vinetur

सितंबर तक चिली का बोतलबंद वाइन निर्यात 5.2% घटा, उत्पादकों पर दबाव बढ़ा

वैश्विक खपत 2018 के मुकाबले 14% नीचे आने के बीच बड़ी वाइनरी कम अल्कोहल वाले उत्पादों, पर्यटन, अधिग्रहण और अचल संपत्ति की बिक्री पर ध्यान दे रही हैं

सोमवार, 9 नवंबर 2026



वैश्विक वाइन खपत में लगातार गिरावट और प्रमुख बाजारों में निर्यात मांग के असमान बने रहने के बीच चिली का वाइन उद्योग खुद को नए सिरे से ढाल रहा है। इसके चलते बड़े उत्पादक अधिग्रहण, उत्पादों में बदलाव, पर्यटन और संभावित संपत्ति बिक्री पर अधिक निर्भर हो रहे हैं।

अंतरराष्ट्रीय अंगूर एवं वाइन संगठन (OIV) के आंकड़ों के अनुसार, 2025 में वैश्विक वाइन खपत कुल 208 मिलियन हेक्टोलिटर रही, जो 2024 से 2.7% और 2018 से 14% कम है। वाइन की खपत वाले 10 सबसे बड़े बाजारों में से नौ में गिरावट दर्ज की गई। हाल के वर्षों में इस कमी का बड़ा हिस्सा अमेरिका, फ्रांस और चीन की वजह से रहा।

यह व्यापक रुझान अब दुनिया के प्रमुख वाइन निर्यातकों में शामिल चिली में साफ तौर पर दिखाई दे रहा है। उद्योग का

प्रतिनिधित्व करने वाले संगठन Vinos de Chile के अनुसार, जनवरी से सितंबर 2026 के बीच चिली का बोतलबंद वाइन निर्यात 902.7 मिलियन डॉलर रहा, जो एक साल पहले की इसी अवधि की तुलना में मूल्य के लिहाज से 5.2% और मात्रा के लिहाज से 5.3% कम है। सितंबर में मासिक आधार पर मूल्य में 2.1% की बढ़ोतरी हुई, लेकिन संगठन ने कहा कि इसे अभी टिकाऊ सुधार नहीं माना जा सकता।

अलग-अलग बाजारों में मांग में काफी अंतर रहा। ब्राजील चिली की बोतलबंद वाइन का सबसे बड़ा गंतव्य बना रहा और सितंबर तक वहां निर्यात मूल्य में 7.9% की वृद्धि हुई। ब्रिटेन में 5.5% और रूस में 27% की बढ़ोतरी दर्ज की गई। वहीं, अमेरिका, चीन और जापान को भेजी जाने वाली खेप घट गई। इससे निर्यातकों पर जोखिम को अधिक व्यापक बाजारों में बांटने का दबाव स्पष्ट होता है।

चिली के कृषि अध्ययन एवं नीतियों के कार्यालय (Odepa) के 2 नवंबर के बुलेटिन में देश के वाइन व्यापार में व्यापक गिरावट दर्ज की गई। जनवरी से सितंबर तक कुल वाइन निर्यात 475.6 मिलियन लीटर रहा, जो 2025 की इसी अवधि की तुलना में मात्रा के लिहाज से 8.8% कम है। मूलस्थान पदनाम वाली वाइन और थोक वाइन, दोनों में गिरावट आई ; थोक वाइन की मात्रा 11.4% घटी।

कमजोर बाजार का असर कंपनियों के नतीजों में भी दिखा है। देश की तीन प्रमुख सूचीबद्ध वाइन कंपनियों की हालिया तीसरी तिमाही की रिपोर्ट बताती हैं कि उद्योग का राजस्व अब केवल बोतलों की बिक्री पर निर्भर नहीं रह गया है। कंपनियां अपने उत्पाद पोर्टफोलियो में बदलाव कर रही हैं, नए प्रारूप आजमा रही हैं, सेवाएं जोड़ रही हैं और लाभांश की रक्षा के लिए संबंधित कारोबार को बढ़ावा दे रही हैं।

Vinos de Chile ने कहा कि उपभोक्ताओं की बदलती पसंद का असर दुनिया भर में महसूस किया जा रहा है, क्योंकि खरीदार संयम और सेहत को अधिक महत्व दे रहे हैं। संगठन के मुताबिक, कुछ वाइनरी ताजा और हल्की शैली की वाइन, कम अल्कोहल वाली वाइन और अल्कोहल-मुक्त विकल्पों के साथ अपने उत्पाद पोर्टफोलियो में बदलाव कर रही हैं। संगठन ने यह भी कहा कि व्हाइट वाइन, स्पार्कलिंग वाइन और चिली के तटीय तथा दक्षिणी क्षेत्रों की वाइन में अवसर हो सकते हैं, क्योंकि वे इन पसंदों के अनुरूप हैं और देश की विविध जलवायु तथा अंगूर उगाने वाले क्षेत्रों का लाभ उठाती हैं।

व्यापक पेय उद्योग के लिए चिली का अनुभव यह दिखाता है कि वाइन का बड़ा निर्यातक देश अल्कोहल की घटती खपत और अंतरराष्ट्रीय मांग में उतार-चढ़ाव के अनुरूप कैसे ढल रहा है। इसका असर केवल वाइन ही नहीं, बल्कि बीयर, स्पिरिट और वाइन-आधारित पेय जैसी संबंधित श्रेणियों में उत्पाद विकास, वितरण रणनीतियों और पूंजी आवंटन पर भी पड़ सकता है।

देश की सबसे बड़ी उत्पादक Viña Concha y Toro ने तीसरी तिमाही में समेकित बिक्री में 2.2% और 2026 के पहले नौ महीनों में 4.7% की गिरावट दर्ज की। समेकित वाइन बिक्री तिमाही में 2.8% और सितंबर तक 5% घटी। बीयर और स्पिरिट कारोबार में तिमाही के दौरान 3.3% तथा पहले नौ महीनों में 12.8% की गिरावट आई।

Concha y Toro के लिए वृद्धि का एक क्षेत्र उसका “अन्य उत्पाद और सेवाएं” खंड रहा, जिसमें तीसरी तिमाही में 29.4% और सितंबर तक 32.1% की वृद्धि हुई। कंपनी ने कहा कि इस खंड में ग्राहकों को दी जाने वाली सामग्री और आपूर्तियां, मर्चेंडाइजिंग, वाइन बनाने की सेवाएं, बोतलबंदी सेवाएं और अन्य संबंधित सेवाएं शामिल हैं।

कंपनी ने अपनी भौगोलिक पहुंच बढ़ाने के लिए भी कदम उठाए हैं। फरवरी में उसने प्रोवेंस के रोसे ब्रांड Maison Mirabeau के अधिग्रहण का सौदा पूरा किया, जिससे उसके अंतरराष्ट्रीय परिचालन में फ्रांस भी जुड़ गया। इसी दौरान, Concha y Toro परिचालन के लिए गैर-जरूरी अचल संपत्तियों से मूल्य हासिल करने की योजना के तहत चिली के मेट्रोपॉलिटन क्षेत्र में 130 हेक्टेयर से अधिक जमीन बेचने की संभावना पर विचार कर रही है। समीक्षा के दायरे में Tocornal, Concha y Toro Poniente और Quinta Maipo की जमीन शामिल है। हाल के निवेशक दिवस पर कंपनी ने इन

संपत्तियों का बाजार मूल्य 240 मिलियन से 350 मिलियन डॉलर के बीच आंका।

CCU की इकाई Viña San Pedro Tarapacá (VSPT) के नतीजे मिले-जुले रहे। तीसरी तिमाही में समेकित बिक्री 3.4% बढ़ी, लेकिन साल के पहले नौ महीनों में 5.9% घट गई। कंपनी खपत के नए तौर-तरीकों के अनुरूप अपनी पेशकश में बदलाव कर रही है। 2025 के दौरान उसने Gato Selección रेंज में मीठी किस्में जोड़ीं और नॉर्डिक बाजारों के लिए कम अल्कोहल वाला कॉकटेल Gato Negro Smooth Chardonnay विकसित किया। 2026 में उसने Gentle पेश की, जो Viña Tarapacá की ऐसी रेंज है जिसे प्रीमियम वाइन चाहने वाले उन उपभोक्ताओं के लिए बनाया गया है जो हल्की शैली और कम औपचारिक मौकों पर पीने को पसंद करते हैं।

अगस्त में VSPT ने Colón Selecto ब्रांड के तहत वाइन-आधारित पेय की नई रेंज की भी घोषणा की। कंपनी ने कहा कि अर्जेंटीना में इसकी मात्रा एक साल पहले की तुलना में दोगुने से अधिक हो गई, जिसे Colón Selecto Dulce के मजबूत प्रदर्शन से मदद मिली। यह कदम चिली के उत्पादकों के ऐसे प्रारूपों की ओर बढ़ते रुझान को दर्शाता है जो पारंपरिक वाइन के बजाय रेडी-टू-ड्रिंक और फ्लेवर्ड पेय के चलन के अधिक करीब हैं।

Viña Santa Rita ने पर्यटन और अन्य संबंधित गतिविधियों पर अधिक भरोसा किया है। कंपनी ने 2026 की तीसरी तिमाही में बिक्री में 12.7% की गिरावट दर्ज की, लेकिन जनवरी से सितंबर की अवधि में फिर भी 1.5% की वृद्धि हासिल की। इस तरह, अब तक सालाना आधार पर वृद्धि दिखाने वाली वह तीनों कंपनियों में अकेली रही। पर्यटन ने इसमें अहम सहारा दिया। साल के पहले नौ महीनों में इस कारोबार से राजस्व 18.7% बढ़ा, जिससे अन्य खंडों की कमजोरी की भरपाई करने में मदद मिली।

Santa Rita ने यह भी कहा कि अर्जेंटीना में उसके कारोबार पर स्थानीय महंगाई का दबाव रहा, जो डॉलर के मुकाबले पेसो के अवमूल्यन से काफी अधिक थी। इससे डॉलर के लिहाज से लागत बढ़ी और निर्यात लाभांश पर असर पड़ा। इस अवधि में कम केस भी बिके। कंपनी के मुताबिक, घरेलू बाजार में औसत कीमत बढ़ने और थोक वाइन, अंगूर तथा पर्यटन सहित अन्य बिक्री से बेहतर नतीजों ने इन प्रभावों की आंशिक भरपाई की।

कंपनी ने कहा कि उसने अपने प्रमुख ब्रांडों को मजबूत करने और अधिक मूल्य वाले खंडों में अपनी स्थिति पुख्ता करने के लिए वाणिज्यिक रणनीति को नए सिरे से तय किया है। साथ ही, बाजार हिस्सेदारी वापस पाने और बिक्री मिश्रण बेहतर करने के प्रयास में उसने बड़े बाजार वाले खंडों पर केंद्रित पहल तेज की है।

उद्योग संगठन ने कहा कि वाइन खपत में गिरावट को अल्पकालिक चक्र के बजाय दीर्घकालिक संरचनात्मक बदलाव के रूप में देखा जाना चाहिए। उसने मांग में कमी के कारकों के तौर पर पीढ़ीगत बदलाव, बदलती आदतों और आर्थिक दबाव का उल्लेख किया और कहा कि सुधार को लेकर अपेक्षाएं यथार्थवादी होनी चाहिए। ऐसे में, क्षेत्र का भविष्य पारंपरिक मॉडल के तहत कुछ बड़े निर्यात बाजारों में अधिक मात्रा में सामान्य बोतलें बेचने के बजाय मूल्य सृजित करने, उत्पादों को अलग पहचान देने, दक्षता बढ़ाने और विकास के नए रास्ते खोजने की क्षमता पर अधिक निर्भर हो सकता है।