vinetur

व्हिस्की बिक्री फिसलने के बाद भारत के स्पिरिट्स बाजार की वृद्धि सिर्फ 2% रही

बोतलबंद मदिराओं पर राज्य कर बढ़ने से बीयर के साथ कीमत का अंतर बढ़ गया, जबकि जून तिमाही में बीयर की बिक्री राष्ट्रीय स्तर पर 17% बढ़ी।

मंगलवार, 8 सितंबर 2026



जून 2026 को समाप्त तिमाही में भारत का स्पिरिट्स बाजार सिर्फ 2% बढ़ा, क्योंकि व्हिस्की बिक्री में गिरावट आई और राज्य करों में बदलाव ने देश के कुछ सबसे बड़े शराब बाजारों में कई बोतलबंद मदिराओं को बीयर के मुकाबले कम प्रतिस्पर्धी बना दिया।

कमजोर प्रदर्शन उल्लेखनीय था, क्योंकि भारत के स्पिरिट्स कारोबार में व्हिस्की का दबदबा है और मात्रा के हिसाब से यह श्रेणी का लगभग दो-तिहाई हिस्सा है। The Economic Times को उद्धृत उद्योग अधिकारियों के अनुसार, जो आबकारी आंकड़ों पर आधारित थे, अप्रैल-जून अवधि में व्हिस्की की मात्रा 1% घटी, जिससे समग्र वृद्धि नीचे आ गई, हालांकि ब्रांडी और वोडका में बढ़ोतरी दर्ज हुई। रिपोर्ट ने इन श्रेणियों की वृद्धि दरें नहीं बताईं, और उनकी बढ़ोतरी व्हिस्की में आई गिरावट की भरपाई के लिए पर्याप्त नहीं थी।

आंकड़े ऐसे उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव का संकेत देते हैं, जो लंबे समय से सस्ती शराब से संचालित रहा है। उद्योग कार्यकारियों ने कहा कि ऊंची कीमतों, खासकर कम कीमत वाले Indian-made foreign liquor, या IMFL, ने प्रवेश-स्तर खंडों में मांग को चोट पहुंचाई है। महाराष्ट्र, कर्नाटक, ओडिशा और पश्चिम बंगाल सहित कई राज्यों ने IMFL पर कर बढ़ाए, जबकि बीयर की कीमतें अपरिवर्तित रहीं या कुछ मामलों में घटाई गईं। इससे स्पिरिट्स और बीयर के बीच कीमत का अंतर बढ़ गया और कुछ उपभोक्ताओं को श्रेणी बदलने के लिए प्रेरित किया।

उसी तिमाही में राष्ट्रीय स्तर पर बीयर की मात्रा 17% बढ़ी, अधिकारियों ने वही आबकारी आंकड़े उद्धृत करते हुए बताया। यह स्पिरिट्स से एक तीखा विचलन था और संकेत देता था कि नीतिगत बदलाव, मौसमी मांग और मौसम की परिस्थितियां, तीनों, उसी समय बीयर उद्योग के पक्ष में काम कर रही थीं जब स्पिरिट्स की गति कमजोर पड़ रही थी।

अमर सिन्हा, Allied Blenders के प्रबंध निदेशक, ने The Economic Times से कहा कि समग्र मांग नरम बनी हुई है और दबाव का कुछ हिस्सा बड़े राज्य बाजारों में केंद्रित है। उन्होंने कहा कि महाराष्ट्र के IMFL बाजार में वृद्धि नहीं हुई, जबकि कर्नाटक में कम कीमत वाले उत्पाद मूल्य-भिन्नताओं से प्रभावित हुए और उनका विस्तार भी नहीं हो सका। उन्होंने जोड़ा कि उत्तरी भारत में श्रावण काल सहित मौसमी कारकों ने अगस्त में खपत पर दबाव डाला और मांग को और नरम किया, हालांकि उनके अनुसार सितंबर से, जैसे-जैसे ये अस्थायी कारक कम होंगे, बाजार में सुधार आ सकता है।

यह सुस्ती अहम है क्योंकि भारत मात्रा के हिसाब से दुनिया का सबसे बड़ा व्हिस्की बाजार है, और व्हिस्की का आकार इतना बड़ा है कि उसकी मामूली गिरावट भी पूरे उद्योग के नतीजों को प्रभावित कर सकती है। तिमाही में व्हिस्की में 1% की गिरावट ने बीयर के मजबूत प्रदर्शन के उलट रुख दिखाया और करों तथा खुदरा कीमतों के प्रति बड़े पैमाने के अल्कोहल मांग की संवेदनशीलता को रेखांकित किया।

दबाव स्पिरिट्स बाजार के निचले सिरे पर सबसे ज्यादा दिख रहा है। रिपोर्ट के अनुसार, भारत में पीने वाली आबादी लगभग 300 million आंकी गई है, और उपभोक्ताओं का बड़ा हिस्सा कम कीमत या बिना ब्रांड वाली शराब खरीदता है। मास-प्रीमियम खंड व्हिस्की, रम और ब्रांडी के लिए वृद्धि का इंजन रहा था, लेकिन उद्योग अधिकारियों ने कहा कि बाजार का वह हिस्सा अब ऊंची लागत और बढ़ती स्थानीय प्रतिस्पर्धा के दबाव में है।

बीयर उत्पादकों ने कहा कि राज्य आबकारी नीतियों ने उनकी श्रेणी को अतिरिक्त बढ़ावा दिया। Brewers Association of India, जो United Breweries, AB InBev और Carlsberg का प्रतिनिधित्व करती है, के विनोद गिरी ने कहा कि वित्त वर्ष की पहली तिमाही, जो परंपरागत रूप से बीयर के लिए चरम अवधि होती है, मजबूत रही। उन्होंने कहा कि राष्ट्रीय बीयर बिक्री एक साल पहले की तुलना में 17% से अधिक बढ़ी और जुलाई के रुझान भी लगभग वैसे ही रहे। उन्होंने इस बढ़ोतरी का बड़ा हिस्सा कई राज्यों में अनुकूल आबकारी उपायों को दिया, जिन्होंने हल्की मादक पेयों का समर्थन किया।

गिरी ने कहा कि इस अवधि में महाराष्ट्र और कर्नाटक में बीयर बिक्री क्रमशः 42% और 35% बढ़ी। ये दोनों राज्य भारत के सबसे बड़े शराब बाजारों में शामिल हैं, और उनके कर फैसलों का श्रेणी के प्रदर्शन पर असाधारण असर पड़ा है। कार्यकारियों ने कहा कि महाराष्ट्र द्वारा स्पिरिट्स पर कर बढ़ाने लेकिन बीयर की कीमतें न बढ़ाने के कदम से बीयर की ओर मजबूत रुख शुरू हुआ। बाद में कर्नाटक ने भी ऐसे नीतिगत बदलाव किए, जिनसे बीयर की सापेक्ष मूल्य-स्थिति और बेहतर हुई।

AB InBev India के अध्यक्ष Kartikeya Sharma ने अखबार को बताया कि महाराष्ट्र ने स्पिरिट्स पर कर बढ़ाने के बाद "बीयर में तेजी का दौर शुरू किया।" उन्होंने कहा कि महाराष्ट्र में पिछले साल लगभग 40%-45% की वृद्धि हुई और मौजूदा साल अब तक भी लगभग 40% की वृद्धि बनी हुई है। उन्होंने यह भी कहा कि कर्नाटक भी इस प्रवृत्ति में शामिल हो गया है, जहां बीयर पिछले तीन महीनों में 50% से अधिक बढ़ी। शर्मा ने जोड़ा कि तेलंगाना सहित कई अन्य बाजारों में भी बीयर की बिक्री मजबूत दिख रही थी, जबकि पश्चिम बंगाल, हरियाणा और उत्तर प्रदेश अपेक्षाकृत सुस्त थे।

ब्रुअर्स ने मौसम को भी एक और कारक बताया। तिमाही में गर्मियों का दौर शामिल था, जो आमतौर पर बीयर के लिए

अनुकूल होता है, और रिपोर्ट में कहा गया कि सामान्य से कम मानसूनी बारिश और अगस्त में असामान्य रूप से शुष्क परिस्थितियों ने खपत को सहारा दिया। स्पिरिट्स को उसी स्तर का लाभ नहीं मिला, खासकर इसलिए कि प्रमुख राज्यों में कीमतों में बढ़ोतरी ने बजट-सचेत उपभोक्ताओं के लिए इसकी अपील कम कर दी।

यह ताज़ा तिमाही वित्त वर्ष 2025 में दिखे व्यापक रुझान से अलग है, जब स्पिरिट्स और बीयर, दोनों की मात्रा लगभग 4% बढ़ी थी। नए आंकड़े दिखाते हैं कि दोनों श्रेणियों के बीच कहीं बड़ा अंतर खुल रहा है। यह अंतर संकेत देता है कि भारत भर में शराब की मांग को आकार देने में अब राज्य-स्तरीय आबकारी नीति की भूमिका अधिक हो रही है, खासकर जहां कर परिवर्तन स्पिरिट्स और बीयर की सापेक्ष कीमत बदल देते हैं।

Suntory में India managing director Neeraj Kumar ने The Economic Times से कहा कि तस्वीर राज्य और मूल्य-श्रेणी के अनुसार बदलती है। उन्होंने कहा कि IMFL के मूल्य को लेकर बातचीत इस पर निर्भर करती है कि उत्पाद premium, mid-prestige या lower-prestige खंडों में आते हैं या नहीं, क्योंकि आबकारी सुधार या राज्य नीति परिवर्तन विशिष्ट बाजारों में अस्थायी व्यवधान पैदा कर सकते हैं।

रिपोर्ट में उद्धृत आंकड़े आबकारी अधिकारियों और उद्योग कार्यकारियों से आए थे, न कि प्रकाशित राष्ट्रीय तालिकाओं से। कुल बिक्री मात्रा, खुदरा मूल्य तुलनाएं या राज्य-वार कर वृद्धि के सटीक आंकड़े नहीं दिए गए। फिर भी जून को समाप्त तिमाही में रुझान स्पष्ट था : स्पिरिट्स की वृद्धि बहुत मामूली रही, व्हिस्की घटी, और बीयर ने बढ़त बनाई, क्योंकि कर बदलावों और कीमतों के अंतर ने भारत के कुछ सबसे बड़े शराब बाजारों में खरीद निर्णयों को नया रूप दिया।