vinetur

नीदरलैंड्स के सुपरमार्केट में नॉन-अल्कोहलिक बीयर की बिक्री सितंबर तक लगभग 10% बढ़ी

Biernet द्वारा उद्धृत Nielsen के आंकड़े प्रमुख खुदरा चैनल में मजबूत मांग दिखाते हैं, लेकिन पूरे डच बाजार की तस्वीर नहीं

सोमवार, 9 नवंबर 2026



Biernet नामक व्यापार प्रकाशन द्वारा उद्धृत Nielsen के आंकड़ों और बीयर निर्माता AB InBev की पुष्टि के अनुसार, जनवरी से सितंबर तक नीदरलैंड्स के सुपरमार्केट में नॉन-अल्कोहलिक बीयर की बिक्री मात्रा लगभग 10% बढ़ी। यह उस श्रेणी की लगातार बढ़त की ओर इशारा करता है, जो नीदरलैंड्स के बीयर बाजार में अपनी जगह का विस्तार कर रही है।

AB InBev Netherlands के 6 नवंबर को प्रकाशित बयान में इस आंकड़े को रेखांकित किया गया था। Biernet ने आगे स्पष्ट किया कि यह बढ़ोतरी साल के पहले नौ महीनों में सुपरमार्केट में बिक्री की मात्रा से जुड़ी थी। आंकड़े राजस्व के बजाय बिक्री की भौतिक मात्रा को दर्शाते हैं, इसलिए कीमतों में बदलाव के प्रभाव के बिना यह पता चलता है कि इस चैनल में अधिक बीयर बिकी।

उपलब्ध जानकारी सीमित है। कंपनी के बयान और व्यापार प्रकाशन की रिपोर्ट, दोनों में Nielsen की मूल तालिकाएं, कुल मात्रा या विस्तृत कार्यप्रणाली संबंधी विवरण प्रकाशित नहीं किए गए। सार्वजनिक सामग्री में स्रोतों ने तुलना का विस्तृत आधार भी नहीं दिया। इसलिए लगभग 10% की बढ़ोतरी को उद्धृत स्रोतों द्वारा बताई गई बाजार वृद्धि दर के रूप में देखना चाहिए, न कि मूल आंकड़ों से स्वतंत्र रूप से सत्यापित गणना के रूप में।

ये आंकड़े नीदरलैंड्स के बीयर कारोबार के केवल एक हिस्से को भी कवर करते हैं। ये सुपरमार्केट से संबंधित हैं, पूरे राष्ट्रीय बाजार से नहीं, और इनमें बार, रेस्तरां, विशेषज्ञ दुकानों या अन्य खुदरा चैनलों की स्थिति नहीं दिखाई गई है। इसका मतलब है कि आंकड़े एक प्रमुख उपभोक्ता बिक्री केंद्र में मांग का स्पष्ट संकेत देते हैं, लेकिन नीदरलैंड्स में बीयर की कुल बिक्री की पूरी तस्वीर नहीं।

AB InBev ने श्रेणी की वृद्धि का हवाला देते हुए अल्कोहल-मुक्त और कम-अल्कोहल वाले उत्पादों में अपनी व्यापक रणनीतिक पहल को रेखांकित किया। कंपनी ने कहा कि नॉन-अल्कोहलिक बीयर अपनी पुरानी सीमित बाजार स्थिति से आगे बढ़कर बीयर की नियमित उत्पाद-श्रेणी का हिस्सा बन रही है। उसने इस रुझान को उपभोक्ताओं की बदलती आदतों से जोड़ा और कहा कि बीयर पीने वाले अब अधिक विविधता और अलग-अलग समय तथा मौकों के अनुरूप उत्पाद चाहते हैं।

अपने बयान में बीयर निर्माता ने कहा कि बीयर बनाने के तरीकों और अल्कोहल हटाने की तकनीक में वर्षों के निवेश ने डच उपभोक्ताओं के लिए उपलब्ध नॉन-अल्कोहलिक बीयर की विविधता बढ़ाने में मदद की है। उसने Corona Cero, Hertog Jan 0.0% और Leffe 0.0% जैसे उत्पादों का उल्लेख किया और कहा कि उसने डच बाजार में Stella Artois 0.0% और Tripel Karmeliet 0.4% भी पेश की हैं।

कंपनी की विज्ञप्ति में खास तौर पर Corona Cero पर ध्यान दिया गया। कंपनी के मुताबिक, नीदरलैंड्स में इस ब्रांड की बिक्री 40% से अधिक बढ़ी है। हालांकि, सार्वजनिक सामग्री में इस आंकड़े की विस्तृत समयावधि, तुलना का आधार या मूल डेटासेट नहीं दिया गया। इसलिए कंपनी के प्रस्तुत दावे से ब्रांड की मजबूत गति का संकेत तो मिलता है, लेकिन बढ़ोतरी को मापने के तरीके से जुड़े अहम सवाल अनुत्तरित रहते हैं।

इन सीमाओं के बावजूद, सुपरमार्केट के आंकड़े बताते हैं कि प्रमुख खुदरा चैनल में उपभोक्ताओं का ध्यान अल्कोहल-मुक्त बीयर की ओर अधिक जा रहा है। बिक्री मात्रा में वृद्धि महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह कीमतों या उत्पाद-मिश्रण में बदलाव के बजाय बेची गई मात्रा में हुए परिवर्तन को दर्ज करती है। व्यावहारिक तौर पर इसका मतलब है कि कीमतें बढ़ी हों या घटी हों, सुपरमार्केट की अलमारियों से अधिक अल्कोहल-मुक्त बीयर खरीदी जा रही है।

यह बीयर निर्माताओं और खुदरा विक्रेताओं के लिए अहम है, क्योंकि सुपरमार्केट का प्रदर्शन शेल्फ की जगह, उत्पादों की विविधता और भविष्य में पेश किए जाने वाले उत्पादों को प्रभावित कर सकता है। मांग बढ़ती रही तो चेन अल्कोहल-मुक्त बीयर के लिए अधिक जगह दे सकती हैं और निर्माता इस श्रेणी में नए उत्पादों, पैकेजिंग और मार्केटिंग पर खर्च बढ़ा सकते हैं। बिक्री मात्रा में लगातार वृद्धि कंपनियों को अल्कोहल-मुक्त बीयर को अपने पोर्टफोलियो की गौण पेशकश के बजाय उसका नियमित हिस्सा मानने के लिए भी प्रेरित कर सकती है।

अब तक जारी सार्वजनिक आंकड़ों से यह पता नहीं चलता कि श्रेणी की कुल वृद्धि में किन ब्रांडों या शैलियों का सबसे बड़ा योगदान रहा। यह भी स्पष्ट नहीं है कि प्रीमियम लैगर, विशेष बीयर या अन्य उपश्रेणियों में वृद्धि समान रूप से हुई या नहीं। आंकड़े यह भी नहीं बताते कि बढ़ोतरी का कारण अधिक बार खरीदारी, खरीदारों की संख्या में विस्तार या मौसमी मांग में बदलाव था। इन विवरणों के लिए मूल बाजार अनुसंधान की अधिक व्यापक जानकारी की जरूरत होगी।

फिर भी, 6 नवंबर को जारी बयानों का संदेश स्पष्ट था। नीदरलैंड्स के सुपरमार्केट में नॉन-अल्कोहलिक बीयर की बिक्री मात्रा साल की शुरुआत की तुलना में अधिक है, और बड़े बीयर निर्माता इस रुझान को इस बात का प्रमाण मान रहे हैं कि यह श्रेणी देश के बीयर बाजार का अधिक स्थापित हिस्सा बन रही है।