vinetur

Anheuser-Busch का कहना है कि Michelob Ultra और Busch Light की अमेरिकी बीयर बिक्री में हिस्सेदारी लगभग 15% रही

कंपनी के मुताबिक, 2026 की तीसरी तिमाही में मात्रा के हिसाब से दोनों ब्रांडों की संयुक्त हिस्सेदारी लगभग 15% रही; Circana के आंकड़े दिए, पूरी तालिकाएं नहीं।

बुधवार, 18 नवंबर 2026



Anheuser-Busch ने मंगलवार, 17 नवंबर को कहा कि 2026 की तीसरी तिमाही में Michelob Ultra और Busch Light की संयुक्त हिस्सेदारी मात्रा के हिसाब से अमेरिका की बीयर बिक्री में लगभग 15% रही। इससे पता चलता है कि देश के बीयर बाजार में उसके इन दो घरेलू ब्रांडों का महत्व कितना बढ़ गया है।

यह आंकड़ा Circana के डेटा पर आधारित था, जिसका कंपनी ने WebWire पर जारी कॉरपोरेट बयान में हवाला दिया। Anheuser-Busch ने कहा कि संयुक्त हिस्सेदारी अमेरिका में बीयर की बिक्री की मात्रा से जुड़ी है और यह सिर्फ इन दोनों ब्रांडों के प्रदर्शन को दर्शाती है, कंपनी के पूरे अमेरिकी पोर्टफोलियो को नहीं।

बयान में Michelob Ultra को मात्रा के हिसाब से देश का सबसे ज्यादा बिकने वाला बीयर ब्रांड बताया गया। इसमें यह भी कहा गया कि मात्रा के आधार पर हिस्सेदारी में वृद्धि के मामले में Busch Light दूसरे स्थान पर रहा। कंपनी ने बाजार से जुड़े अपने दावों के लिए Circana और Nielsen के आंकड़ों का हवाला दिया, लेकिन घोषणा के साथ मूल विस्तृत तालिकाएं प्रकाशित नहीं कीं।

लगभग 15% का यह आंकड़ा दिखाता है कि वैश्विक ब्रूइंग उद्योग के लिए अहम बने बाजार में अलग-अलग ब्रांडों के बीच हिस्सेदारी किस तरह बंटी हुई है। Anheuser-Busch के लिए यह संख्या खुदरा विक्रेताओं और वितरकों के बीच अपनी स्थिति मजबूत करने में लंबे समय से स्थापित इन दो अमेरिकी ब्रांडों की भूमिका भी रेखांकित करती है।

हालांकि, विज्ञप्ति में Michelob Ultra या Busch Light की पिछली बाजार हिस्सेदारी के आंकड़े अलग-अलग या संयुक्त रूप से नहीं दिए गए। इसलिए कंपनी द्वारा जारी सामग्री के आधार पर तिमाही-दर-तिमाही, साल-दर-साल या साल की शुरुआत से अब तक के बदलाव की गणना संभव नहीं है। बयान में हिस्सेदारी का अधिक दशमलव तक सटीक आंकड़ा भी नहीं बताया गया और न ही डेटा के पीछे इस्तेमाल किए गए बाजार पैनल का दायरा स्पष्ट किया गया।

यह इसलिए अहम है क्योंकि बाजार हिस्सेदारी बढ़ने से अपने आप यह साबित नहीं होता कि बीयर का समूचा बाजार बढ़ा या सिकुड़ा। किसी ब्रांड की हिस्सेदारी तब भी बढ़ सकती है जब पूरी श्रेणी की बिक्री मात्रा घट रही हो—बशर्ते उसकी गिरावट प्रतिस्पर्धियों से कम हो या दूसरे ब्रांडों के कमजोर पड़ने के दौरान वह बढ़े। पूरे डेटा के बिना, घोषणा बाजार में सापेक्ष स्थिति तो दिखाती है, लेकिन समूचे बाजार की दिशा नहीं।

Anheuser-Busch, AB InBev की अमेरिकी सहायक कंपनी है। उत्पादन के लिहाज से AB InBev दुनिया की सबसे बड़ी बीयर निर्माता है। BarthHaas ने 17 जून को प्रकाशित अपनी उद्योग रैंकिंग में AB InBev का 2025 का उत्पादन 484.19 मिलियन हेक्टोलिटर बताया। AB InBev का मुख्यालय बेल्जियम के Leuven में है, जबकि Anheuser-Busch का मुख्यालय St. Louis में है।

Michelob Ultra और Busch Light पर कंपनी का जोर उल्लेखनीय है, क्योंकि दोनों ब्रांड बीयर बाजार के अलग-अलग वर्गों को आकर्षित करते हैं। Michelob Ultra ने लाइट बीयर खंड में मजबूत जगह बनाई है, जबकि Busch Light कीमत को लेकर सजग उपभोक्ताओं के बीच लोकप्रिय बना हुआ है और मुख्यधारा के कई खुदरा बिक्री माध्यमों में इसकी मांग कायम रही है। इन दोनों ब्रांडों के संयुक्त पैमाने पर जोर देकर Anheuser-Busch निवेशकों, थोक विक्रेताओं और खुदरा विक्रेताओं का ध्यान अपनी पूरी उत्पाद-शृंखला के बजाय इन दो ब्रांडों में केंद्रित बिक्री शक्ति की ओर दिला रही है।

बयान में प्रतिस्पर्धी ब्रांडों या बीयर निर्माताओं के तुलनीय आंकड़े नहीं दिए गए और यह भी नहीं बताया गया कि संयुक्त हिस्सेदारी में प्रत्येक ब्रांड का कितना योगदान था। राष्ट्रीय और क्षेत्रीय आंकड़े अलग-अलग भी उपलब्ध नहीं कराए गए, इसलिए यह स्पष्ट नहीं है कि सबसे अधिक वृद्धि कहां दर्ज हुई या दोनों ब्रांडों का प्रदर्शन देशभर में व्यापक था या नहीं।

इन सीमाओं के बावजूद, यह जानकारी दिखाती है कि अमेरिका में मात्रा के हिसाब से बीयर बाजार में Michelob Ultra और Busch Light की पकड़ कितनी मजबूत हो गई है। परिपक्व बाजार में, जहां हिस्सेदारी में मामूली बदलाव भी शेल्फ पर जगह, कीमत और वितरण को प्रभावित कर सकता है, संयुक्त हिस्सेदारी का लगभग 15% तक पहुंचना बताता है कि अमेरिका में Anheuser-Busch की रणनीति के केंद्र में ये दोनों ब्रांड बने हुए हैं।