vinetur

ब्रिटेन में पब खर्च अगस्त में प्रति व्यक्ति £27.08 तक पहुंचा, इस साल का उच्चतम स्तर

विश्व कप से ड्राफ्ट बीयर को मिला बढ़ावा फीका पड़ने के बाद भी लंबे दौरे और मजबूत खाद्य बिक्री ने बिल बढ़ाए।

सोमवार, 21 सितंबर 2026



ऑक्सफोर्ड पार्टनरशिप के नए Market Watch डेटा के मुताबिक, ब्रिटिश पबों और अन्य ऑन-ट्रेड स्थलों में ग्राहकों ने अगस्त में इस साल अब तक किसी भी महीने से अधिक प्रति दौरे खर्च किया, हालांकि ड्राफ्ट बीयर की बिक्री मात्रा में गिरावट आई।

अध्ययन में पाया गया कि अगस्त में औसत खर्च प्रति व्यक्ति £27.08 तक पहुंच गया, जो 2025 के इसी महीने से 4% अधिक है। यह बढ़ोतरी उस समय आई जब लोग अधिक देर तक रुके और स्थलों में अधिक सीटें भरी रहीं। औसत ठहराव समय साल-दर-साल 13 मिनट बढ़कर 154 मिनट हो गया, जबकि औसत अधिभोग 4.24 प्रतिशत अंक बढ़कर 66.23% पर पहुंच गया।

ये आंकड़े बाहर जाने की मांग के जारी रहने का संकेत देते हैं, लेकिन वे ग्राहक जुड़ाव और ड्राफ्ट बिक्री के बीच असंतुलन भी दिखाते हैं। अगस्त में कुल ड्राफ्ट मात्रा एक साल पहले की तुलना में 3% घटी, और बिक्री दर, जो स्थलों में बिक्री की गति का एक माप है, 1.7% कम हुई। यह जुलाई के मुकाबले उलटफेर था, जब वर्ल्ड कप ने पेय बिक्री को सहारा दिया था।

खर्च बढ़ने का सबसे बड़ा कारण भोजन रहा। ऑक्सफोर्ड पार्टनरशिप ने कहा कि अगस्त 2025 की तुलना में औसत भोजन खर्च 5.4% बढ़कर प्रति व्यक्ति £32.58 हो गया। पेय पर खर्च भी बढ़ा, हालांकि धीमी रफ्तार से, 2.1% बढ़कर प्रति व्यक्ति £21.23 हो गया।

अगस्त के डेटा से संकेत मिलता है कि ऑपरेटरों को ग्राहकों के अधिक देर तक रुकने और उस दौरान अधिक खर्च करने का फायदा मिला, लेकिन जरूरी नहीं कि अधिक ड्राफ्ट उत्पाद खरीदने से। पब मालिकों, ब्रूअरों और ड्रिंक्स आपूर्तिकर्ताओं के लिए, मूल्य और मात्रा के बीच यह अंतर एक महत्वपूर्ण संकेत बन सकता है। अगर मेहमान कुल मिलाकर अधिक खर्च करते रहें जबकि ड्राफ्ट बिक्री कमजोर बनी रहे, तो व्यवसाय मूल्य निर्धारण, उत्पाद मिश्रण और प्रीमियम पेशकशों पर अधिक ध्यान दे सकते हैं, साथ ही यह भी फिर से आकलन कर सकते हैं कि बीयर भोजन और पेय के व्यापक अवसर में कैसे फिट बैठती है।

पेय श्रेणियों में प्रदर्शन असमान रहा। अगस्त में स्टाउट ने बिक्री दर की सबसे मजबूत वृद्धि दर्ज की, जो साल भर पहले की तुलना में 6.4% ऊपर थी। इसके बाद साइडर में 4.7% की बढ़ोतरी हुई, और वर्ल्ड लैगर 4.4% बढ़ा। इसके विपरीत, कोर लैगर 4.4% घटा, और एले 3.9% गिरा।

ये अंतर पब पेय बाजार के भीतर एक व्यापक बदलाव को रेखांकित करते हैं। कुछ खंड अब भी उपभोक्ताओं को आकर्षित कर रहे हैं, जबकि अधिक पारंपरिक या मुख्यधारा की ड्राफ्ट श्रेणियां दबाव में हैं। आंकड़े बाहर जाकर पीने की आदत में किसी समानांतर पीछे हटने का संकेत नहीं देते। इसके बजाय, वे श्रेणी के भीतर बदलती पसंद की ओर इशारा करते हैं, ऐसे समय में जब पब व्यस्त कारोबारी अवधियों को बेहतर रिटर्न में बदलने की कोशिश कर रहे हैं।

लंबी अवधि की तस्वीर अगस्त के ताज़ा आंकड़े से अधिक स्थिर थी। ऑक्सफोर्ड पार्टनरशिप ने कहा कि बाजार भर में बिक्री दर का रोलिंग वार्षिक कुल 0% पर स्थिर रहा, जो दर्शाता है कि हालिया सुस्ती अभी व्यापक व्यापारिक गिरावट में नहीं बदली थी। वर्ष-दर-तारीख आंकड़े भी 2025 के स्तरों के काफ़ी करीब बने रहे। वर्ष भर के कुल वॉल्यूम पिछले साल की तुलना में 0.8% पीछे चल रहे थे, जबकि बिक्री दर 0.5% आगे थी।

इससे संकेत मिलता है कि ड्राफ्ट मात्रा में अगस्त की गिरावट पबों में उपभोक्ता रुचि में अचानक कमी के बजाय असामान्य रूप से मजबूत जुलाई से आई नरमी को दर्शा सकती है। वर्ल्ड कप ने पेय बिक्री को अस्थायी बढ़ावा दिया था, और अगस्त ने दिखाया कि वह बढ़त खत्म होने के बाद मांग कैसी दिख रही थी।

ऑक्सफोर्ड पार्टनरशिप की मुख्य कार्यकारी एलिसन जॉर्डन ने कहा कि नवीनतम आंकड़े दिखाते हैं कि खेल-प्रेरित उछाल समाप्त होने के बाद भी ऑन-ट्रेड अब भी उपभोक्ताओं को आकर्षित कर रहा था। उन्होंने कहा कि वर्ल्ड कप के दौरान देखी गई मजबूत पेय मात्रा फीकी पड़ गई थी, लेकिन ग्राहक अब भी बाहर जा रहे थे, अधिक देर तक रुक रहे थे और अधिक खर्च कर रहे थे, साथ ही स्थलों में उच्च अधिभोग भी दर्ज हो रहा था।

जॉर्डन ने कहा कि ऑपरेटरों और आपूर्तिकर्ताओं के लिए मुद्दा यह था कि उस ग्राहक जुड़ाव को मजबूत कारोबारी प्रदर्शन में कैसे बदला जाए। उनके अनुसार, अब सफलता सिर्फ फुटफॉल खींचने पर कम और हर दौरे को भोजन, पेय और समग्र अनुभव के जरिए अधिक मूल्यवान बनाने पर अधिक निर्भर करती है।

इस चुनौती पर पेय उद्योग में करीब से नजर रखी जाएगी। बीयर पब कारोबार का केंद्र बनी हुई है, लेकिन अगस्त के आंकड़े दिखाते हैं कि अधिक ग्राहक खर्च का मतलब अपने-आप अधिक ड्राफ्ट मात्रा नहीं होता। ब्रूअरों और पब समूहों के लिए, इससे प्रीमियम सर्व, श्रेणी प्रबंधन और ऐसे मेनू में रुचि बढ़ सकती है जो बीयर, साइडर, वाइन और स्पिरिट्स को भोजन तथा लंबे दौरों के साथ अधिक प्रभावी ढंग से जोड़ते हों।

अगस्त के परिणाम यह भी दिखाते हैं कि ऑन-ट्रेड कितनी हद तक अवसर के स्वरूप पर निर्भर करता है। जब ग्राहक औसतन करीब ढाई घंटे रुकते हैं और स्थल दो-तिहाई से अधिक भरे होते हैं, तब पब अनुभव के लिए स्पष्ट मांग होती है। लेकिन खर्च का मिश्रण मायने रखता है। अगर भोजन, पेय की तुलना में तेज़ी से बढ़ रहा है, और अगर वृद्धि स्टाउट और साइडर जैसी चुनी हुई श्रेणियों में केंद्रित है, तो ऑपरेटरों को रेंजिंग और प्रमोशनों को इस हिसाब से समायोजित करना पड़ सकता है कि ग्राहक वास्तव में कैसे खरीद रहे हैं।

अभी के लिए, यह डेटा ब्रिटेन के पब क्षेत्र के लिए मिश्रित तस्वीर पेश करता है। अगस्त में स्थलों पर भीड़ बढ़ी, ग्राहकों ने अधिक खर्च किया, और भोजन बिक्री मजबूत रही। साथ ही, ड्राफ्ट बीयर की मात्रा घटी, और कोर लैगर तथा एले जैसी प्रमुख बीयर श्रेणियों ने जमीन गंवाई। नतीजा यह है कि ऐसा बाजार बना हुआ है जिसमें ग्राहक-आवक और खर्च लचीले हैं, लेकिन पेय वृद्धि की राह कम स्पष्ट है।