vinetur

भारत 2027 के प्रस्तावित ईयू व्यापार समझौते के तहत वाइन पर आयात शुल्क 30% तक घटा सकता है

ProWine Mumbai के बाद निर्यातकों को संभावनाएं दिख रही हैं, लेकिन ऊंचे मुनाफे और राज्यों के नियम आयातित बोतलों को महंगा बनाए रख सकते हैं

रविवार, 22 नवंबर 2026



ProWine Mumbai के छठे संस्करण के बाद भारत के आयातित वाइन बाजार में नई रफ्तार के संकेत दिख रहे हैं। हालांकि, इसकी संभावनाएं अब भी एक अनसुलझे सवाल पर टिकी हैं: क्या कम आयात शुल्क से कीमतें इतनी घटेंगी कि मांग सीमित, संपन्न उपभोक्ता वर्ग से आगे बढ़ सके ?

वाइन और स्पिरिट्स के आपूर्तिकर्ताओं, आयातकों तथा वितरकों के लिए अहम मिलन-बिंदु बन चुका यह व्यापार मेला इस साल रिकॉर्ड 16 इतालवी कंपनियों को लेकर आया। उद्योग प्रकाशन Wine Meridian ने रविवार, 22 नवंबर को प्रकाशित एक विश्लेषण में यह जानकारी दी। रिपोर्ट के मुताबिक, बाजार को समझना अब भी मुश्किल है, लेकिन भारत

को दीर्घकालीन विकास बाजार के रूप में देख रहे निर्यातकों के लिए हालात अधिक उत्साहजनक दिशा में बढ़ रहे हैं।

इसका महत्व केवल इटली तक सीमित नहीं है। वाइन और अन्य मादक पेय बनाने वाली कंपनियां धीमी वृद्धि वाले परिपक्व बाजारों पर निर्भरता घटाने के लिए भारत को निर्यात में विविधता लाने का संभावित जरिया मान रही हैं। साथ ही, यह देश इस बात की कसौटी भी है कि वितरण लागत, रेस्तरां के ऊंचे मुनाफे और स्थानीय नियमों के चलते दुकानों तथा वाइन सूचियों में कीमतें ऊंची बनी रहें तो आयात शुल्क में राहत कितनी मददगार हो सकती है।

आशावाद का सबसे बड़ा आधार भारत में वाइन पर आयात शुल्क में अपेक्षित कटौती है। Wine Meridian के अनुसार, ProWine Mumbai में उद्योग जगत के लोग भारत और यूरोपीय संघ के बीच व्यापार समझौते के लागू होने पर करीबी नजर रखे हुए हैं, जिसके 2027 में शुरू होने की उम्मीद है। चर्चा में शामिल समय-सीमा के तहत, शुरुआती चरण में वाइन पर औसत आयात शुल्क लगभग 150% से घटकर करीब 30% हो सकता है और फिर लगभग तीन साल के भीतर संभावित रूप से 15% तक आ सकता है।

कागज पर यह ऐसे बाजार के लिए बड़ा बदलाव होगा, जो वास्तविक आयात वृद्धि के बजाय अपनी संभावनाओं के लिए लंबे समय से जाना जाता है। लेकिन व्यापारी और उत्पादक इस संभावना को लेकर सतर्क हैं। भारत की संघीय व्यवस्था में अलग-अलग राज्यों के पास काफी अधिकार हैं और देशभर में शराब संबंधी नियम, कर तथा वितरण प्रणालियां काफी अलग-अलग हैं। इसलिए, राष्ट्रीय स्तर पर बड़े नीतिगत बदलाव भी उपभोक्ताओं के लिए अंतिम कीमतों में तेजी से या समान रूप से कमी नहीं लाते।

Wine Meridian ने कहा कि कुछ निर्यातक उन देशों के अनुभवों पर पहले से नजर रख रहे हैं, जिन्हें पिछले दो वर्षों में भारतीय बाजार में आयात शुल्क घटने का लाभ मिला है। ऑस्ट्रेलिया और न्यूजीलैंड को शुरुआती उदाहरणों के तौर पर पेश किया गया। प्रकाशन के मुताबिक, न्यूजीलैंड के मामले में भारत को वाइन निर्यात 2025 में कम आधार से लगभग 50% बढ़ा। कुल मात्रा अब भी कम है, लेकिन ये आंकड़े संकेत देते हैं कि बाजार तक पहुंच बेहतर होने पर मांग प्रतिक्रिया दे सकती है।

प्रकाशन का तर्क था कि आशावाद का आधार केवल आयात शुल्क नहीं है। उसने बाजार के विकास में मदद कर रहे तीन व्यापक रुझानों की ओर इशारा किया। पहला, अधिक आय वाले भारतीय उपभोक्ताओं के बीच वाइन का आकर्षण ; उनके लिए आयातित वाइन अब भी प्रतिष्ठा का प्रतीक है। दूसरा, पारंपरिक लग्जरी होटल क्षेत्र से बाहर उच्चस्तरीय भोजनालयों का विस्तार, खासकर मुंबई और नई दिल्ली जैसे शहरों में। तीसरा, आयातकों की नई पीढ़ी का उभार, जिसके युवा अधिकारी अधिक ऊर्जा और नए विचार ला रहे हैं तथा वाइन संस्कृति विकसित करने में अधिक रुचि रखते हैं।

यह बदलाव देश के पेशेवर वाइन जगत में भी दिखाई देता है। रिपोर्ट के अनुसार, भारत में सोमेलियर और Wine & Spirit Education Trust से स्नातक लोगों की संख्या बढ़ रही है। देश में एक Master of Wine, Sonal C. Holland भी हैं, जिनकी अकादमी और सार्वजनिक पहचान ने उपभोक्ताओं के बीच जागरूकता बढ़ाने में मदद की है। ये संकेत व्यापक जन-बाजार का प्रमाण नहीं हैं, लेकिन बताते हैं कि पहले के वर्षों की तुलना में वाइन के लिए समर्थन का आधार मजबूत हुआ है।

रेस्तरां भी इस तस्वीर का अहम हिस्सा हैं। Wine Meridian के अनुसार, बड़े होटल समूहों से बाहर गुणवत्तापूर्ण भोजनालयों की बढ़ती संख्या धीरे-धीरे उन जगहों का दायरा बढ़ा रही है, जहां वाइन परोसी जाती है। मुंबई और नई दिल्ली में वाइन सूचियों का लंबा होना इस रुझान का एक संकेत है। आयातकों और उत्पादकों के लिए रेस्तरां के जरिए बिक्री अहम है, क्योंकि इससे उपभोक्ताओं को अंतरराष्ट्रीय ब्रांडों से परिचित कराने में मदद मिलती है। खुदरा बाजार तक पहुंच ऐसे देश में सीमित और असमान हो सकती है।

लेकिन बाजार की सबसे बड़ी बाधाओं में से एक यहीं साफ दिखाई देती है। कई लोगों ने Wine Meridian को बताया कि अगर आयातक और रेस्तरां बहुत ऊंचा मुनाफा बनाए रखते हैं, तो भविष्य में आयात शुल्क में कटौती का असर काफी हद तक कम हो सकता है। कुछ अन्य लोगों का कहना था कि कीमतों में इतनी गिरावट फिर भी आएगी कि उसका स्पष्ट फर्क

दिखेगा, भले ही कमी आयात शुल्क में कटौती के अनुपात में न हो।

यह चिंता महज सैद्धांतिक नहीं है। Wine Meridian ने बताया कि उसने मुंबई में वाइन सूचियां देखीं, जिनमें यूरोप में प्रति बोतल 10 यूरो से काफी कम शुरुआती कीमत वाली आयातित वाइन उपभोक्ताओं को करीब 120 यूरो में पेश की जा रही थी। प्रकाशन ने ProWein के प्रबंध निदेशक Frank Schindler का एक किस्सा भी साझा किया। उन्होंने कहा कि मेले के शुरू होने से पहले उन्होंने मुंबई के एक प्रसिद्ध रेस्तरां में भोजन किया, जहां सूची में सबसे सस्ती वाइन Prosecco थी और उसकी कीमत करीब 130 यूरो थी। उनके मुताबिक, उन्होंने एक बोतल के लिए करीब 70 यूरो चुकाए, जिसे वे उचित कीमत मानते थे। ये किस्से व्यक्तिगत अनुभवों पर आधारित हैं, लेकिन दिखाते हैं कि एक बोतल की कीमत कितनी जल्दी अमीर ग्राहकों की पहुंच से भी बाहर हो सकती है।

भारत के वाइन बाजार के भविष्य पर बहस में कीमतों का यह अंतर केंद्रीय महत्व रखता है। अगर आयात शुल्क में कमी का लाभ मुख्य रूप से बिचौलियों तक सीमित रहा, तो आयातित वाइन प्रतिष्ठा से जुड़ा विशिष्ट उत्पाद बनी रह सकती है। अगर शुल्क बचत का बड़ा हिस्सा उपभोक्ताओं तक पहुंचा, तो आपूर्तिकर्ता व्यापक स्तर पर बार-बार होने वाली मांग तैयार करना शुरू कर सकते हैं। भारत में निवेश, विपणन और समय लगाने को लेकर निर्यातकों के फैसलों के लिए यह अंतर अहम है। व्यापक पेय कारोबार के लिए भी यह महत्वपूर्ण है, क्योंकि देश का दीर्घकालीन बाजार आकार उन चुनिंदा विकास कहानियों में से एक है, जो वैश्विक रणनीतियों को बदलने की क्षमता रखता है।

भारत के घरेलू वाइन उद्योग का हित भी इस नतीजे से जुड़ा है। आयातित बोतलों की कीमतें घटने से प्रतिस्पर्धा बढ़ सकती है, लेकिन ऐसे बाजार में वाइन की खपत को सामान्य बनाने में भी मदद मिल सकती है, जहां पीने की कुल आदतों में अब भी अन्य श्रेणियों का दबदबा है। उद्योग जगत के लोगों का कहना है कि विकसित होती वाइन संस्कृति से केवल विदेशी उत्पादकों को लाभ नहीं होगा।

Wine Meridian ने यह भी कहा कि भारत में इटली के लिए संस्थागत समर्थन अब भी कमजोर कड़ी है। प्रकाशन ने इटली की सालभर सीमित बाजार मौजूदगी की तुलना ऑस्ट्रेलिया और न्यूजीलैंड जैसे देशों के लगातार प्रयासों से की। उसने स्विट्जरलैंड का भी जिक्र किया, जिसके बारे में कहा गया कि इस साल के मेले में उसके प्रदर्शनी क्षेत्र सबसे बड़े और सबसे व्यस्त क्षेत्रों में से एक थे। भारत जैसे बिखरे हुए और कड़े नियमन वाले बाजार में निर्यातकों के लिए केवल व्यापार मेले में हिस्सा लेना अक्सर पर्याप्त नहीं होता। उन्हें लगातार प्रचार गतिविधियां, बाजार संबंधी जानकारी बढ़ाने में सहायता और वितरण तथा राज्य स्तर की जटिलताओं से निपटने के लिए समन्वित प्रयास की जरूरत होती है।

फिलहाल, वाइन कारोबार के लिए भारत की स्थिति परिचित तो है, लेकिन बदल रही है : बाजार अब भी मुश्किल और महंगा है, मगर उसे ऐसी जगह मानकर खारिज करना अब आसान नहीं, जहां संभावनाएं कभी हकीकत नहीं बनतीं।