vinetur

धनी संग्राहक पारंपरिक लेबलों से आगे बढ़कर दुर्लभ वाइन तलाश रहे हैं

HSBC के सर्वेक्षण में 73% ने खर्च बढ़ाने की योजना जताई ; युवा खरीदारों और एशिया में बढ़ती मांग की अहम भूमिका

बुधवार, 25 नवंबर 2026



HSBC Private Bank और वाइन मर्चेंट Justerini & Brooks की नई रिपोर्ट के मुताबिक, प्रीमियम वाइन और दुर्लभ व्हिस्की के खरीदार अब अधिक चुनिंदा हो रहे हैं और पारंपरिक लेबलों तथा क्षेत्रों से आगे देखने को ज्यादा तैयार हैं।

A Taste for Time नाम की यह रिपोर्ट 3,000 से अधिक उच्च और अति-उच्च नेटवर्थ वाले लोगों के सर्वेक्षण पर आधारित है। इसमें पाया गया कि संग्राहक अब बड़े तहखाने भरने के बजाय सीमित मात्रा में बनी ऐसी वाइन और व्हिस्की तलाश रहे हैं जिनका उद्गम, विरासत और दुर्लभता स्पष्ट हो।

निष्कर्ष बताते हैं कि संपन्न खरीदार पेय पदार्थों के बाजार के उच्चतम खंड को देखने का तरीका बदल रहे हैं। सबसे स्थापित नामों पर ही ध्यान केंद्रित करने के बजाय, कई संग्राहक नए बाजारों, अलग-अलग विंटेज और विशिष्ट स्रोत-

इतिहास वाली बोतलों की तलाश कर रहे हैं। यह रुझान पेय क्षेत्र के उत्पादकों, मर्चेंटों और नीलामी घरों के लिए अहम हो सकता है, क्योंकि लग्जरी खंड में मांग अधिक सोच-समझकर किए गए चयन, विशिष्ट स्रोतों से खरीद और एशियाई खरीदारों में बढ़ती दिलचस्पी की ओर बढ़ती दिख रही है।

रिपोर्ट के अनुसार, युवा संग्राहक मात्रा के बजाय गुणवत्ता को अधिक महत्व दे रहे हैं। इसमें यह भी पाया गया कि दुर्लभ व्हिस्की में युवा पेय-प्रेमियों और महिलाओं की दिलचस्पी खास तौर पर बढ़ रही है। इससे संकेत मिलता है कि लग्जरी पेय पदार्थों के खरीदारों का दायरा उस पारंपरिक छवि से आगे बढ़ रहा है, जिसमें मुख्य रूप से प्रीमियम वाइन पर ध्यान देने वाले उम्रदराज पुरुष संग्राहक शामिल थे।

वैश्विक स्तर पर सर्वेक्षण में शामिल हर तीन में से एक व्यक्ति ने प्रीमियम वाइन और दुर्लभ विंटेज संग्रह करने की बात कही। यह कला या प्राचीन वस्तुएं संग्रह करने वालों के अनुपात से अधिक था, जो दोनों ही मामलों में 25% रहा। रिपोर्ट के मुताबिक, पेय पदार्थों के 57% संग्राहक मुख्य रूप से आनंद के लिए संग्रह करते हैं, जबकि 25% इसके निवेश की संभावना से प्रेरित हैं।

आनंद और वित्तीय लाभ के बीच यह संतुलन क्षेत्र के अनुसार अलग-अलग है। उदाहरण के लिए, भारत में 76% उत्तरदाताओं ने कहा कि वे आनंद के लिए संग्रह करते हैं, जबकि 12% ने निवेश के उद्देश्य से संग्रह करने की बात कही। रिपोर्ट के मुताबिक, यह रुझान दिखाता है कि कुछ बाजारों में संग्रह करना पोर्टफोलियो रणनीति के बजाय जीवनशैली, सामाजिक गतिविधियों और व्यक्तिगत रुचि से अधिक जुड़ा है।

सर्वेक्षण में एशिया खास तौर पर उभरकर सामने आया। चीन की मुख्यभूमि में लगभग 54% उत्तरदाताओं ने प्रीमियम वाइन संग्रह करने की बात कही। यह अनुपात यूनाइटेड किंगडम में 39% और सिंगापुर तथा भारत, दोनों में 36% था। HSBC ने कहा कि नतीजे दिखाते हैं कि संपन्न एशियाई उद्यमी अब उच्चस्तरीय वाइन की वैश्विक मांग को आकार देने में मदद कर रहे हैं।

HSBC Private Bank की मुख्य कार्यकारी Ida Liu ने कहा कि शिल्पकौशल और स्रोत-इतिहास में गहरी दिलचस्पी रखने वाले नए संग्राहकों की पीढ़ी एशिया के जरिए प्रीमियम वाइन बाजार को नया रूप दे रही है। उन्होंने कहा कि कई ग्राहकों के लिए संग्रह का मूल्य केवल वित्तीय कीमत तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें खोज, साझा अनुभव और पीढ़ियों के बीच आगे बढ़ने वाली कहानियां भी शामिल हैं।

Justerini & Brooks की प्रबंध निदेशक Naomi Alston ने कहा कि रिपोर्ट संग्रह के सामाजिक पहलू को भी सामने लाती है। उन्होंने कहा कि प्रीमियम वाइन और दुर्लभ व्हिस्की लोगों को एक साथ ला सकती हैं और साझा रुचियों, बातचीत तथा लंबे समय की दोस्ती पर आधारित समुदाय बना सकती हैं।

रिपोर्ट से संकेत मिलता है कि ये सामाजिक और सांस्कृतिक प्रेरणाएं अधिक खरीदारी की इच्छा को कम नहीं कर रही हैं। इसके उलट, सर्वेक्षण में शामिल 73% संग्राहकों ने कहा कि उन्हें अगले 12 महीनों में अपना खर्च बढ़ने की उम्मीद है। यह आंकड़ा बताता है कि पेय बाजार के उच्चतम खंड में मजबूती बनी हुई है, भले ही खरीदार अपनी खरीद को लेकर अधिक चयनशील हो रहे हों।

चुनिंदा खरीदारी पर जोर उद्योग से हाल में मिले अन्य संकेतों से मेल खाता है। Harpers Wine & Spirit ने उल्लेख किया कि ये निष्कर्ष 2026 Golden Vines Report के अनुरूप हैं, जिसमें 52% उत्तरदाताओं ने अधिक चुनिंदा खरीद को खरीदारों के व्यवहार में सबसे स्पष्ट बदलाव बताया था। दोनों सर्वेक्षणों को साथ देखने पर संकेत मिलता है कि लग्जरी पेय पदार्थों की मांग जरूरी नहीं कि कमजोर हो रही हो, बल्कि अधिक सटीक और विशिष्ट बन रही है।

वाइन उत्पादकों और मर्चेंटों के लिए इसका मतलब ऐसी बोतलों की मजबूत मांग हो सकता है जिनके स्थान, विंटेज और दुर्लभता की स्पष्ट कहानी हो। व्हिस्की निर्माताओं के लिए, खासकर नए और युवा खरीदारों को लक्ष्य बनाने वालों के लिए, यह सीमित संस्करणों और विरासत तथा प्रामाणिकता से जुड़ी ब्रांड पहचान के महत्व को भी और मजबूत कर

सकता है। एशियाई संग्राहकों की बढ़ती भूमिका से यह भी प्रभावित हो सकता है कि प्रीमियम बोतलों का विपणन कहां किया जाए, स्टॉक का आवंटन कैसे हो और किन क्षेत्रों को सबसे अधिक व्यावसायिक तवज्जो मिले।

रिपोर्ट में यह नहीं कहा गया कि संग्रह के पारंपरिक केंद्रों की प्रासंगिकता घट रही है। सर्वेक्षण में यूनाइटेड किंगडम एक बड़ा बाजार बना रहा और कई संग्रहों में स्थापित श्रेणियों का दबदबा कायम है। हालांकि, आंकड़े संकेत देते हैं कि विकास का केंद्र भौगोलिक और जनसांख्यिकीय, दोनों लिहाज से व्यापक हो सकता है।

यह विस्तार दो तरह से नजर आता है। पहला, खरीदार कहां रहते हैं—एशियाई बाजारों में भागीदारी की दरें सबसे ऊंची रही हैं। दूसरा, खरीदार मूल्य को कैसे परिभाषित करते हैं—अब केवल जमा करते जाने के बजाय आनंद, व्यक्तिगत जुड़ाव और सोच-समझकर चुनी गई बोतलों में अधिक रुचि दिख रही है।

इस लिहाज से रिपोर्ट ऐसे लग्जरी पेय बाजार का वर्णन करती है जो अब भी विस्तार कर रहा है, लेकिन अधिक चुनिंदा और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अधिक फैले हुए तरीके से। संपन्न लोगों के बीच प्रीमियम वाइन अब भी संग्रह की प्रमुख पसंद है, जबकि दुर्लभ व्हिस्की नए खरीदारों के बीच लोकप्रिय हो रही है। वाइन और स्पिरिट्स क्षेत्र की कंपनियों के लिए संदेश मात्रा से कम और ऐसे बदलते खरीदार वर्ग की जरूरतों से अधिक जुड़ा है, जो हर खरीद में दुर्लभता, विश्वसनीयता और उद्देश्य का अधिक स्पष्ट एहसास चाहता है।