vinetur

अमेरिका में टकीला की बिक्री मात्रा 6.8% बढ़ी, डॉलर मूल्य में वृद्धि केवल 2.3%

NielsenIQ के चार सप्ताह के खुदरा आंकड़ों से संकेत मिला कि उपभोक्ताओं ने अधिक बोतलें खरीदीं, लेकिन छूट, छोटे पैक या सस्ते ब्रांडों की ओर रुख किया

शुक्रवार, 20 नवंबर 2026



अमेरिका में हाल की मापी गई खुदरा अवधि के दौरान टकीला की बिक्री मात्रा में तेज वृद्धि हुई, लेकिन श्रेणी का डॉलर मूल्य इससे कहीं कम बढ़ा। इससे संकेत मिलता है कि दुकानों से अधिक उत्पाद बिकने के बावजूद बेची गई हर इकाई से हासिल औसत मूल्य घटा।

स्पेन के पेय उद्योग प्रकाशन Vinetur ने बुधवार, 18 नवंबर को बताया कि NielsenIQ के NIQ Full View: US Spirits Pulse के आंकड़ों के अनुसार, अमेरिका में मापी गई खुदरा टकीला बिक्री एक साल पहले की तुलना में मात्रा में 6.8% और मौजूदा डॉलर मूल्य में 2.3% बढ़ी। ये आंकड़े 7 नवंबर को समाप्त हुए चार सप्ताह के हैं और उनकी तुलना एक साल पहले की समान अवधि से की गई है।

वृद्धि की इन दोनों दरों के बीच का अंतर उल्लेखनीय है। यदि डॉलर बिक्री 2.3% बढ़ी, जबकि मात्रा में 6.8% की वृद्धि हुई, तो मूल्य वृद्धि और मात्रा वृद्धि के साधारण अनुपात के आधार पर बेची गई प्रति इकाई का निहित औसत मूल्य लगभग 4.2% घटा। इसका अर्थ यह नहीं है कि दुकानों में कीमतें 4.2% कम हुईं। इसकी वजह अधिक छूट, कम कीमत वाले उत्पादों की ओर रुझान, पैक के आकार में बदलाव या उस अवधि में बिके ब्रांडों और उत्पाद श्रेणियों के मिश्रण में अंतर भी हो सकता है।

इस सावधानी के बावजूद, आंकड़े टकीला के मामले में एक स्पष्ट रुझान दिखाते हैं: उपभोक्ताओं ने अधिक खरीदारी की, लेकिन श्रेणी का राजस्व उसी रफ्तार से नहीं बढ़ा। प्रीमियम स्पिरिट्स में आम तौर पर आपूर्तिकर्ता और खुदरा विक्रेता इससे अलग नतीजा देखना चाहते हैं। वहां महंगी बोतलों की ओर उपभोक्ताओं के रुख के कारण मूल्य वृद्धि अक्सर मात्रा वृद्धि के बराबर या उससे अधिक होती है।

Vinetur द्वारा बताए गए आंकड़ों से संकेत मिलता है कि भौतिक मांग के लिहाज से टकीला ने अन्य प्रमुख स्पिरिट्स श्रेणियों से बेहतर प्रदर्शन किया। रिपोर्ट के अनुसार, इसी चार सप्ताह की अवधि में व्हिस्की की बिक्री मूल्य और मात्रा, दोनों में 5% घटी। वोदका का डॉलर मूल्य लगभग स्थिर रहा और 0.1% नीचे आया, जबकि उसकी मात्रा 0.3% घटी।

इससे उल्लिखित श्रेणियों में इकाइयों की बिक्री बढ़ने के लिहाज से टकीला सबसे आगे रही, हालांकि राजस्व में उसका प्रदर्शन शिपमेंट की रफ्तार से मिलने वाले संकेत से अधिक मामूली था। ये आंकड़े मादक पेय बाजार के कुछ हिस्सों में उभर रही व्यापक तस्वीर से मेल खाते हैं: उपभोक्ता खर्च जारी रखे हुए हैं, लेकिन कीमतों को लेकर अधिक सतर्क हैं और छूट तथा उत्पादों के चुनाव पर ज्यादा ध्यान दे रहे हैं।

बताए गए आंकड़े अमेरिका की मापी गई खुदरा बिक्री पर आधारित हैं, पूरे शराब बाजार पर नहीं। मापे गए बिक्री चैनलों में आम तौर पर भाग लेने वाले खुदरा विक्रेताओं की स्कैनर-आधारित बिक्री शामिल होती है, जिससे उपभोक्ताओं की हालिया खरीदारी की विस्तृत तस्वीर मिल सकती है। लेकिन इनमें स्पिरिट्स बेचने वाले सभी आउटलेट शामिल हों, यह जरूरी नहीं है। साथ ही, ये आंकड़े पूरे साल के बजाय केवल चार सप्ताह की अवधि को कवर करते हैं।

प्रकाशित सारांश में डॉलर या इकाइयों में कुल बिक्री के आंकड़े नहीं दिए गए, जिससे तुलना की गुंजाइश सीमित हो जाती है। इन आंकड़ों के बिना इस अवधि में बाजार का आकार निकालना या यह मापना संभव नहीं है कि टकीला की बढ़त में व्यापक मांग का कितना योगदान था और अन्य श्रेणियों की तुलना में छोटे आधार का कितना। जिन सामग्रियों का हवाला दिया गया, उनमें मूल NIQ रिपोर्ट सार्वजनिक रूप से उपलब्ध नहीं थी ; इसलिए प्रकाशित विवरण में Vinetur द्वारा आंकड़ों का दिया गया सारांश इस्तेमाल किया गया है।

फिर भी, टकीला की बिक्री मात्रा और मूल्य वृद्धि के बीच का अंतर महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह दिखाता है कि दुकानों से बिकने वाली इकाइयों की संख्या बढ़ रही है, लेकिन प्रति इकाई राजस्व में उतनी मजबूती नहीं है। व्यावहारिक रूप से ऐसा तब हो सकता है, जब उपभोक्ताओं की टकीला में दिलचस्पी बनी रहे, लेकिन वे खरीदारी में अधिक चयनात्मक हो जाएं। वे कम कीमत वाले उत्पाद चुन सकते हैं, अस्थायी छूटों का लाभ उठा सकते हैं या ऐसे पैक आकारों की ओर जा सकते हैं जो आंकड़ों में दर्ज प्रति इकाई औसत बिक्री मूल्य को कम करते हैं।

यह रुझान उत्पादकों और वितरकों के लिए महत्वपूर्ण है, क्योंकि कई वर्षों से अमेरिकी बाजार में टकीला स्पिरिट्स की सबसे बारीकी से देखी जाने वाली श्रेणियों में रही है। मात्रा में मजबूत वृद्धि उपभोक्ताओं की निरंतर दिलचस्पी और खुदरा बिक्री में स्थिर उठाव का संकेत हो सकती है। लेकिन मूल्य में धीमी वृद्धि मार्जिन पर दबाव का संकेत दे सकती है, यदि रफ्तार बनाए रखने के लिए ब्रांडों को छूट देनी पड़े या कम कीमत वाले उत्पादों का हिस्सा बढ़ाना पड़े।

खुदरा विक्रेताओं के लिए भी ये आंकड़े मिले-जुले संकेत देते हैं। इकाइयों की अधिक बिक्री से शेल्फ पर जगह और इन्वेंटरी के फैसलों को समर्थन मिल सकता है, लेकिन प्रति इकाई औसत मूल्य में धीमी वृद्धि श्रेणी से मिलने वाले राजस्व की उत्पादकता पर असर डाल सकती है। प्रीमियम और सुपर-प्रीमियम टकीला बेचने वाले आपूर्तिकर्ताओं के

सामने यह सवाल हो सकता है कि क्या ग्राहक महंगी बोतलें खरीदने से बच रहे हैं या फिर केवल अल्पकालिक प्रचारात्मक गतिविधियों पर प्रतिक्रिया दे रहे हैं।

व्हिस्की और वोदका से तुलना करने पर टकीला की स्थिति अधिक स्पष्ट होती है। व्हिस्की के मूल्य और मात्रा में समान 5% की गिरावट से संकेत मिलता है कि इस श्रेणी की बिक्री घट रही है, लेकिन प्रति इकाई औसत मूल्य में बड़ा बदलाव नहीं हुआ। वोदका के दोनों मापों में मामूली गिरावट अपेक्षाकृत स्थिर बाजार में हल्की नरमी की ओर इशारा करती है। इसके विपरीत, टकीला की मांग में इतनी मजबूत वृद्धि दिखी कि वह बाकी से अलग नजर आई, हालांकि प्रति इकाई डॉलर मूल्य से मापी गई इस वृद्धि की गुणवत्ता, मात्रा में सुर्खियों में आई बढ़ोतरी के मुकाबले कमजोर रही।

ये आंकड़े मौजूदा डॉलर में बिक्री दर्शाते हैं; इनमें महंगाई या व्यापक अर्थव्यवस्था में बदलती लागतों का समायोजन नहीं किया गया है। इसलिए 2.3% मूल्य वृद्धि का अर्थ यह जरूरी नहीं कि वास्तविक राजस्व भी बढ़ा हो—खासकर जब इनपुट, परिवहन और श्रम की लागत तथा खुदरा मूल्य निर्धारण रणनीतियों को ध्यान में रखा जाए। इसका यह भी मतलब है कि प्रति इकाई निहित औसत मूल्य में गिरावट उत्पादकों के लिए अधिक महत्वपूर्ण हो सकती है, यदि उनकी लागत का आधार उसी दिशा में न बदला हो।

खुदरा बिक्री के ताजा आंकड़ों से यह तय नहीं होता कि टकीला मूल्य वृद्धि के लंबे दौर में प्रवेश कर रही है या यह अंतर नवंबर की शुरुआत में छुट्टियों के मौसम की अस्थायी छूटों और उत्पाद-मिश्रण में बदलाव का नतीजा है। लेकिन ये आंकड़े साफ तौर पर दिखाते हैं कि 7 नवंबर को समाप्त हुए चार सप्ताह के दौरान अमेरिकी उपभोक्ताओं ने मापे गए खुदरा चैनलों में कितनी टकीला खरीदी और उससे कितनी कमाई हुई—इन दोनों के बीच अंतर था।