, Diageo मापे गए चैनलों में डॉलर बिक्री के लिहाज से सबसे बड़ा खिलाड़ी बना रहा, हालांकि उसकी बिक्री 8.0% घटी और केस वॉल्यूम 1,06,300 केस कम हुआ। Sazerac दूसरे स्थान पर रहा और आकार के हिसाब से शीर्ष पांच में सबसे बेहतर प्रदर्शन करने वाला खिलाड़ी था, जिसकी डॉलर बिक्री 4.6% बढ़ी और केस वॉल्यूम 29,900 केस बढ़ा। Bacardi तीसरे स्थान पर रहा, जिसकी डॉलर बिक्री 2.0% घटी और वॉल्यूम 15,700 केस कम हुआ। Tito’s के पीछे वाली कंपनी Fifth Generation चौथे स्थान पर रही और उसने डॉलर बिक्री में 3.6% की बढ़ोतरी के साथ 3,800 केस की वृद्धि दर्ज की। Suntory Global Spirits शीर्ष पांच को पूरा करती रही, जिसकी डॉलर बिक्री 6.6% घटी और केस वॉल्यूम 45,500 केस कम हुआ।

डॉलर बिक्री के आधार पर सबसे तेज़ी से बढ़ने वाले निर्माताओं की रिपोर्ट रैंकिंग ने भी पैमाने और गति के बीच का अंतर उजागर किया। Sazerac और Fifth Generation प्रमुख आपूर्तिकर्ताओं में शीर्ष बढ़त बनाने वालों में रहे, जबकि Constellation ने डॉलर बिक्री में 26.0% की बढ़ोतरी और 6,500 अतिरिक्त केस दर्ज किए। Trinchero Family में 13.1% की डॉलर वृद्धि हुई, और Terlato Wines 11.4% ऊपर रही, हालांकि दोनों ने केस में अपेक्षाकृत मामूली बढ़ोतरी जोड़ी। ये नतीजे बताते हैं कि समग्र स्पिरिट्स बाजार सिकुड़ने के बावजूद कुछ आपूर्तिकर्ता लक्षित विकास क्षेत्रों को हासिल कर रहे हैं।

ब्रांड स्तर पर, Tito’s Vodka डॉलर बिक्री के आधार पर शीर्ष स्थान पर बनी रही और उसने डॉलर में 1.3% की बढ़ोतरी

हासिल की, हालांकि उसका केस वॉल्यूम 1,900 केस कम हो गया। यह मिश्रण ऐसी श्रेणी में मूल्य निर्धारण और राजस्व की मजबूती दिखाता है जो अन्यथा कठिन रही है। Crown Royal डॉलर बिक्री के आधार पर No. 2 ब्रांड था, लेकिन उसमें 10.3% की गिरावट आई और 24,400 केस कम हुए। Don Julio तीसरे स्थान पर रहा, जिसकी डॉलर बिक्री 8.2% घटी और केस वॉल्यूम 9,600 केस कम हुआ। Jack Daniel's इसके बाद आया, जिसकी बिक्री 3.8% घटी और 9,800 केस का नुकसान हुआ, जबकि Fireball पांचवें स्थान पर रहा, जिसके डॉलर में 6.5% और वॉल्यूम में 19,300 केस की गिरावट आई।

सबसे मजबूत ब्रांड वृद्धि उन लेबलों से आई जिनके उपभोक्ता दायरे अपेक्षाकृत सीमित हैं, लेकिन वे तेजी से फैल रहे हैं। W.L. Weller ने डॉलर वृद्धि रैंकिंग में 172.5% की बढ़ोतरी और 13,400 अतिरिक्त केस के साथ नेतृत्व किया। Lunazul Tequila 24.0% बढ़ी और 17,100 केस जोड़े। Lalo Tequila 48.9% बढ़ी और 5,600 केस की वृद्धि दर्ज की, जो मौजूदा बाजार में टकीला की सापेक्ष मजबूती की पुष्टि करती है। Svedka में 14.2% डॉलर वृद्धि हुई और उसने 33,700 केस जोड़े। NielsenIQ ने Sarti Cordial को भी शीर्ष वृद्धि समूह में रखा, और 6,200 केस की बढ़ोतरी दर्ज की, हालांकि रिलीज में उसने इसके लिए तुलनीय डॉलर वृद्धि आंकड़ा नहीं दिया।

कुल मिलाकर, ये आंकड़े दिखाते हैं कि स्पिरिट्स बाजार कमजोर मांग और व्यापक रिटेल दबावों से अभी भी जूझ रहा है, और केवल कुछ ही श्रेणियां व ब्रांड स्पष्ट रूप से रुझान के विपरीत जा रहे हैं। टकीला अब भी व्हिस्की और वोदका से बेहतर प्रदर्शन कर रही है, नॉन-अल्कोहॉलिक स्पिरिट्स छोटे आधार से तेजी से बढ़ रही हैं, और कुछ निर्माता ब्रांड शक्ति, वितरण या मूल्य मिश्रण के जरिये बढ़त हासिल कर रहे हैं। लेकिन NielsenIQ द्वारा मापे गए अमेरिकी रिटेल चैनलों में व्यापक बाजार घटता ही जा रहा है, और हाल की चार-सप्ताहीय अवधि ने व्यापक सुधार के बहुत कम संकेत दिए।