vinetur

Martin Miller’s ने Zerø के साथ बिना-अल्कोहल बाजार में कदम रखा, यह उसका पहला 0.0% उत्पाद है।

जिन ब्रांड का कहना है कि यह लॉन्च उसके बोटैनिकल्स और आइसलैंडिक पानी को बरकरार रखता है, ताकि अल्कोहल-फ्री पेयों की बढ़ती मांग को साधा जा सके।

शुक्रवार, 18 सितंबर 2026



Martin Miller’s ने शुक्रवार को कहा कि वह Martin Miller’s Zerø के लॉन्च के साथ बिना-अल्कोहल खंड में प्रवेश कर रहा है, जो ब्रांड का पहला 0.0% अल्कोहल उत्पाद है। यह कदम उसके पोर्टफोलियो को पारंपरिक स्पिरिट्स से आगे बढ़ाता है और उन उपभोक्ताओं को लक्षित करता है जो जिन-जैसे परिचित स्वाद छोड़े बिना अल्कोहल-फ्री विकल्प तलाश रहे हैं।

कंपनी ने इस नए उत्पाद को ब्रांड की पहचान के विस्तार के रूप में पेश किया, न कि एक अलग लाइन के रूप में। Martin Miller’s के अनुसार, Zerø को ब्रांड के सिग्नेचर बोटैनिकल्स के साथ विकसित किया गया और आइसलैंडिक पानी के साथ मिश्रित किया गया, जो लंबे समय से कंपनी की छवि और उत्पादन कहानी से जुड़ा रहा है। कंपनी ने कहा कि परिणाम एक

ऐसा पेय है जिसका प्रोफ़ाइल ताज़ा और संतुलित है, जिसमें सिट्रस नोट, जुनिपर का चरित्र और मुलायम फिनिश है, लेकिन अल्कोहल नहीं है।

यह लॉन्च Martin Miller's को पेय उद्योग के तेजी से बढ़ते उस क्षेत्र में रखता है, जहां स्थापित स्पिरिट्स निर्माता बदलती उपभोक्ता आदतों को पूरा करने के लिए अल्कोहल-फ्री उत्पाद जोड़ रहे हैं। अपनी घोषणा में कंपनी ने कहा कि यह नया उत्पाद "new forms of consumption" और सामाजिक अवसरों में अधिक विकल्प की व्यापक मांग का जवाब देने के लिए है, जिसमें वे मौके भी शामिल हैं जब उपभोक्ता मिश्रित पेय की रस्म और स्वाद चाहते हैं, लेकिन अल्कोहल नहीं।

Martin Miller's ने इस उत्पाद को सप्ताहांत के भोजन और दोस्तों के साथ अनौपचारिक मिलन से लेकर सप्ताह के दिनों की टोस्ट और अन्य सामाजिक मौकों तक, कई तरह के क्षणों के लिए उपयुक्त बताया, जहां अल्कोहल-फ्री विकल्पों को तेजी से स्वीकार किया जा रहा है। कंपनी का संदेश उन तत्वों को बनाए रखने पर केंद्रित था जो ब्रांड को परिभाषित करते हैं, जिनमें स्वाद, गुणवत्ता और उसके अनुसार प्रीमियम ड्रिंकिंग अनुभव शामिल है, जबकि अल्कोहल हटा दिया गया है।

कंपनी ने कहा कि Zerø उसी विकास दर्शन का पालन करता है जिसे उसके अल्कोहल वाले उत्पादों में इस्तेमाल किया गया है, जिसमें संतुलन, सामग्री की गुणवत्ता और बारीकियों पर ध्यान दिया गया है। उसने ब्रांड के स्थापित स्वाद प्रोफाइल के साथ निरंतरता पर भी जोर दिया, जिसने Martin Miller's को जिन श्रेणी में अपनी प्रतिष्ठा बनाने में मदद की है। परिचित बोटैनिकल्स और आइसलैंडिक पानी के उपयोग पर जोर देकर कंपनी संभवतः मौजूदा ग्राहकों को आश्वस्त करने की कोशिश कर रही है कि नया उत्पाद Martin Miller's की मूल पहचान के काफी करीब है।

Zerø की शुरुआत पेय उद्योग में व्यापक बदलाव को भी दर्शाती है, जहां बीयर, वाइन और स्पिरिट्स के निर्माता अपने ग्राहक आधार को व्यापक बनाने के लिए लो- और नो-अल्कोहल उत्पाद लॉन्च कर रहे हैं। इस खंड की कंपनियां अब इन उत्पादों को केवल उन उपभोक्ताओं के विकल्प के रूप में नहीं, जो पूरी तरह अल्कोहल से बचते हैं, बल्कि पीने के मौकों में जोड़ के रूप में भी पेश कर रही हैं। Martin Miller's ने अपनी घोषणा में इसी तरह की भाषा का उपयोग किया और कहा कि नया उत्पाद साझा करने और जश्न मनाने के अधिक अवसर बनाने के लिए डिज़ाइन किया गया है।

हालांकि कंपनी ने Zerø को एक "innovative creation" बताया, लेकिन उसने घोषणा में मूल्य, वितरण, लॉन्च बाज़ार या यह कि उत्पाद पहले स्पेन में जारी होगा या अतिरिक्त देशों में, इसके बारे में और जानकारी नहीं दी। उसने सर्व करने के सुझाव भी नहीं बताए, हालांकि लॉन्च का स्वर पेय को मिक्स्ड सर्व और अन्य कॉकटेल-शैली के मौकों के लिए उपयुक्त दिखाता है।

Martin Miller's ने अपनी ब्रांड छवि का बड़ा हिस्सा प्रीमियम पोज़िशनिंग और एक विशिष्ट उत्पादन कथा के आसपास बनाया है। इसमें बोटैनिकल्स पर फोकस और आइसलैंडिक पानी का उपयोग भिन्नता के एक बिंदु के रूप में शामिल रहा है। Zerø इन्हीं संदर्भों को बनाए रखता है, जिससे लगता है कि कंपनी चाहती है कि नया उत्पाद अपने मौजूदा दायरे के साथ स्वाभाविक रूप से जुड़े, न कि केवल एक अलग नो-अल्कोहल दर्शक वर्ग को आकर्षित करे।

ब्रांड की घोषणा ने स्पष्ट किया कि यह फैसला उपभोक्ता विकल्प से जुड़ा है। Martin Miller's ने कहा कि लक्ष्य ब्रांड का आनंद लेने के और तरीके उपलब्ध कराना है, जिसमें वे लोग भी शामिल हैं जो 0.0% अल्कोहल के साथ एक परिष्कृत पेय के स्वाद और सामाजिक रस्म का आनंद लेना चाहते हैं। इस अर्थ में, यह लॉन्च एक उत्पाद विस्तार भी है और लोगों के पीने के तरीके, समय और कारणों में आए बदलावों के प्रति एक रणनीतिक जवाब भी।

Martin Miller's के लिए Zerø का लॉन्च श्रेणीगत दायरे में एक उल्लेखनीय बदलाव है। जिन के लिए जानी जाने वाली कंपनी अब ऐसे क्षेत्र में प्रवेश कर रही है, जहां ब्रांड पहचान और स्वाद की विश्वसनीयता नवाचार जितनी ही महत्वपूर्ण होने की संभावना है। यह उत्पाद कितना सफल होगा, यह आंशिक रूप से इस पर निर्भर करेगा कि उपभोक्ता अल्कोहल पूरी तरह हटाते हुए ब्रांड के चरित्र को बनाए रखने के इसके वादे पर कैसी प्रतिक्रिया देते हैं।

लॉन्च से यह स्पष्ट है कि Martin Miller's नो-अल्कोहल बाजार को इतना महत्वपूर्ण मानता है कि वह अपने मुख्य नाम के तहत सीधे प्रवेश कर रहा है। Zerø के साथ कंपनी किसी अलग पहचान वाली साइड प्रोजेक्ट नहीं बना रही। वह अपने कोर ब्रांड को 0.0% पेशकश के पीछे रख रही है और संकेत दे रही है कि अल्कोहल-फ्री उत्पाद प्रीमियम ड्रिंक्स व्यवसाय का एक अधिक स्थायी हिस्सा बनते जा रहे हैं।