vinetur

Morning Advertiser ने ब्रिटिश पबों में फ्रूट बीयर की टिकाऊ पकड़ पर सवाल उठाए

उद्योग से जुड़े मेहमानों ने इस पर विचार किया कि क्या तेजी से बढ़ती यह श्रेणी पीने की आदतों में स्थायी बदलाव दिखाती है या सिर्फ एक क्षणिक सनक है।

मंगलवार, 29 सितंबर 2026



Morning Advertiser ने अपने Lock In पॉडकास्ट के नवीनतम एपिसोड में उस सवाल पर ध्यान दिया जो अब ब्रिटिश बीयर व्यापार में चर्चा में है : क्या फ्रूट-फ्लेवर्ड बीयर बाजार का स्थायी हिस्सा बन रही है या यह महज़ एक अल्पकालिक चलन है।

मंगलवार को पॉडकास्ट के एपिसोड 120 के रूप में प्रकाशित इस कड़ी में, फलों के स्वाद के साथ बनाई गई या ऐसे स्वादों के रूप में बाज़ार में उतारी गई बीयरों की हालिया वृद्धि पर ध्यान केंद्रित किया गया और यह देखा गया कि पिछले वर्ष में इन उत्पादों ने उपभोक्ताओं के बीच ध्यान क्यों खींचा। ट्रेड प्रकाशन ने कहा कि फलों के स्वाद वाली बीयरों ने हाल के महीनों में बाजार में तेज़ी से विस्तार किया है, जिससे इस पर बहस छिड़ गई है कि क्या यह श्रेणी पीने की आदतों में गहरे बदलाव को दर्शाती है या नएपन का एक उभार है।

मुद्दे पर चर्चा के लिए पॉडकास्ट ने खुदरा, पब और बीयर विशेषज्ञों को साथ लाया। Morning Advertiser ने कहा कि एपिसोड में Drinks Warehouse के संयुक्त प्रबंध निदेशक Mick Curtis और Doghouse Pub Company के Phil Sutton शामिल थे। इसमें बीयर सोमेलियर Annabel Smith और बीयर लेखक Jonny Garrett की टिप्पणियाँ भी थीं, जिन्हें फ्रूट बीयर की उत्पत्ति और यह शैली व्यापक बीयर परिदृश्य में कैसे फिट बैठती है, यह समझाने के लिए कहा गया।

कार्यक्रम में एक चखने का खंड भी शामिल था, जिसमें होस्ट्स ने इस समय बाजार में उपलब्ध कई उत्पादों को चखा और इस पर अपनी राय दी कि क्या फ्रूट बीयर की व्यापक अपील है। यह प्रारूप संकेत देता है कि प्रकाशन केवल इस श्रेणी के व्यावसायिक पक्ष को नहीं देख रहा था, बल्कि यह भी परख रहा था कि क्या स्वाद-प्रोफ़ाइल बार-बार खरीद को जन्म दे सकती है, न कि सिर्फ़ एक बार की जिज्ञासा को।

हालाँकि Morning Advertiser द्वारा जारी स्रोत सामग्री का लहजा प्रचारात्मक था, लेकिन उसने जिस विषय को चुना, वह ब्रुअर्स, थोक विक्रेताओं और पब संचालकों के लिए एक व्यापक व्यावसायिक सवाल को दर्शाता है। अगर फलों के स्वाद वाली बीयरें पीने वालों को आकर्षित करती रहती हैं, तो इसका असर उत्पाद-निर्माण, मौसमी लॉन्च, बार के असॉर्टमेंट और बीयर व्यापार में वितरण संबंधी फैसलों पर पड़ सकता है। अगर मांग घटती है, तो व्यवसाय इस श्रेणी को अधिक सतर्कता से देख सकते हैं और नलों, शेल्फों और मेनू में इसके लिए कम जगह तय कर सकते हैं।

यही कारण है कि यह बहस एक अकेले पॉडकास्ट एपिसोड से कहीं आगे तक महत्वपूर्ण है। बीयर कारोबार में, तेज़ी से बढ़ती शैलियाँ अक्सर तय करती हैं कि ऑपरेटर स्टॉक कैसे आवंटित करते हैं, ब्रांड खुद को कैसे पेश करते हैं, और आपूर्तिकर्ता पबों और बारों को नए उत्पाद कैसे पेश करते हैं। जो श्रेणी नए उपभोक्ताओं को आकर्षित करती दिखती है, या मौजूदा पीने वालों को बीयर को अलग-अलग तरीकों से आज़माने के लिए प्रेरित करती है, वह नवाचार के अवसर पैदा कर सकती है। वही श्रेणी जोखिम भी ला सकती है, अगर निर्माता किसी ऐसे ट्रेंड में बहुत जल्दी उतर जाएँ जो टिकता नहीं।

Morning Advertiser ने एपिसोड के साथ जारी सामग्री में कोई औपचारिक बाजार डेटा पेश नहीं किया, और उसने यह भी नहीं बताया कि फलों के स्वाद वाली बीयर में उछाल मुख्य रूप से स्थापित ब्रुअर्स, नए क्राफ्ट उत्पादकों या बड़ी कंपनियों के ब्रांड-एक्सटेंशनों के कारण है। हालांकि, उसने हाल की बढ़ी हुई दृश्यता को इतना महत्वपूर्ण माना कि उद्योग जगत की हस्तियों के बीच इसके लिए समर्पित चर्चा की ज़रूरत पड़ी।

प्रकाशन ने इस एपिसोड का उपयोग मौजूदा पल को ऐतिहासिक संदर्भ में रखने के लिए भी किया। Smith और Garrett को फ्रूट बीयर की उत्पत्ति पर चर्चा के लिए शामिल करके, उसने संकेत दिया कि इस श्रेणी को केवल एक नए व्यावसायिक आविष्कार के रूप में नहीं देखा जाना चाहिए। कुछ बीयर परंपराओं में फल लंबे समय से मौजूद रहा है, लेकिन मौजूदा लहर शायद स्वाद नवाचार, उपभोक्ता प्रयोग और भीड़भाड़ वाले बाजार में अलग दिखने वाले उत्पादों की खोज पर केंद्रित एक अधिक आधुनिक खुदरा और पब बातचीत से जुड़ी है।

पब और बार संचालकों के लिए यह मुद्दा सांस्कृतिक जितना ही व्यावहारिक भी है। जो उत्पाद ऑनलाइन या विशेष खुदरा में ध्यान खींचता है, वह बार में हमेशा भरोसेमंद बिक्री साबित नहीं होता। भले ही ग्राहक किसी नए स्वाद-प्रोफ़ाइल पर अच्छी प्रतिक्रिया दें, व्यवसायों को फिर भी तय करना पड़ता है कि वह उत्पाद स्थायी सूची के लायक है, किसी छोटे मौसमी दौर के लिए, या सीमित परीक्षण के लिए। Morning Advertiser द्वारा प्रस्तुत ऐसी चर्चाएँ खरीदारों और संचालकों को उत्साह और जमीनी अनुभव की तुलना करने में मदद करके इन फैसलों को आकार दे सकती हैं।

Morning Advertiser ने कहा कि यह एपिसोड उसके सामान्य पॉडकास्ट चैनलों के ज़रिए स्ट्रीम या देखा जा सकता है। फ्रूट-फ्लेवर्ड बीयर पर बातचीत को केंद्र में रखकर, प्रकाशन ने बाजार के उस हिस्से को रेखांकित किया है जिसे, भले ही उस पर अभी भी बहस जारी हो, ब्रूइंग, थोक और पब प्रबंधन से जुड़े लोग अब अधिक गंभीरता से ले रहे हैं।