vinetur

चीन के अनौपचारिक खानपान में बढ़ रही है सफेद वाइन की मांग

झेजियांग के सीफूड स्टॉल से शंघाई के बार तक, कुछ विक्रेताओं का कहना है कि अब उनकी बिक्री में सफेद वाइन की हिस्सेदारी लगभग आधी हो गई है

सोमवार, 9 नवंबर 2026



चीन के कुछ हिस्सों में सफेद वाइन की लोकप्रियता बढ़ रही है। झेजियांग के सीफूड स्टॉल से लेकर शंघाई और सूझोउ के वाइन बार तक इसकी मांग बढ़ी है, जबकि देश का कुल वाइन आयात लगातार घट रहा है।

Wine Meridian की 8 नवंबर की एक रिपोर्ट के मुताबिक, Vino Joy News द्वारा जुटाए गए साक्षात्कारों और व्यापार आंकड़ों से पता चलता है कि Sauvignon Blanc, Riesling और Chardonnay जैसी किस्मों की मांग ऐसे अधिक अनौपचारिक मौकों पर बढ़ रही है, जो उन औपचारिक कारोबारी रात्रिभोजों और भोजों से अलग हैं जहां लंबे समय से रेड वाइन का दबदबा रहा है।

यह बदलाव कुल खपत में व्यापक परिवर्तन के बजाय इस बात से जुड़ा दिखता है कि लोग कहां और किस तरह पी रहे हैं।

तटीय झेजियांग में, खासकर Ningbo, Wenzhou और Taizhou के आसपास, कुछ स्थानीय बाजारों में सफेद वाइन की बिक्री हिस्सेदारी करीब 50% तक पहुंच गई है। रिपोर्ट में उद्धृत वाइन मार्केटिंग सलाहकार Shen Yi के अनुसार, पहले यह अनुमानित रूप से 20%-30% थी। Shen ने इस बदलाव को स्थानीय खानपान की आदतों से जोड़ा, खासकर मछली और सीफूड की अहमियत से, जिन्हें अक्सर सड़क किनारे के स्टॉलों और देर रात तक खुले रहने वाले ठिकानों पर खाया जाता है।

रिपोर्ट के मुताबिक, ऐसे मौकों पर कुछ उपभोक्ता बीयर की जगह सफेद वाइन चुनने लगे हैं। इसकी कीमत भी आकर्षण का एक हिस्सा है। Shen ने जिन बोतलों का जिक्र किया, उनकी कीमत करीब 50 yuan, यानी लगभग $7.50 थी। इस कीमत पर वे खास मौकों के बजाय अनौपचारिक भोजन के साथ भी खरीदी जा सकती हैं। गर्मियों के मौसम ने भी मांग को सहारा दिया होगा, हालांकि कुछ कारोबारियों का कहना है कि यह रुझान सिर्फ गर्म महीनों तक सीमित नहीं रहा।

Wenzhou में आयातक KAKA, जो पेय पदार्थों की डिलीवरी का कारोबार भी चलाता है, ने बताया कि पिछले दो वर्षों में उसके प्रचारित कम कीमत वाले सफेद वाइन की बिक्री 150%-200% बढ़ी। यह आंकड़ा सिर्फ कंपनी के कारोबार से संबंधित है, पूरे चीनी बाजार से नहीं ; और कंपनी का कारोबार अब भी मुख्य रूप से रेड वाइन पर निर्भर है।

कुछ शहरी वाइन बार और बिस्त्रो में भी यही रुझान दिखाई दे रहा है। शंघाई के वाइन बिस्त्रो Forage के मालिक William Zhu ने कहा कि आमतौर पर गर्मियों में ज्यादा बिकने वाली सफेद वाइन इस साल ठंड के महीनों में भी प्रतिस्पर्धी बनी रही। सूझोउ के YesiVino Bistro ने बताया कि स्पार्कलिंग वाइन समेत सफेद वाइन की बिक्री, उसकी कुल वाइन बिक्री का करीब 80% है। शंघाई की वाइन शॉप और बार Pudao ने यह हिस्सेदारी करीब 70% बताई, जबकि उसके कुछ रेस्तरां ग्राहकों की सालाना वाइन बिक्री में सफेद वाइन की मात्रा लगभग आधी तक पहुंचती है।

ये आंकड़े अलग-अलग कारोबारों और उनके व्यावसायिक ग्राहकों से मिले हैं, राष्ट्रीय खुदरा बिक्री के आंकड़े नहीं हैं। फिर भी, इनसे संकेत मिलता है कि बाजार के कुछ हिस्सों में उपभोक्ता ऐसी वाइन की ओर बढ़ रहे हैं जिन्हें अनौपचारिक तौर पर पीना और भोजन के साथ परोसना आसान है। रिपोर्ट के लिए जिन कारोबारियों से बात की गई, उन्होंने ऐसी वाइन में दिलचस्पी का जिक्र किया जो बहुउपयोगी और सहज हों और जिनमें कभी-कभी अवशिष्ट मिठास का एहसास साफ तौर पर हो। खास तौर पर Riesling को सफेद वाइन से नए परिचित हो रहे लोगों के लिए शुरुआती पसंद बताया गया।

रिपोर्ट के मुताबिक, जिन ठिकानों का जिक्र किया गया है, वहां महिलाओं की मांग में भी अहम भूमिका है, खासकर सफेद वाइन, स्पार्कलिंग वाइन और ऑरेंज वाइन के मामले में। इससे संकेत मिलता है कि खपत का यह पैटर्न औपचारिक मेजबानी के बजाय मेलजोल, बाहर खाना खाने और घर पर पीने से ज्यादा प्रेरित है।

आयात के आंकड़े बताते हैं कि इस खास बाजार में कुछ उत्पादक देशों को फायदा हो रहा है, जबकि चीन का व्यापक वाइन व्यापार दबाव में बना हुआ है। Wine Meridian द्वारा उद्धृत आंकड़ों के मुताबिक, 2026 के पहले नौ महीनों में चीन ने New Zealand से 7.81 million liters वाइन आयात की, जो एक साल पहले की इसी अवधि से 92.7% अधिक थी। इस आयात का मूल्य 23.9% बढ़कर $41.7 million हो गया। New Zealand Winegrowers का कहना है कि चीन को देश के वाइन निर्यात में लगभग 80% हिस्सा सफेद वाइन का है।

यह बढ़ोतरी अपने आप में यह साबित नहीं करती कि सारी वृद्धि सफेद वाइन की मजबूत मांग के कारण हुई, लेकिन इससे Sauvignon Blanc से खास तौर पर जुड़े इस मूल-स्थान की गति का पता चलता है। जर्मन Riesling भी चीन में अच्छी तरह स्थापित है। रिपोर्ट में उद्धृत आयातकों ने कहा कि अब पसंद का दायरा और बढ़ रहा है : अलग-अलग कीमतों पर Australia की Hunter Valley Semillon, प्रीमियम Australian Chardonnay और South African Chenin Blanc में दिलचस्पी बढ़ रही है।

मार्च 2024 में चीनी टैरिफ हटाए जाने से Australia को अतिरिक्त मदद मिली। Wine Australia के मुताबिक, 2025 में चीन को Australia के वाइन निर्यात में गैर-स्पार्कलिंग सफेद वाइन की हिस्सेदारी 4% से बढ़कर 14% हो गई, जबकि गैर-

स्पार्कलिंग रेड वाइन की हिस्सेदारी घटकर 84% रह गई। ये आंकड़े चीन को Australia के निर्यात में वाइन के प्रकारों का अनुपात बताते हैं, चीन के भीतर सफेद वाइन की कुल बाजार हिस्सेदारी नहीं।

व्यापक परिदृश्य अब भी कमजोर है। चीनी सीमा शुल्क के आंकड़ों का हवाला देते हुए China Briefing ने बताया कि 2026 की पहली छमाही में चीन का वाइन आयात मात्रा के लिहाज से 11% घटकर करीब 101.4 million liters रह गया। आयात का मूल्य 0.8% बढ़कर लगभग $716 million हुआ, जिससे संकेत मिलता है कि ऊंची कीमतों या अधिक महंगे उत्पादों की बिक्री ने कम मात्रा के असर की कुछ हद तक भरपाई की। पूरे 2025 में वाइन आयात करीब 207 million liters था, जिसका मूल्य $1.42 billion रहा।

सिकुड़ते कुल बाजार और कुछ हिस्सों में हो रही बढ़ोतरी के बीच का यह अंतर उन पेय उत्पादकों और आयातकों के लिए अहम है जो चीन के बाजार की वापसी को समझने की कोशिश कर रहे हैं। मौजूदा रुझान से लगता है कि अवसर शराब की मांग में व्यापक सुधार के बजाय खास शैलियों, मूल-स्थानों और बिक्री ठिकानों के जरिए खुल सकते हैं। सीफूड प्रधान भोजन और देर रात के अनौपचारिक मौकों पर सफेद वाइन बीयर को अधिक सीधी चुनौती देने लगी है, जबकि वाइन बार में उसे मेलजोल के अधिक और औपचारिकता के कम वाले पीने के चलन से फायदा हो रहा है।

Wine Australia और IWSR समेत उद्योग के शोधकर्ताओं ने भी चीनी बाजार में ऐसा बदलाव दर्ज किया है जिसमें प्रतिष्ठा के लिए दिए जाने वाले उपहारों और कारोबारी भोजों का महत्व घट रहा है, जबकि घर पर और अनौपचारिक मौकों पर खपत बढ़ रही है। इस बदलाव से सफेद वाइन को फायदा होता दिख रहा है, लेकिन रेड वाइन अब भी कारोबारी रात्रिभोजों और शादी के भोजों से मजबूती से जुड़ी है, जो खपत के अहम हिस्से बने हुए हैं।

Italian उत्पादकों समेत आयातित वाइन के आपूर्तिकर्ताओं के लिए यह बदलाव नए अवसर खोल सकता है, लेकिन इसे पूरे बाजार की आसान वापसी नहीं माना जा सकता। रिपोर्ट के मुताबिक, सफलता इस बात पर ज्यादा निर्भर करेगी कि भोजन के साथ वाइन की जोड़ी कितनी विश्वसनीय है, उसकी कीमत अनौपचारिक खपत के अनुकूल है या नहीं, और वितरण अनौपचारिक रेस्तरां, वाइन बार तथा डिजिटल चैनलों तक पहुंचता है या नहीं। व्यावहारिक तौर पर, इसका मतलब है कि उत्पादकों को सिर्फ लेबल की प्रतिष्ठा पर ध्यान देने के बजाय यह भी सोचना होगा कि बोतल कहां पी जाएगी, उसके साथ कौन-सा भोजन परोसा जाएगा और किन उपभोक्ताओं को ध्यान में रखकर उसे पेश किया जाएगा।