vinetur

Kweichow Moutai ने i Moutai पर फ्लैश सेल से रोज़ाना बिक्री की ओर रुख किया

चीन का शीर्ष बैजिउ उत्पादक कमजोर मांग के अनुरूप आपूर्ति कर रहा है और वितरण चैनलों में भंडार घटाने की कोशिश कर रहा है

गुरुवार, 12 नवंबर 2026



कमजोर उपभोक्ता मांग से चीन के शराब बाजार पर दबाव बना हुआ है। ऐसे में Kweichow Moutai अपने प्रमुख बैजिउ की बिक्री का तरीका बदल रही है। कंपनी ने मंगलवार, 10 नवंबर को निवेशकों को बताया कि उसका डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म i Moutai धीरे-धीरे फ्लैश सेल से हटकर नियमित दैनिक बिक्री की ओर बढ़ेगा। कंपनी ने यह भी कहा कि बाजार की समीक्षा के बाद उसने 2027 के उत्पादन चक्र के लिए आधार मदिरा की नई क्षमता नहीं जोड़ी है।

कंपनी के निदेशक और महाप्रबंधक का कार्यभार संभाल रहे Wang Li ने इन बदलावों की जानकारी दी। ये चीन के सबसे बड़े प्रीमियम बैजिउ उत्पादक की उस व्यापक कोशिश का हिस्सा हैं, जिसके तहत आपूर्ति को वास्तविक उपभोक्ता मांग के अधिक अनुरूप बनाया जा रहा है और वितरण चैनलों में पहले से माल ठेलने की पुरानी प्रथा पर निर्भरता घटाई जा रही है।

कंपनी का स्व-प्रचालित ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म i Moutai 31 मार्च, 2022 को शुरू हुआ था। Kweichow Moutai की तीसरी तिमाही की रिपोर्ट के अनुसार, 2026 के पहले नौ महीनों में इस प्लेटफ़ॉर्म से कर को छोड़कर शराब की 58.562 अरब युआन की आय हुई। यह कंपनी के कुल 133.284 अरब युआन के परिचालन राजस्व का लगभग 43.9% है। इससे यह प्लेटफ़ॉर्म Moutai के बिक्री तंत्र के सबसे अहम चैनलों में से एक बन गया है।

Wang ने कहा कि प्लेटफ़ॉर्म के अगले चरण के तीन हिस्से हैं: मौजूदा तेज़ खरीद मॉडल से हटकर रोज़मर्रा की उपभोक्ता मांग पूरी करने वाला मॉडल अपनाना, नए उत्पादों की शुरुआत के लिए मंच बनना और ग्राहक सेवा बेहतर करने के लिए ऑफलाइन स्टोरों के साथ काम करने वाला सेवा केंद्र बनना।

बुधवार, 11 नवंबर को प्रीमियम और पुरानी वाइन की किस्मों समेत Moutai के 16 उत्पादों की प्लेटफ़ॉर्म पर पूरे दिन उपलब्धता और मांग के अनुसार पुन:पूर्ति शुरू हुई, जबकि अन्य उत्पादों के लिए पुरानी बिक्री पद्धति जारी रही। यह बदलाव उस साल के बाद आया है, जिसमें कंपनी ने i Moutai के ज़रिए आपूर्ति लगातार बढ़ाई।

2026 की शुरुआत में Kweichow Moutai ने उपभोक्ताओं पर केंद्रित, बाजारोन्मुख बदलावों की शुरुआत की। कंपनी ने i Moutai पर बिकने वाले उत्पादों की श्रेणी बढ़ाई और अपने स्व-प्रचालित स्टोरों में आम लोगों के लिए बिक्री शुरू की। साथ ही, उसने मांग से पहले वितरण चैनलों में माल ठेलने की लंबे समय से चली आ रही व्यवस्था से दूरी बनाई। कंपनी के अनुसार, इसकी जगह उसने हर क्षेत्र में वास्तविक बिक्री और डीलरों के भंडार के आधार पर गतिशील आवंटन मॉडल बनाया है, जिसमें भुगतान केवल माल भेजे जाने से पहले किया जाता है।

Wang ने निवेशकों से कहा कि सुधार की प्रक्रिया अभी जारी है और बैजिउ उद्योग गहरे समायोजन के दौर से गुजर रहा है। उन्होंने कहा कि कमजोर उपभोक्ता मांग और उपभोग के कम होते अवसरों की स्थिति में बुनियादी बदलाव नहीं आया है, और Moutai की शराब तथा Moutai के सॉस-अरोमा उत्पादों पर अब भी बाजार का दबाव है।

कंपनी ने कहा कि उसका लक्ष्य ऐसा अधिक व्यवस्थित बाजार बनाना है, जहां आपूर्ति और मांग का बेहतर तालमेल हो तथा बिक्री की मात्रा और कीमतें संतुलित रहें। यह बयान ऐसे समय आया है जब चीन की कई उपभोक्ता कंपनियां विवेकाधीन खर्च में नरमी से जूझ रही हैं।

व्यापक पेय उद्योग में इस बदलाव पर नज़र केवल Moutai से जुड़े फेरबदल के रूप में नहीं रखी जा रही है। देश के सबसे प्रभावशाली बैजिउ उत्पादक का कदम स्पिरिट्स कारोबार में वितरकों को मिलने वाले प्रोत्साहनों को बदल सकता है और धीमी मांग का सामना कर रही अन्य पेय कंपनियों के लिए एक मॉडल बन सकता है—खासकर उन कंपनियों के लिए जो सीधे उपभोक्ताओं को बिक्री और पारंपरिक थोक नेटवर्क के बीच संतुलन बनाने की कोशिश कर रही हैं।

राजस्व का बिक्री चैनलों के बीच बंटवारा पहले ही काफी बदल चुका है। 2025 के पहले नौ महीनों में Kweichow Moutai ने प्रत्यक्ष बिक्री से 55.555 अरब युआन और थोक व एजेंसी चैनलों से 72.842 अरब युआन का राजस्व दर्ज किया। कुल राजस्व में थोक की हिस्सेदारी लगभग 56.73% और प्रत्यक्ष बिक्री की 43.27% थी। 2026 के पहले नौ महीनों में प्रत्यक्ष बिक्री का राजस्व बढ़कर 73.774 अरब युआन हो गया, जबकि थोक और एजेंसी राजस्व घटकर 57.120 अरब युआन रह गया। इससे अनुपात उलट गया : प्रत्यक्ष बिक्री की हिस्सेदारी बढ़कर 56.36% और थोक की घटकर 43.64% हो गई।

कंपनी के तीसरी तिमाही के आंकड़ों के अनुसार, प्रत्यक्ष बिक्री चैनल का राजस्व पिछले साल की समान अवधि की तुलना में 32.79% बढ़ा, जबकि थोक और एजेंसी राजस्व 21.58% गिरा। 2026 के पहले नौ महीनों में कुल परिचालन राजस्व केवल 1.82% बढ़ा। इससे पता चलता है कि मुख्य बदलाव मांग में व्यापक तेजी के बजाय बिक्री चैनलों के मिश्रण में आया है।

कंपनी की प्रमुख Feitian Moutai से उसकी रणनीति में आए बदलाव का अंदाज़ा मिलता है। 1 जनवरी को 53% ABV वाली 500 मिलीलीटर की बोतल i Moutai पर पहली बार प्रति बोतल 1,499 युआन में बेची गई। एक व्यक्ति के लिए प्रतिदिन 12 बोतलों की सीमा तय थी। रिपोर्ट के अनुसार, पहले आधे घंटे के दौरान पुन:पूर्ति की कई खेपें 30 सेकंड के

भीतर बिक गईं। 18 जुलाई को खुदरा कीमत बढ़ाकर 1,639 युआन कर दी गई।

रिपोर्ट के अनुसार, i Moutai पर आपूर्ति बढ़ने के साथ आधिकारिक प्लेटफ़ॉर्म की कीमत और द्वितीयक बाजार की वास्तविक कीमतों के बीच का अंतर कम हुआ। इसमें कहा गया कि सेकंडहैंड प्लेटफ़ॉर्म पर बिचौलियों का प्रति बोतल प्रीमियम घटकर लगभग 50 से 60 युआन रह गया है।

डीलरों की भूमिका भी बदल रही है। कंपनी की कंसाइनमेंट व्यवस्था के तहत उपभोक्ता पूरी खरीद i Moutai पर करते हैं और डीलरों को अब थोक तथा खुदरा कीमतों के अंतर से लाभ नहीं मिलता। इसके बजाय उन्हें सेवा शुल्क मिलता है। यह मॉडल 2026 की शुरुआत में व्यापक सुधार योजना के हिस्से के रूप में शुरू किया गया था।

इस व्यवस्था में माल का स्वामित्व डीलर को हस्तांतरित नहीं होता। डीलरों को भंडार खरीदना नहीं पड़ता और उन्हें केवल जमा राशि देनी होती है। उत्पाद Moutai के स्वामित्व में रहते हैं, उनकी बिक्री i Moutai के ज़रिए ही होनी चाहिए और कीमत कंपनी की आधिकारिक खुदरा कीमत होती है। Wang ने कहा कि अब तक यह मॉडल सुचारु रूप से चला है और बिक्री उम्मीदों के अनुरूप रही है। हालांकि, उन्होंने यह भी कहा कि यह अभी परीक्षण के चरण में है और इसमें और सुधार की ज़रूरत है।

इस बदलाव ने निवेशकों के कंपनी की बैलेंस शीट को समझने के तरीके को भी प्रभावित किया है। चीन के बैजिउ क्षेत्र में अनुबंध देनदारियों को अक्सर ऐसे माल के लिए डीलरों से मिले अग्रिम भुगतान के रूप में देखा जाता है, जिसे उन्होंने अभी उठाया नहीं है। अनुबंध देनदारियों का बढ़ना इस बात का संकेत हो सकता है कि डीलर आशावादी हैं और पहले ही भंडार सुरक्षित करने को तैयार हैं। इनमें तेज़ गिरावट या तो वितरण चैनलों की कमजोर उम्मीदों की ओर इशारा कर सकती है या फिर इस ओर कि उत्पादक वितरकों पर भंडार का दबाव जानबूझकर घटा रहा है।

Wang ने कहा कि उपभोक्ता मांग में बदलाव के चलते पारंपरिक अग्रिम भुगतान वाली भंडार व्यवस्था अब उपयुक्त नहीं रही। उन्होंने कहा कि अनुबंध देनदारियां अब आपूर्ति और मांग की स्थिति का मुख्य पैमाना नहीं हैं, क्योंकि कंपनी स्व-प्रचालित चैनलों के ज़रिए उपभोक्ताओं तक अधिक सीधे पहुंच रही है और कंसाइनमेंट बिक्री से उसी तरह अग्रिम भुगतान नहीं मिलता। उन्होंने यह भी कहा कि मांग-आधारित नई डिलीवरी व्यवस्था के तहत डीलर माल आवंटित होने से ठीक पहले भुगतान करते हैं।

कंपनी ने अपनी क्षमता विस्तार योजनाओं की रफ्तार भी धीमी की है। 2022 के अंत में Moutai ने चीन की 14वीं पंचवर्षीय योजना के तहत तकनीकी नवीनीकरण परियोजना की घोषणा की थी, जिससे सालाना उत्पादन क्षमता में 19,800 मीट्रिक टन की बढ़ोतरी होने की उम्मीद थी। लेकिन रिपोर्ट के अनुसार, 2025 में केवल दो आसवन कार्यशालाओं में उत्पादन शुरू हुआ और बढ़ी हुई क्षमता का अधिकांश हिस्सा अब तक चालू नहीं हुआ है।

Wang ने कहा कि भविष्य में क्षमता कितनी तेज़ी से जारी की जाएगी, यह बाजार की स्थितियों, भौगोलिक संकेत संरक्षण क्षेत्र की पर्यावरणीय वहन क्षमता और कुशल कर्मचारियों को प्रशिक्षित करने में लगने वाले समय को ध्यान में रखकर तय होगा। उन्होंने कहा कि 2027 के लिए उत्पादन की तैयारियां पूरी हो चुकी हैं और पहले किए गए व्यापक आकलन के बाद कंपनी ने Moutai की आधार मदिरा उत्पादन क्षमता में बढ़ोतरी नहीं की।

यह फैसला ऐसे समय में आपूर्ति को लेकर अधिक सतर्क रुख का संकेत देता है, जब कुछ निवेशकों को चिंता रही है कि i Moutai, स्व-प्रचालित स्टोरों और फ्रैंचाइज़ आउटलेट के ज़रिए उत्पादों की व्यापक उपलब्धता Moutai की लंबे समय से विकसित की गई दुर्लभता की छवि को कमजोर कर सकती है।

Wang ने इस चिंता का जवाब दिया। उन्होंने कहा कि कई उपभोक्ताओं ने जिस स्थिति को पहले दुर्लभता समझा, वह दरअसल आपूर्ति और मांग के बीच असंतुलन के साथ-साथ बाधित वितरण चैनलों और सट्टेबाज़ी के लिए भंडार जमा करने का नतीजा थी। उनके अनुसार, उपभोक्ता अक्सर आधिकारिक स्टोरों से खरीद नहीं पाते थे या उन्हें बढ़ी हुई कीमतें चुकानी पड़ती थीं। इसकी वजह यह नहीं थी कि उत्पाद मूल रूप से मिल ही नहीं सकता था, बल्कि यह थी कि आपूर्ति

श्रृंखला वास्तविक अंतिम खरीदारों तक प्रभावी ढंग से नहीं पहुंच रही थी।

Economic Observer में उद्धृत उद्योग विश्लेषक ने कहा कि तय समय पर होने वाली तेज़ खरीद बिक्री से हटकर गतिशील पुन:पूर्ति और रोज़ाना बिक्री की ओर बढ़ना Moutai के मौजूदा बाजार सुधार के सबसे स्पष्ट संकेतों में से एक है। इसकी वजह यह है कि इससे उत्पाद को मुख्य रूप से निवेश के लक्ष्य के रूप में देखने के बजाय फिर से पेय के रूप में उपभोग करने की दिशा मिलती है। यह बदलाव पूरी तरह सफल होगा या नहीं, यह इस बात पर निर्भर करेगा कि कमजोर बाजार में डीलर नेटवर्क की आर्थिक व्यवहार्यता बनाए रखते हुए Moutai कीमतें कितनी स्थिर रख पाती है।