vinetur

Grupo Modelo का कहना है कि तीसरी तिमाही में मेक्सिको में उसकी अल्कोहल-रहित बीयर की बिक्री मात्रा लगभग 30% बढ़ी

रिपोर्टों में बिक्री की कुल मात्रा या तुलना का आधार नहीं बताया गया, जिससे अल्कोहल-रहित बीयर श्रेणी के समग्र प्रभाव पर निष्कर्ष निकालना मुश्किल है

सोमवार, 23 नवंबर 2026



El Economista ने 20 नवंबर को कंपनी के बयानों के हवाले से बताया और Beer Magazine ने 22 नवंबर को इसकी पुष्टि की कि 2026 की तीसरी तिमाही में मेक्सिको में Grupo Modelo के अल्कोहल-रहित बीयर कारोबार की बिक्री मात्रा लगभग 30% बढ़ी।

बताई गई वृद्धि जुलाई से सितंबर के बीच की है और इसका संबंध राजस्व के बजाय बिक्री की मात्रा से है। उपलब्ध रिपोर्टों में लीटर या हेक्टोलिटर में कुल बिक्री की मात्रा का खुलासा नहीं किया गया और विस्तृत विवरण वाला कोई सार्वजनिक प्राथमिक बयान तत्काल उपलब्ध नहीं था। प्रकाशित रिपोर्टों में तुलना का आधार नहीं बताया गया, इसलिए

इस आंकड़े को साल-दर-साल वृद्धि के रूप में पुष्ट नहीं किया जा सकता।

इस सीमा के बावजूद, नतीजा उस श्रेणी में तेज वृद्धि का संकेत देता है जिसका विस्तार करने की कोशिश बड़ी बीयर कंपनियां कर रही हैं। वे ऐसे उपभोक्ताओं को ध्यान में रखकर उत्पाद जोड़ रही हैं जो कम या बिना अल्कोहल वाली बीयर का स्वाद चाहते हैं। अब तक उपलब्ध जानकारी यह नहीं बताती कि तिमाही के दौरान मेक्सिको में Grupo Modelo के कुल कारोबार में अल्कोहल-रहित बीयर खंड का कितना योगदान रहा। यह भी स्पष्ट नहीं है कि वृद्धि व्यापक वितरण, दोबारा खरीद में बढ़ोतरी, नए उत्पादों की पेशकश या प्रचार गतिविधियों के कारण हुई।

Grupo Modelo मेक्सिको की बीयर निर्माता और वितरक कंपनी है, जिस पर बेल्जियम स्थित बीयर समूह Anheuser-Busch InBev का नियंत्रण है। यह समूह AB InBev के नाम से अधिक जाना जाता है। BarthHaas की 2025 की रैंकिंग के अनुसार, 484.19 मिलियन हेक्टोलिटर उत्पादन के साथ AB InBev दुनिया की सबसे बड़ी बीयर निर्माता थी। उसका वैश्विक पैमाना उसके किसी बड़े परिचालन बाजार में मांग मजबूत होने के संकेत को अतिरिक्त महत्व देता है।

Grupo Modelo अपनी कॉर्पोरेट वेबसाइट पर कहती है कि मेक्सिको में उसके 11 बीयर संयंत्र हैं: आठ औद्योगिक इकाइयां, दो क्राफ्ट उत्पादन इकाइयां और एक प्रायोगिक संयंत्र। कंपनी का व्यापक परिचालन नेटवर्क यह समझने में मदद करता है कि तेजी से विस्तार होने पर सीमित आकार वाली श्रेणी भी क्यों मायने रख सकती है। लेकिन बिक्री की मात्रा का खुलासा न होने से नवीनतम वृद्धि के आंकड़े को अभी बाजार हिस्सेदारी में बढ़ोतरी या कुल उत्पादन में स्पष्ट योगदान के रूप में नहीं देखा जा सकता।

कंपनी की टिप्पणियों का हवाला देने वाली रिपोर्टों में ब्रांड के आधार पर भी कोई विवरण नहीं दिया गया। Grupo Modelo मेक्सिको में कई बीयर बेचती है और उसने सुपरमार्केट, सुविधा स्टोर, रेस्तरां तथा अन्य बिक्री माध्यमों में अपनी पहुंच बढ़ाई है। हालांकि, तीसरी तिमाही के आंकड़े से जुड़ी सार्वजनिक जानकारी में यह नहीं बताया गया कि किन ब्रांडों ने अल्कोहल-रहित बीयर की बिक्री मात्रा में वृद्धि को आगे बढ़ाया, या वृद्धि कुछ खास क्षेत्रों अथवा बिक्री केंद्रों तक सीमित थी।

इससे विश्लेषकों और प्रतिस्पर्धियों के सामने कई सवाल अनुत्तरित रह जाते हैं। शुरुआती आधार का खुलासा न होने पर 30% की वृद्धि का अर्थ व्यावसायिक रूप से बहुत अलग-अलग हो सकता है। छोटी श्रेणी में ऊंची वृद्धि दर के बावजूद कुल कारोबार में खास बदलाव नहीं आ सकता, जबकि बड़े आधार पर ऐसी ही दर उपभोक्ता मांग में अधिक महत्वपूर्ण बदलाव का संकेत दे सकती है। उपलब्ध जानकारी से इन दोनों स्थितियों में फर्क करना संभव नहीं है।

इस आंकड़े को कीमतों में वृद्धि या लाभप्रदता का पैमाना भी नहीं मानना चाहिए। बिक्री मात्रा में वृद्धि से केवल यह पता चलता है कि बाजार में अधिक उत्पाद की बिक्री हुई। इससे यह पता नहीं चलता कि बिक्री से अधिक मार्जिन मिला या नहीं, औसत कीमतें बदलीं या नहीं, अथवा कंपनी ने इस खंड को बढ़ावा देने के लिए विपणन और वितरण पर खर्च बढ़ाया या नहीं।

फिर भी, बताई गई कारोबारी गति से संकेत मिलता है कि मेक्सिको में अल्कोहल-रहित बीयर Grupo Modelo के लिए मजबूत प्रदर्शन वाला क्षेत्र बनी हुई है। उसके आकार की बीयर निर्माता के लिए उभरती हुई श्रेणी में बिक्री मात्रा का दोहरे अंकों में बढ़ना उल्लेखनीय है। हालांकि, कुल बिक्री का आंकड़ा न होने से यह तय करना असंभव है कि तिमाही के दौरान इस तेजी ने कंपनी के व्यापक कारोबार की तस्वीर को कितना बदला।