vinetur

AB InBev बदलती उपभोक्ता पसंदों के अनुरूप छोटे पैकों पर दांव लगा रही है

रॉयटर्स ने बताया कि यह बीयर निर्माता सुविधा, संयम और वेलनेस चाहने वाले खरीदारों के लिए प्रोटीन-युक्त पेय विकसित कर रही है।

बुधवार, 23 सितंबर 2026



Anheuser-Busch InBev बदलती उपभोक्ता पसंदों के अनुरूप छोटे पैकों में अधिक पेय बेचने और अतिरिक्त प्रोटीन वाले उत्पाद विकसित करने की तैयारी कर रही है, रॉयटर्स ने मंगलवार को रिपोर्ट किया।

यह बदलाव दुनिया की सबसे बड़ी ब्रुअर की ओर से एक उल्लेखनीय कदम है, क्योंकि वह अपने पारंपरिक मानक बीयर के मूल कारोबार से आगे बढ़कर ऐसे उत्पादों की ओर देख रही है जो नई खरीद आदतों के अनुरूप हों। रॉयटर्स के अनुसार, कंपनी उन प्रारूपों पर ध्यान दे रही है जो सुविधा और संयम की मांग से मेल खाते हैं, साथ ही ऐसे पेय भी विकसित कर रही है जो स्वास्थ्य और फंक्शनल न्यूट्रिशन में बढ़ती रुचि को संबोधित करें।

AB InBev की रणनीति पेय बाजार में व्यापक बदलाव को दर्शाती है। कई देशों में उपभोक्ता सर्विंग आकार, कैलोरी और

सामग्री पर अधिक ध्यान दे रहे हैं, और युवा वयस्क अक्सर पारंपरिक अल्कोहलिक पेयों के विकल्पों के प्रति अधिक खुले होते हैं। साथ ही, घरेलू बजट पर दबाव ने पैक के आकार और कीमत के स्तर को अधिक महत्वपूर्ण बना दिया है, जिससे ब्रुअरों को उत्पादों की बिक्री के तरीके पर फिर से सोचने का एक और कारण मिला है।

रॉयटर्स ने कहा कि कंपनी अधिकारियों ने उपभोक्ताओं की मौजूदा जरूरतों को बेहतर ढंग से पूरा करने के एक तरीके के रूप में छोटे पैकेजिंग का हवाला दिया। छोटे कैन, बोतलें या मल्टीपैक उन लोगों को आकर्षित कर सकते हैं जो एक बार में कम खर्च करना चाहते हैं, खपत पर अधिक सख्ती से नियंत्रण रखना चाहते हैं या बदलती सामाजिक आदतों के अनुरूप उत्पाद चुनना चाहते हैं। वैश्विक पहुंच वाली कंपनी के लिए, पैकेजिंग रणनीति में मामूली बदलाव भी ब्रांडों और बाजारों की व्यापक श्रेणी को प्रभावित कर सकते हैं।

रॉयटर्स के अनुसार, कंपनी अतिरिक्त पोषण घटकों, खासकर प्रोटीन, वाले पेयों में भी और आगे बढ़ रही है। यह रुख संकेत देता है कि AB InBev ऐसे उत्पादों के लिए जगह देखती है जो तेजी से बढ़ते फंक्शनल ड्रिंक्स क्षेत्र के करीब हैं, जहां खरीदार तेजी से स्वाद से परे लाभ तलाश रहे हैं। हाल के वर्षों में, एनर्जी ड्रिंक्स, एन्हैंस्ड वॉटर और वेलनेस-केंद्रित पेयों जैसी श्रेणियों ने अपने पोर्टफोलियो में विविधता लाने की कोशिश कर रही बड़ी पेय कंपनियों का ध्यान आकर्षित किया है। AB InBev की ताज़ा योजनाएं संकेत देती हैं कि वह बाजार के उस हिस्से में भी मजबूत स्थिति चाहती है।

रॉयटर्स ने बताया कि ब्रुअर स्वाद, प्रारूप और फंक्शनल अवयवों में नवाचार को भविष्य की वृद्धि के लिए केंद्रीय मानती है। उस काम को शोध और विकास में निवेश का सहारा मिल रहा है, जिसका उद्देश्य विभिन्न उपभोक्ता समूहों में कंपनी की अपील का दायरा बढ़ाना है। लक्ष्य केवल बीयर बिक्री की रक्षा करना नहीं, बल्कि उन लोगों तक पहुँचना भी है जो कम शराब पी रहे हों, पीने के लिए अलग अवसर चुन रहे हों या ऐसे उत्पाद खोज रहे हों जो फिटनेस और जीवनशैली प्रवृत्तियों के बेहतर अनुरूप हों।

यह कदम व्यापक पेय व्यवसाय के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यह दो रुझानों को और मजबूत करता है जिन पर बीयर, वाइन, स्पिरिट्स और अन्य पेय के उत्पादक पहले से ही करीब से नजर रखे हुए हैं। एक है पैकेज के छोटे और अधिक लचीले आकारों की ओर बदलाव, क्योंकि खरीदार कीमत के प्रति अधिक संवेदनशील और अधिक चयनात्मक हो रहे हैं। दूसरा है फंक्शन के इर्द-गिर्द विपणन किए जाने वाले उत्पादों का उभार, जिनमें प्रोटीन और हाइड्रेशन, रिकवरी या पोषण से जुड़े अन्य अवयव शामिल हैं। यदि AB InBev उन क्षेत्रों में और विस्तार करती है, तो यह पेय क्षेत्र में उत्पाद विकास, पैकेजिंग निर्णयों और पोर्टफोलियो रणनीति को प्रभावित कर सकती है।

ब्रुअरों के लिए चुनौती व्यावहारिक भी है और व्यावसायिक भी। बीयर लंबे समय से परंपरा, ब्रांड पहचान और परिचित प्रारूपों के आधार पर बेची जाती रही है। छोटे पैकों और अधिक फंक्शन-केंद्रित पेयों की ओर बढ़ने का मतलब है कि उन स्थापित मजबूती को नई उपभोक्ता अपेक्षाओं के साथ संतुलित करना। इसके लिए फॉर्म्युलेशन, लेबलिंग, उत्पादन और मार्केटिंग में बदलाव भी जरूरी हो सकते हैं। AB InBev जैसी वैश्विक कंपनियां अक्सर इन बदलावों को बड़े पैमाने पर परखने की बेहतर स्थिति में होती हैं, क्योंकि उनके पास व्यापक वितरण नेटवर्क और बड़े शोध बजट होते हैं।

पारंपरिक बीयर से परे उत्पादों में कंपनी की रुचि यह भी रेखांकित करती है कि बड़े ब्रुअर अधिक खंडित बाजार का जवाब किस तरह दे रहे हैं। बढ़त अब सिर्फ उसी लेगर को उसी पैक आकार में अधिक मात्रा में बेचने से नहीं आ रही। इसके बजाय, पेय कंपनियां प्रीमियम श्रेणियों, नॉन-अल्कोहलिक उत्पादों, कम-कैलोरी पेशकशों और सुविधा या वेलनेस के आधार पर स्थित किए जा सकने वाले पेयों से लाभ तलाश रही हैं। AB InBev की ताज़ा योजनाएं इसी बदलाव के बिल्कुल अनुरूप हैं।

रॉयटर्स ने कहा कि कंपनी इन बदलावों को वृद्धि बनाए रखने के लिए आवश्यक मानती है, क्योंकि स्वाद लगातार बदल रहे हैं। यह विशेष रूप से युवा उपभोक्ताओं के बीच प्रासंगिक है, जो अक्सर क्लासिक बीयर श्रेणियों से कम जुड़ाव रखते हैं और उन उत्पादों को आजमाने के लिए अधिक तैयार रहते हैं जो ताजगी को स्वास्थ्य-केंद्रित संदेश के साथ जोड़ते हैं। विकल्पों में रुचि का मतलब यह नहीं है कि बीयर गायब हो रही है, लेकिन इसका मतलब यह जरूर है कि ब्रुअरों को उन्हीं

उपभोक्ता अवसरों के लिए अब अधिक प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है।

AB InBev ने अपने मूल कारोबार को नहीं छोड़ा है। इसके बजाय, रॉयटर्स द्वारा वर्णित बदलाव संकेत देते हैं कि कंपनी उन कारणों की सीमा बढ़ाने की कोशिश कर रही है जिनकी वजह से लोग उसके किसी उत्पाद को चुनें। एक मामले में, इसका मतलब किफायत या संयम के लिए खरीदा गया छोटा पैक हो सकता है। दूसरे में, यह ऐसा पेय हो सकता है जिसे ऐसे व्यक्ति को आकर्षित करने के लिए बनाया गया हो जो पोषण या सक्रिय जीवनशैली से जुड़े अवयवों की तलाश में है। AB InBev जैसे आकार की कंपनी के लिए, इस तरह का पोर्टफोलियो समायोजन खुदरा विक्रेता चर्चाओं, नवाचार पाइपलाइनों और कई पेय श्रेणियों में प्रतिस्पर्धी प्रतिक्रियाओं को आकार दे सकता है।