vinetur

कम पेय मात्रा के बावजूद ब्रिटेन के अल्कोहल बाजार में £1.1bn की बढ़ोतरी

बढ़त का लगभग पूरा हिस्सा पब, बार और रेस्तरां से आया, जिससे संकेत मिलता है कि बिक्री मजबूत मांग के बजाय ऊंची कीमतों से बढ़ी

बुधवार, 18 नवंबर 2026



NielsenIQ के आंकड़ों के मुताबिक, 10 नवंबर को एक उद्योग सम्मेलन में पेश किए गए आंकड़ों के अनुसार, पिछले एक साल में ब्रिटेन के बीयर, वाइन और स्पिरिट बाजार का मूल्य बढ़ा, जबकि पेय पदार्थों की मात्रा में गिरावट आई। इस बढ़ोतरी में लगभग पूरा योगदान पब, बार और रेस्तरां का रहा।

अध्ययन में बताया गया कि पूरे कारोबार में कुल बिक्री £1.1bn बढ़कर £50.3bn हो गई, जबकि कुल मात्रा एक साल पहले की तुलना में 73 million लीटर घट गई। ऑन-ट्रेड—जिसमें पब, बार और रेस्तरां शामिल हैं—का मूल्यवृद्धि में £1bn का योगदान रहा। ऑफ-ट्रेड—जिसमें सुपरमार्केट और घर ले जाने के लिए पेय बेचने वाले अन्य खुदरा विक्रेता शामिल हैं—में £76m की बढ़ोतरी हुई।

मात्रा का रुख इसके उलट रहा। NielsenIQ के अनुसार, ऑन-ट्रेड में 55 million लीटर की गिरावट दर्ज की गई, जबकि ऑफ-ट्रेड में यह गिरावट 18 million लीटर रही।

इन आंकड़ों से संकेत मिलता है कि उपभोक्ता अब भी घर से बाहर पेय सेवन के अवसरों पर खर्च कर रहे हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि वे कुल मिलाकर अधिक अल्कोहल खरीद रहे हों। ब्रुअर्स, वाइन निर्माताओं, डिस्टिलर्स और खुदरा विक्रेताओं के लिए यह अंतर अहम है, क्योंकि इससे पता चलता है कि वृद्धि की मुख्य वजह मजबूत अंतर्निहित मांग के बजाय कीमतें हैं। इसका असर कंपनियों के बिक्री पूर्वानुमानों, उत्पादों की विविधता तय करने और हॉस्पिटैलिटी स्थलों तथा खुदरा चैनलों के बीच निवेश बांटने के फैसलों पर पड़ सकता है।

NielsenIQ में beverage alcohol की कमर्शियल प्रमुख Rachel Weller ने कहा कि बाजार मूल्य में हुई बढ़ोतरी का बड़ा हिस्सा ऊंची कीमतों के कारण था। उन्होंने कहा कि उपभोक्ता एक साल पहले की तुलना में पेय पदार्थों के लिए अधिक भुगतान कर रहे हैं, लेकिन अब भी ऐसे कुछ अवसर चुन रहे हैं जिन्हें वे इस खर्च के लायक मानते हैं।

इससे बाजार का प्रदर्शन मात्रा के मुकाबले मूल्य के लिहाज से अधिक मजबूत दिखा है, जबकि परिवारों पर आर्थिक दबाव बना हुआ है। Weller ने कहा कि उपभोक्ताओं की बदलती आदतें और खर्च योग्य आय पर लगातार दबाव, दोनों इस बात को बदल रहे हैं कि लोग कैसे पीते हैं और मूल्य कहां पैदा हो रहा है।

इस बदलाव के बीच, राजस्व वृद्धि को सहारा देने में सुपरमार्केट और घर ले जाने वाले अन्य खुदरा दुकानों की तुलना में ऑन-ट्रेड की भूमिका बड़ी हुई है। Weller ने कहा कि यह रुझान ब्रांड बनाने और बजट सीमित होने पर भी उपभोक्ताओं को विभिन्न श्रेणियों से जोड़े रखने में पब, बार और रेस्तरां की भूमिका को भी रेखांकित करता है।

The Morning Advertiser और The Grocer द्वारा आयोजित Drink Tank सम्मेलन में पेश किए गए आंकड़ों से पेय श्रेणियों के बीच अंतर भी सामने आया। Weller ने कहा कि बीयर, साइडर और रेडी-टू-ड्रिंक उत्पाद अल्कोहल बाजार के कई अन्य हिस्सों की तुलना में मौजूदा दबावों का बेहतर सामना कर रहे हैं।

उन्होंने कहा कि इस मजबूती की एक वजह यह है कि उपभोक्ता इन उत्पादों में मिलने वाले मूल्य को किस तरह देखते हैं। लंबी सर्विंग के कारण बीयर, साइडर और RTD उत्पाद कुछ विकल्पों की तुलना में बेहतर सौदा लग सकते हैं। इन श्रेणियों में पहले की तुलना में अल्कोहल-बाय-वॉल्यूम (ABV) के स्तरों की विविधता भी अधिक होती है, जिससे संयमित सेवन खरीदारी के फैसलों में अहम होने पर पीने वालों को ज्यादा विकल्प मिलते हैं।

इससे यह समझने में मदद मिल सकती है कि पीने की आदतें बदलने के साथ बाजार के कुछ हिस्से बेहतर प्रदर्शन क्यों कर रहे हैं। कम खर्च करने, कम अल्कोहल पीने या किसी अवसर को ज्यादा देर तक चलाने की इच्छा रखने वाले उपभोक्ताओं को इन श्रेणियों में अब भी विकल्प मिल सकते हैं—चाहे वे घर पर हों या लाइसेंसधारी प्रतिष्ठानों में।

सुपरमार्केट के लिए, ये आंकड़े हॉस्पिटैलिटी क्षेत्र की तुलना में मूल्यवृद्धि में उनके कम योगदान की ओर इशारा करते हैं। ऑफ-ट्रेड बिक्री नकद मूल्य के लिहाज से बढ़ी, लेकिन यह बढ़ोतरी ऑन-ट्रेड की तुलना में मामूली थी। मात्रा में गिरावट के साथ, आंकड़े संकेत देते हैं कि ऊंची कीमतों के बिना खुदरा क्षेत्र में अल्कोहल की बिक्री की वृद्धि बनाए रखना कठिन होता जा रहा है।

व्यापक पेय उद्योग के लिए बाजार की तस्वीर मिली-जुली है। राजस्व बढ़ रहा है, लेकिन कम लीटर पेय बेचे जा रहे हैं। इसका मतलब है कि उत्पादक और विक्रेता ऐसे बाजार में काम कर रहे हैं जहां केवल बिक्री के कुल आंकड़ों से अधिक अहम कीमत, बिक्री चैनलों का मिश्रण और उपभोक्ताओं का व्यवहार हो सकता है। ऐसे माहौल में बीयर, वाइन और स्पिरिट से जुड़े कारोबार इस पर करीबी नजर रखेंगे कि क्या उपभोक्ता ऊंची कीमतें स्वीकार करते रहेंगे और क्या पब, बार तथा रेस्तरां में खर्च मूल्य में आगे की बढ़ोतरी को सहारा देने के लिए पर्याप्त मजबूत बना रहेगा।