vinetur

50 डॉलर से अधिक कीमत वाली वाइन की बिक्री बढ़ा रहे हैं युवा उपभोक्ता

Wine Market Council के अध्ययन में 60 वर्ष से कम उम्र के खरीदारों ने 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र वालों की तुलना में लगभग दोगुनी संभावना से कहा कि वे अधिक वाइन खरीद रहे हैं

बुधवार, 18 नवंबर 2026



Wine Market Council की ओर से मंगलवार, 17 नवंबर को जारी नए शोध के अनुसार, 50 डॉलर या उससे अधिक कीमत वाली वाइन के बाजार में युवा उपभोक्ताओं की भूमिका बढ़ रही है, जबकि उम्रदराज खरीदारों के खरीदारी से पीछे हटने के संकेत मिल रहे हैं।

लक्ज़री वाइन उपभोक्ताओं पर समूह के अध्ययन के पहले चरण में पाया गया कि 60 वर्ष से कम उम्र के खरीदारों ने उम्रदराज उपभोक्ताओं की तुलना में अधिक कीमत वाली वाइन की खरीद बढ़ाने की बात कहने की अधिक संभावना जताई, जबकि आम तौर पर उनकी संपत्ति कम थी। ये नतीजे इस ओर इशारा करते हैं कि लक्ज़री वाइन खरीदने वालों के बारे में लंबे समय से चली आ रही कुछ धारणाएं बदल रही हैं। इस बदलाव का असर इस बात पर पड़ सकता है कि व्यापक पेय कारोबार में उत्पादक, खुदरा विक्रेता और रेस्तरां अपनी वाइन की पेशकश कैसे तय करते हैं और ग्राहकों को आकर्षित करने की कोशिश कैसे करते हैं।

शोध के नतीजे 11 नवंबर को आयोजित एक वेबिनार में Wine Market Council की अध्यक्ष Michelle Egan और समूह के शोध निदेशक Christian Miller ने Wine Opinions के संस्थापक और मुख्य कार्यकारी John Gillespie के साथ प्रस्तुत किए। यह अध्ययन Wine Market Council ने Wine Opinions के साथ मिलकर किया।

शोधकर्ताओं ने 1,401 लोगों का सर्वेक्षण किया, जिनमें से 714 कम-से-कम कभी-कभार 50 डॉलर से अधिक कीमत वाली वाइन खरीदने वाले थे। चूंकि Wine Opinions के पैनल में उम्रदराज लोगों का अनुपात अधिक रहता है, इसलिए अध्ययन में ऑनलाइन माध्यम से 500 से अधिक उपभोक्ताओं का अतिरिक्त नमूना भी शामिल किया गया, जिनमें लगभग 80% की उम्र 40 वर्ष से कम थी। जवाबों में बढ़ा-चढ़ाकर बताए जाने की संभावना घटाने के लिए प्रतिभागियों को 50 डॉलर से अधिक कीमत वाली वाइन की अपनी सबसे हालिया खरीद की पहचान करनी थी और उस मूल्य श्रेणी में अपनी पसंदीदा वाइन का नाम बताना था। Wine Opinions ने 15 व्यक्तिगत साक्षात्कार भी किए।

योग्य खरीदारों में 21 से 39 वर्ष की उम्र वाले 17% लोगों ने कहा कि वे दो से तीन साल पहले की तुलना में अब 50 डॉलर या उससे अधिक कीमत वाली वाइन ज्यादा खरीद रहे हैं। यह दर 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र के खरीदारों की दर से लगभग दोगुनी थी। 40 से 59 वर्ष की उम्र वाले उपभोक्ताओं में यह आंकड़ा 16% था। इसके विपरीत, 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र के केवल 9% प्रतिभागियों ने कहा कि वे 50 डॉलर या उससे अधिक कीमत वाली वाइन पर अपना खर्च बढ़ाने की योजना बना रहे हैं।

हालांकि, सभी आयु वर्गों के लगभग एक-तिहाई प्रतिभागियों ने कहा कि उन्हें इस साल उस मूल्य श्रेणी की वाइन पर कम खर्च करने की उम्मीद है। अध्ययन से संकेत मिलता है कि इनमें से कई उपभोक्ता वाइन पूरी तरह छोड़ नहीं रहे, बल्कि कम कीमत वाली श्रेणी की ओर जा रहे हैं। कुल 89% प्रतिभागियों ने कहा कि वे 25 से 49 डॉलर कीमत वाली वाइन कम-से-कम हर दो से तीन महीने में खरीदते हैं।

अध्ययन में यह भी पाया गया कि लक्ज़री वाइन खरीदारों का आधार विभिन्न आयु वर्गों में उस धारणा से अधिक फैला हुआ है, जो उद्योग के कुछ लोगों की हो सकती है। योग्य खरीदारों में 29% की उम्र 21 से 39 वर्ष, 31% की 40 से 59 वर्ष और 40% की 60 वर्ष या उससे अधिक थी। अध्ययन का दूसरा चरण, जिसे दिसंबर में जारी किया जाना है, इन वर्गों का आकार अधिक सटीक रूप से बताने की उम्मीद है।

लिंग के आधार पर अंतर, उम्र के अंतर से कहीं अधिक स्पष्ट थे। 21 से 39 वर्ष के खरीदारों में महिलाओं की हिस्सेदारी 58% और 40 से 59 वर्ष के खरीदारों में 55% थी। 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र के खरीदारों में 68% पुरुष थे।

हालांकि, पीढ़ियों के बीच आय और संपत्ति का अंतर अब भी बना हुआ है। 21 से 39 वर्ष की उम्र वाले आधे प्रतिभागियों ने बताया कि उनके परिवार की कुल संपत्ति 100,000 डॉलर से कम है। 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र के प्रतिभागियों में यह अनुपात 7% था। Gillespie ने कहा कि ऐसा लगता है कि कई युवा खरीदार अपनी आय मिलाकर कभी-कभार 50 से 80 डॉलर की बोतलें खरीदते हैं।

खरीदने के बाद उपभोक्ता इन बोतलों का इस्तेमाल कैसे करते हैं, यही अध्ययन में सबसे स्पष्ट अंतर हो सकता है। युवा खरीदार महंगी बोतलों को रखने के बजाय जल्द खोलने की कहीं अधिक संभावना रखते थे। 21 से 39 वर्ष के प्रतिभागियों में 21% ने कहा कि वे 100 डॉलर से अधिक कीमत वाली बोतल कम-से-कम हफ्ते में एक बार खोलते हैं। 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र वालों में यह आंकड़ा 3% था।

यह रुझान उस संग्रहकर्ता-केंद्रित छवि से अलग तरह के लक्ज़री खरीदार की ओर इशारा करता है, जिसने वर्षों तक महंगी वाइन के बाजार के कुछ हिस्सों को आकार दिया है। अध्ययन में युवा उपभोक्ताओं के तहखाने में वाइन संग्रह बनाने, घर में बड़ी मात्रा में वाइन रखने और महंगी वाइन को लंबे समय तक सहेजकर रखने की संभावना कम थी। साक्षात्कारों में इसके कई संभावित कारण सामने आए, जिनमें कम आय, छोटे घर, घर खरीदने के बजाय किराये पर रहना, अधिक बार घर बदलना और वाइन को पुराना करने के बजाय अभी पीने की सहज पसंद शामिल हैं।

युवा खरीदारों का वाइन क्लबों से जुड़ाव भी कम दिखा। 21 से 39 वर्ष के प्रतिभागियों में 43% ने कहा कि वे कभी किसी वाइन क्लब में शामिल नहीं हुए और केवल 18% एक से अधिक क्लब के सदस्य थे। 60 वर्ष और उससे अधिक उम्र के खरीदारों में 41% एक से अधिक क्लब के सदस्य थे। क्लबों में कम भागीदारी का मतलब हो सकता है कि युवा उपभोक्ता किसी एक वाइनरी से कम बंधे हैं और अलग-अलग ब्रांडों तथा क्षेत्रों की वाइन खरीदने के लिए अधिक तैयार हैं।

ऐसा बदलाव पहले से होता दिख रहा है। Miller ने कहा कि युवा उपभोक्ता California पर कम निर्भर हैं और वाइन के व्यापक क्षेत्रों से खरीदारी करने के लिए अधिक खुले हैं। उन्होंने कहा कि Wine Market Council के अन्य सर्वेक्षणों में भी यह रुझान दिखा है। उत्पादकों और विक्रेताओं के लिए, लक्ज़री खरीदारों को लेकर पारंपरिक धारणाओं में बदलाव एक अवसर की ओर इशारा कर सकता है। यदि प्रीमियम वाइन खरीदने वालों को उम्रदराज, संग्रहकर्ता और मुख्य रूप से California पर केंद्रित मानकर बिक्री की रणनीति बनाई जाए, तो बाजार के मौजूदा हिस्से छूट सकते हैं।

अध्ययन में यह भी पाया गया कि युवा खरीदार अधिक कीमत चुकाने को तैयार हैं, लेकिन बदले में उनसे अधिक अपेक्षा रखते हैं। Wine Opinions द्वारा किए गए साक्षात्कारों में उपभोक्ताओं ने कहा कि ऊंची कीमत ध्यान खींच सकती है, लेकिन इससे गुणवत्ता को लेकर अपेक्षाएं भी बढ़ती हैं। खरीदारों ने कहा कि उन्हें तब अधिक भरोसा महसूस होता है जब कोई भरोसेमंद खुदरा विक्रेता या उनकी पसंद समझने वाला सोमेलियर सिफारिश करता है, जब उन्होंने खुद शोध किया हो या जब वे खुद किसी वाइनरी जा चुके हों।

दिसंबर में आने वाले शोध के अगले चरण में यह जांचने की उम्मीद है कि लक्ज़री वाइन उपभोक्ताओं के लिए कौन-सी विशेषताएं सबसे अधिक मायने रखती हैं और खरीदारों को अलग-अलग व्यक्तित्व-समूहों में बांटा जाएगा। इससे महंगी वाइन का बाजार कैसे बदल रहा है, इस पर अधिक करीबी नजर मिलेगी।