vinetur

टकीला ने U.S. स्पिरिट्स में डिस्काउंटिंग की अगुवाई की, साप्ताहिक कीमत 1.30% गिरी

12×75 की प्राइसिंग रिपोर्ट में 34% टकीला लेबल्स पर प्रमोशन दिखा, जिससे व्यापक कमजोरी के बजाय चुनिंदा रिटेल कटौती का संकेत मिला

गुरुवार, 1 अक्टूबर 2026



सितंबर के अंत में U.S. स्पिरिट्स बाजार में डिस्काउंटिंग का केंद्र टकीला रहा, जबकि स्कॉच व्हिस्की की कीमतें ऊपर गईं और ट्रैक की गई अधिकांश बोतलों में बहुत कम या कोई बदलाव नहीं दिखा, डेटा फर्म 12×75 की बुधवार को जारी साप्ताहिक प्राइसिंग रिपोर्ट के अनुसार।

रिपोर्ट, जो U.S. रिटेल और ई-कॉमर्स शेल्फ कीमतों को ट्रैक करती है, ने कहा कि इसका Tequila 50 index नवीनतम प्रकाशित साप्ताहिक तुलना में 1.30% गिरा, जो 17 सितंबर से 24 सितंबर तक की अवधि को कवर करता है। इसी अवधि में Scotch 30 index 0.61% बढ़ा और American Whiskey 40 index में 0.28% की वृद्धि हुई। जिन और वोडका में बड़े पैमाने पर कोई बदलाव नहीं था।

इसी रिपोर्ट में पाया गया कि प्रमोशनल गतिविधि सबसे स्पष्ट रूप से टकीला में बढ़ी। एक या अधिक स्टोर्स में प्रमोशन पर रखे गए टकीला लेबल्स की हिस्सेदारी एक हफ्ते पहले के 28% से बढ़कर 34% हो गई, यानी 6 प्रतिशत अंकों की वृद्धि। अन्य श्रेणियों में भी डिस्काउंटिंग व्यापक हुई, हालांकि उतनी नहीं। जिन में प्रमोटेड आइटम्स की हिस्सेदारी 2% से बढ़कर 10% हो गई। वोडका में यह 8.3% से बढ़कर 14% हुई। अमेरिकी व्हिस्की में यह 23.7% से बढ़कर 27.5% हुई। स्कॉच दूसरी दिशा में गया : प्रमोटेड स्कॉच लेबल्स की हिस्सेदारी 26.7% से घटकर 23.3% रह गई, जबकि श्रेणी का इंडेक्स खुद ऊपर गया।

कम टकीला कीमतों और व्यापक टकीला प्रमोशन का यह मिश्रण नवीनतम रीडिंग्स में इस श्रेणी को सबसे स्पष्ट कमजोर बिंदु बनाता है। फिर भी, रिपोर्ट ने कहा कि दबाव व्यापक नहीं बल्कि सीमित था। तुलनीय साप्ताहिक डेटा वाले 278 बोतल-इतिहासों में से 266, यानी 95.7%, अवधि के अंत में उसी मेडियन कीमत पर रहे जहां वे शुरुआत में थे। केवल आठ बोतलों में मेडियन कीमतें कम रहीं, जबकि चार में बढ़ोतरी दर्ज हुई।

सबसे बड़ी नामित गिरावट Cazadores Reposado में दर्ज हुई। 12×75 के बोतल-स्तरीय डेटा के अनुसार, इसकी U.S. रिटेल मेडियन कीमत 20 सितंबर के $26.99 से घटकर 27 सितंबर को $24.99 रह गई, यानी $2 या 7.4% की गिरावट। रिपोर्ट ने कहा कि कम मेडियन पहली बार 24 सितंबर को दिखी और मापे गए सप्ताह के अंत तक बनी रही।

यह बोतल-स्तरीय बदलाव व्यापक टकीला पैटर्न का एक उदाहरण था, लेकिन रिपोर्ट ने चेतावनी दी कि इसे ब्रांड या पूरी श्रेणी की मांग में गिरावट के प्रमाण के रूप में नहीं पढ़ा जाना चाहिए। 12×75 ने कहा कि उपलब्ध डेटा अधिक स्पष्ट रूप से चयनित प्रमोशनों और रिटेलर रीप्राइसिंग की ओर इशारा करते हैं, न कि स्पिरिट्स में व्यापक मंदी की ओर। फर्म ने यह भी नोट किया कि उसका ट्रैकर बिक्री, राजस्व या शिपमेंट वॉल्यूम प्रकाशित नहीं करता, इसलिए कीमतों में बदलाव को उपभोक्ता मांग में बदलाव से सीधे नहीं जोड़ा जा सकता।

यह भेद महत्वपूर्ण है क्योंकि रिपोर्ट का प्रमोशन मीट्रिक यह पकड़ता है कि बाजार में कहीं कितने उत्पाद डिस्काउंट पर हैं, न कि छूट कितनी गहरी है या वे अधिक बिक्री में बदलती हैं या नहीं। एक बोतल किसी एक रिटेलर पर सेल में जा सकती है, बिना नमूने में शामिल सभी स्टोर्स में उसकी मेडियन कीमत बदले। कुछ मामलों में, मेडियन इसलिए भी बदल सकती है क्योंकि किन स्टोर्स का अवलोकन किया जा रहा है, इसमें बदलाव हुआ है, न कि इसलिए कि रिटेलरों ने व्यापक रूप से कीमतें बदली हैं।

अंतर्निहित दैनिक डेटा में यह मुद्दा और स्पष्ट दिखा। रिपोर्ट ने कहा कि सैंपल में बोतल-स्टोर अवलोकनों की कुल संख्या 24 सितंबर के 4,022 से घटकर 25 सितंबर को 975 रह गई, और अगले दिन फिर 4,022 हो गई। 12×75 ने कहा कि ऐसे एक-दिवसीय कवरेज उतार-चढ़ाव दैनिक मूल्य रीडिंग्स को विकृत कर सकते हैं और अलग-अलग उछालों को उनसे ज्यादा महत्वपूर्ण दिखा सकते हैं, जितने वे वास्तव में हैं। फर्म ने Grey Goose Citron को उदाहरण के तौर पर पेश किया : सैंपल सिकुड़ने पर उसकी मेडियन कीमत थोड़ी देर के लिए बढ़ी, फिर जब अवलोकन संख्या बहाल हुई तो अपने पहले स्तर पर लौट आई। साप्ताहिक बोतल तुलनाओं में 20 सितंबर और 27 सितंबर के एंडपॉइंट्स इस्तेमाल किए गए, इसलिए वह बाधित दिन शामिल नहीं था, लेकिन रिपोर्ट ने फिर भी चेतावनी दी कि एंडपॉइंट सैंपल एक जैसे नहीं भी हो सकते।

इस चेतावनी के बावजूद, सितंबर के अंत की रीडिंग्स ने श्रेणी के हिसाब से स्पष्ट अंतर दिखाए। कवर किए गए प्रमुख स्पिरिट्स समूहों में टकीला में सबसे बड़ी साप्ताहिक गिरावट आई, जबकि स्कॉच अधिक मजबूत रहा। अमेरिकी व्हिस्की इन दोनों के बीच रही, और अधिक लेबल्स पर प्रमोशन होने के बावजूद उसमें इंडेक्स में मामूली बढ़त दर्ज हुई। यह पैटर्न बताता है कि कुछ श्रेणियां दूसरों की तुलना में शेल्फ कीमतों में अधिक प्रतिस्पर्धा का सामना कर रही हैं, बजाय इसके कि सभी स्पिरिट्स एक साथ उसी डिस्काउंट चक्र में प्रवेश करें।

Cazadores के अलावा, रिपोर्ट ने कहा कि कई अन्य बोतलों में छोटी गिरावट दर्ज हुई। Teremana Reposado 2.83% गिरा। Aviation American Gin 3.57% नीचे आया। Campari 3.08% घटा। Elijah Craig Small Batch और Evan

Williams Black दोनों में 2% से कम की गिरावट आई। बढ़त की तरफ, Nikka Coffey Gin 2.22% बढ़ा, Angel's Envy Port Finished Bourbon में 1.18% की बढ़ोतरी हुई, और Four Roses Bourbon 1.11% ऊपर गया।

उनमें से कुछ बोतल-स्तरीय बदलाव विशिष्ट मार्केटिंग अवधियों के साथ मेल खाते थे। उदाहरण के लिए, Aviation और Campari Negroni Week के दौरान सस्ते हुए, जो 21 सितंबर से 27 सितंबर तक चला और जिसमें कॉकटेल से जुड़ी कई ब्रांड प्रमोशन्स शामिल थीं। लेकिन रिपोर्ट ने कहा कि सिर्फ समय-क्रम कारण सिद्ध नहीं करता। कॉकटेल रिबेट या राष्ट्रीय विज्ञापन अभियान सीधे रिटेल बोतल डिस्काउंट के बराबर नहीं है, और सीधे संबंध की पुष्टि के लिए स्टोर-स्तर के ऑफर रिकॉर्ड्स की आवश्यकता होगी।

रिपोर्ट ने ओनर-लेवल प्राइसिंग इंडेक्स भी देखे, जो प्रमुख स्पिरिट्स कंपनियों के पोर्टफोलियो के हिस्सों में रिटेल कीमतों की चाल को मापते हैं। 20 सितंबर से 24 सितंबर की अवधि में ये रीडिंग्स मामूली और मिश्रित रहीं। नमूने में उपलब्ध ओनर-इंडेक्स रीडिंग्स में Bacardi और Brown-Forman सबसे मजबूत रहे, जबकि William Grant & Sons, Heaven Hill और Campari Group अपेक्षाकृत कमजोर छोर पर थे। लेकिन 12×75 ने कहा कि इन पोर्टफोलियो तुलनाओं को सावधानी से देखना चाहिए, क्योंकि कंपनी के हिसाब से श्रेणी एक्सपोजर अलग होता है और प्राइसिंग कवरेज अधूरी है।

12×75 के अनुसार, डेटा U.S. रिटेल और ऑनलाइन स्पिरिट्स लिस्टिंग्स से संकलित किए गए और 30 सितंबर को कैप्चर किए गए। कैटेगरी इंडेक्स 24 सितंबर को समाप्त सप्ताह को कवर करते हैं, जबकि बोतल-स्तरीय इतिहासों की तुलना 27 सितंबर तक की गई। रिपोर्ट ने जोर दिया कि ये रिटेल कीमतों के माप हैं, न कि कंपनी के राजस्व, बाजार हिस्सेदारी या वास्तविक केस बिक्री के संकेतक।

इस सीमा को टकीला की सुस्ती की व्याख्या में केंद्रीय माना जाना चाहिए। श्रेणी ने प्रकाशित इंडेक्स में सबसे बड़ी साप्ताहिक गिरावट और प्रमोशन भागीदारी में सबसे व्यापक बढ़ोतरी, दोनों को जोड़ा ; यह पैटर्न अमेरिका में ऊंची कीमत वाले, विवेकाधीन शराब खरीद में कमजोरी से मेल खाता है। लेकिन रिपोर्ट ने यह दावा करने से परहेज किया कि रिटेलर मांग में व्यापक गिरावट पर प्रतिक्रिया दे रहे थे। इसके बजाय, उसने बाजार को चयनात्मक रूप से प्रतिस्पर्धी बताया, जहां कुछ टकीला लेबल्स और प्रमोशनल पॉकेट्स में कीमतों का दबाव दिखा, जबकि ट्रैक की गई बोतलों की विशाल बहुमत मेडियन कीमतें अपरिवर्तित रहीं।

रिटेलरों, वितरकों और सप्लायर्स के लिए, सितंबर के अंत का यह स्नैपशॉट एक ऐसे बाजार की ओर इशारा करता है जहां मूल्य दबाव वास्तविक है लेकिन असमान है। टकीला डिस्काउंटिंग का सबसे स्पष्ट क्षेत्र था, स्कॉच अधिक मजबूत रहा, और श्रेणियों में अधिकांश बोतलों में सप्ताह भर कोई बदलाव नहीं हुआ। क्योंकि ट्रैकर लेन-देन के बजाय पोस्ट की गई कीमतों को मापता है, इसलिए डेटा यह दिखाता है कि शेल्फ पर डिस्काउंट कहां सामने आए, यह नहीं कि क्या उन डिस्काउंट्स ने बिक्री बढ़ाई।