vinetur

IWSR के मुताबिक, 2025 में अमेरिका में रेडी-टू-ड्रिंक अल्कोहल की मात्रा 1% घटी

स्पिरिट-आधारित कॉकटेल 17% बढ़े, हार्ड टी 5% चढ़ी और हार्ड सेल्टज़र 8% गिरा—प्रीमियम उत्पादों की ओर बदलाव का संकेत

शनिवार, 14 नवंबर 2026

IWSR के शुक्रवार, 13 नवंबर को जारी नए शोध के मुताबिक, अमेरिका के आरटीडी बाजार में वृद्धि का अगला दौर प्रीमियम रेडी-टू-ड्रिंक कॉकटेल और हार्ड टी से संचालित होने की संभावना है। यह ऐसे समय हो रहा है जब तेज विस्तार के कई वर्षों के बाद व्यापक श्रेणी की वृद्धि स्थिर पड़ रही है।

IWSR के RTDs Strategic Study 2026 USA के मुताबिक, 2025 में अमेरिका में कुल आरटीडी बिक्री मात्रा 1% घटी। यह गिरावट बताती है कि महामारी के बाद आई तेजी के पश्चात बाजार स्थिर हो रहा है, न कि दशक के शुरुआती वर्षों में कई ब्रांडों को आगे बढ़ाने वाली व्यापक वृद्धि जारी है। इस अपेक्षाकृत स्थिर बाजार में शोध के संकेत हैं कि वृद्धि अब पहले बिक्री मात्रा में अग्रणी रहे उत्पादों से हटकर अधिक मूल्य वाले उत्पादों की ओर जा रही है, खासकर स्पिरिट से बने प्रीमियम कॉकटेल की ओर।

इस बदलाव का सबसे स्पष्ट संकेत लंबे समय से स्थापित सबसे बड़े वर्गों में दिखा। मात्रा के लिहाज से अब भी सबसे बड़ी आरटीडी श्रेणी हार्ड सेल्टज़र की बिक्री मात्रा 2025 में 8% घटी। IWSR का अनुमान है कि 2030 तक इसकी चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर (CAGR) -7% रहेगी। फ्लेवर्ड अल्कोहलिक बेवरेजेज़—जिसमें अल्कोपॉप और कूलर शामिल हैं—की बिक्री मात्रा 2025 में 4% घटी और 2030 तक इसकी CAGR -3% रहने का अनुमान है।

इसके उलट, आरटीडी कॉकटेल में जोरदार वृद्धि दर्ज की गई। IWSR के मुताबिक, 2025 में कॉकटेल की बिक्री मात्रा 17% बढ़ी, जबकि हार्ड टी में 5% की वृद्धि हुई। आरटीडी कॉकटेल और लॉन्ग ड्रिंक्स के व्यापक वर्ग में यह रफ्तार जारी रहने की उम्मीद है ; 2030 तक इसकी अनुमानित CAGR 9% है। पेय कंपनियों के लिए यह बदलाव आने वाले वर्षों में निवेश की दिशा तय कर सकता है, खासकर अमेरिका के उन उपभोक्ताओं के लिए बनाए गए स्पिरिट-आधारित कॉकटेल पोर्टफोलियो में, जो खरीदारी को लेकर अधिक चयनशील होते दिख रहे हैं, लेकिन जिन उत्पादों को वे कीमत के लायक मानते हैं, उनके लिए अधिक खर्च करने को अब भी तैयार हैं।

IWSR में आरटीडी इनसाइट्स की प्रमुख Susie Goldspink ने कहा कि बाजार उस मुकाम के करीब पहुंच रहा है जहां 2030 तक कॉकटेल, हार्ड सेल्टज़र और फ्लेवर्ड अल्कोहलिक बेवरेजेज़ की बिक्री मात्रा एक-दूसरे के काफी करीब होगी। उनके मुताबिक, इसका अर्थ है कि उत्पादकों को धीमी पड़ रही श्रेणियों में पुरानी बाजार हिस्सेदारी बचाने की कोशिश करने के बजाय उन हिस्सों पर ध्यान देना चाहिए जहां रफ्तार बन रही है। उन्होंने कहा कि शोध से पता चलता है कि उपभोक्ता उन प्रीमियम उत्पादों पर अधिक खर्च करने को तैयार हैं जिन्हें वे पहले से पसंद करते हैं।

IWSR ने स्पिरिट-आधारित आरटीडी में इस बदलाव के असर का एक उदाहरण व्हिस्की-आधारित उत्पादों को बताया, जो खुद एक कमजोर श्रेणी का हिस्सा हैं। अध्ययन के मुताबिक, 2025 में कुल व्हिस्की आरटीडी की बिक्री मात्रा 11% घटी।

लेकिन Whisky Sour आरटीडी कॉकटेल में 1,500% से अधिक की वृद्धि हुई और वे व्हिस्की आरटीडी की बिक्री मात्रा का 66% बन गए। Goldspink ने कहा कि यह रुझान दिखाता है कि पुरानी शैली के उत्पादों की व्यापक श्रेणी में गिरावट के बावजूद प्रीमियम कॉकटेल की वास्तविक मांग है। उन्होंने कहा कि व्हिस्की आरटीडी की कुल श्रेणी में CAGR 1% रहने का अनुमान है, जिससे यह लगभग स्थिर रहेगी ; लेकिन यह समग्र आंकड़ा प्रीमियम कॉकटेल स्वरूपों की मजबूत वृद्धि को छिपा देता है।

अध्ययन में ऑन-प्रिमाइज़ चैनल को भविष्य में विस्तार का एक बड़ा स्रोत भी बताया गया। IWSR के मुताबिक, स्पिरिट-आधारित आरटीडी की ऑन-ट्रेड बिक्री में हिस्सेदारी 2020 के 6% से बढ़कर 2026 में 16% हो गई। 2030 तक इस चैनल में 12% CAGR रहने की उम्मीद है। इसी अवधि में ऑफ-ट्रेड बिक्री की वृद्धि दर धीमी, 5% रहने का अनुमान है। IWSR ने बताया कि सर्वेक्षण में शामिल 47% उपभोक्ताओं ने कहा कि उन्होंने 2026 में बार, रेस्तरां या ऐसी ही जगहों पर आरटीडी खरीदे, जबकि 2023 में यह आंकड़ा 37% था।

Goldspink ने कहा कि स्पिरिट-आधारित आरटीडी के लिए ऑन-प्रिमाइज़ चैनल, ऑफ-प्रिमाइज़ की तुलना में दोगुनी तेजी से बढ़ रहा है और प्रीमियम पहचान बनाने का सबसे तेज रास्ता उपलब्ध कराता है। उनके मुताबिक, इस चैनल से उत्पाद की कीमत का ऐसा संदर्भ तय करने में मदद मिलती है जो बाद में खुदरा बिक्री में भी कायम रह सकता है। वोडका के अलावा अन्य स्पिरिट से बने ब्रांडों के लिए भी ऑन-प्रिमाइज़ चैनल खास तौर पर उपयोगी हो सकता है। IWSR के अनुसार, व्हिस्की और जिन से बने आरटीडी यहां अपेक्षाकृत बेहतर प्रदर्शन करते हैं; इसलिए दुकानों में बड़े पैमाने पर पहुंचने से पहले मांग बनाने के लिए बार और रेस्तरां आशाजनक जगहें हैं।

IWSR ने स्पोर्ट्स ड्रिंक से प्रेरित आरटीडी को भी एक खास क्षेत्र के रूप में रेखांकित किया। इसे वह फ्लेवर्ड अल्कोहलिक बेवरेजेज़ की श्रेणी में रखता है। अध्ययन ने इस विशिष्ट क्षेत्र को उभरती वृद्धि का एक स्रोत बताया, जिसे आंशिक रूप से सोशल मीडिया पर बढ़ती दृश्यता से समर्थन मिल रहा है। Goldspink ने कहा कि नए ब्रांड ऐसे उत्पादों की उपभोक्ता मांग का जवाब दे रहे हैं जो बेहतर-स्वास्थ्य विकल्पों के क्षेत्र में "मज़ा और उपयोगिता" का मेल करते हैं। उन्होंने वोडका-आधारित आरटीडी की बढ़ती संख्या का जिक्र किया, जो स्पोर्ट्स ड्रिंक से जुड़े संकेतों—जैसे इलेक्ट्रोलाइट्स, "एड" फ्लेवर, कम चीनी और बिना कार्बोनेशन वाले स्वरूप—का इस्तेमाल करते हैं और दिन के समय या अनौपचारिक मौकों पर पीने के लिए बनाए जाते हैं।

यह रुझान सौदों में भी दिखने लगा है। अक्टूबर 2026 में Constellation Brands ने स्पोर्ट्स ड्रिंक जैसी पहचान वाले वोडका-आधारित आरटीडी ब्रांड SpikedAde को 75 मिलियन डॉलर में खरीदा। यह अधिग्रहण संकेत देता है कि बड़ी पेय कंपनियां परिपक्व हो रहे हार्ड सेल्टज़र बाजार से आगे उन उपश्रेणियों की ओर देख रही हैं जिनमें वृद्धि की गुंजाइश अब भी हो सकती है, क्योंकि स्पिरिट, बीयर से मिलते-जुलते पेय और सुविधा-केंद्रित अन्य श्रेणियों में उपभोक्ताओं की पसंद लगातार बदल रही है।