



खबरें छुपाता नहीं, छापता है तीन राज्य आठ संस्करण

Breaking Health

कैप्सूल से कस्टमाइज्ड न्यूट्रीशन तक, न्यूट्रास्यूटिकल सेक्टर में बदलाव

Shah Times 1 February 2026



न्यूट्रास्यूटिकल उत्पादों में तकनीकी बदलाव और उपभोक्ता रुझान

कैप्सूल से कस्टमाइज्ड न्यूट्रीशन तक: स्वास्थ्य की नई लहर

न्यूट्रास्यूटिकल उद्योग में टैबलेट और कैप्सूल से आगे बढ़कर नए डिजिटली वरी फॉर्मेट सामने आ रहे हैं। उद्योग रिपोर्ट्स के अनुसार गमी, पाउडर, ड्रिप और पर्सनलाइज्ड न्यूट्रीशन की मांग बढ़ रही है।

डॉ. संजय अग्रवाल

वैश्विक न्यूट्रास्यूटिकल बाजार में उत्पादों के डिजिटली वरी तरीके तेजी से बदल रहे हैं। उपभोक्ता सुविधा, उपयोग में आसानी और व्यक्तिगत जरूरतों के अनुरूप विकल्पों को प्राथमिकता दे रहे हैं।

न्यूट्रास्यूटिकल इंडस्ट्री अब पारंपरिक टैबलेट और कैप्सूल के दायरे से कहीं आगे बढ़ चुकी है। आज स्वास्थ्य की दुनिया में असली क्रांति डिजिटली वरी फॉर्मेट्स में हो रही है—जहाँ इनोवेशन उपभोक्ताओं के हेल्थ अनुभव को बिल्कुल नए स्तर पर ले जा रहा है।

तेज़ रफ़्तार से बदलती जीवनशैली, व्यक्तिगत जरूरतों और 'कंवीनियंस' की बढ़ती चाह ने ब्रांड्स को प्रेरित किया है कि वे ऐसे फ़ॉर्मेट तैयार करें जो न सिर्फ़ प्रभावी हों, बल्कि मज़ेदार, सरल और हर रोज़ की ज़िंदगी में आसानी से शामिल होने लायक भी हों।

गमीज़ की स्वाद भरी दुनिया से लेकर, इंस्टैंट पाउडर्स, अत्याधुनिक लिपोसोमल तकनीक, और यहाँ तक कि 3D-प्रिंटेड न्यूट्रिशन—डिलीवरी फ़ॉर्मेट आज प्रोडक्ट की पहचान और उसकी सफलता का एक अहम फ़ैक्टर बनते जा रहे हैं।

उल्लेखनीय है कि यह लेख उन प्रमुख नवाचारों पर प्रकाश डालता है जो न्यूट्रास्यूटिकल डिलीवरी सिस्टम्स को बदल रहे हैं, उनके बिज़नेस पर पड़ने वाले प्रभावों को समझाता है, और दिखाता है कि कैसे कंपनियाँ इन मॉडर्न फ़ॉर्मेट्स के ज़रिए नए-युग के स्वास्थ्य-सचेत उपभोक्ताओं से गहरी जुड़ाव बना रही हैं।

बदलती उपभोक्ता अपेक्षाएँ:

लंबे समय तक न्यूट्रास्यूटिक्स केवल गोलियों और कैप्सूल तक सीमित थे—विश्वसनीय, लेकिन उत्साहहीन। आज, वेल्नेस सिर्फ़ स्वास्थ्य नहीं, बल्कि जीवनशैली और पहचान का हिस्सा है।

परिणामस्वरूप उपभोक्ता ऐसे फ़ॉर्मेट चाहते हैं जो सुविधाजनक, स्वादिष्ट और उनके अनुभव को बेहतर बनाएँ। हालिया बाज़ार रिपोर्ट दर्शाती हैं कि उपभोक्ता अब उत्पाद चुनते समय स्वाद, सुविधा और अनुभव को उतना ही महत्व देते हैं जितना उसकी असर को।

यह बदलाव उद्योग के लिए बड़ा अवसर है—लेकिन चुनौतियाँ भी उतनी ही। आधुनिक डिलीवरी फ़ॉर्मेट ब्रांड को प्रीमियम पोज़िशनिंग और मजबूत पहचान दे सकते हैं, पर इसके लिए उन्नत अनुसंधान एवं विकास, कठोर नियामक अनुमोदन और सप्लाय चैन में व्यापक बदलाव की आवश्यकता होती है।

मुख्य इनोवेटिव डिलीवरी फ़ॉर्मेट

1. गमीज़ और चबाने योग्य (च्यूएबल्स) -

पारंपरिक गोलियों से आगे बढ़ते हुए, आज गमीज़ ने सप्लिमेंट दुनिया में एक नया ट्रेंड सेट कर दिया है! बच्चों से लेकर युवाओं और वयस्कों तक—सबके लिए ये हेल्थ सपोर्ट का मज़ेदार, स्वादिष्ट और आसान तरीका बन चुकी हैं। यही कारण है कि गमी सप्लिमेंट का वैश्विक बाज़ार तेज़ी से बढ़ रहा है।

- **व्यावसायिक लाभ:** आसान सेवन, बेहतर स्वाद और आकर्षक फ़ॉर्मेट—गमीज़ नए ग्राहकों को जोड़ने और युवा उपभोक्ताओं को प्रभावित करने का सबसे प्रभावी माध्यम हैं।

- **मुख्य चुनौती:** गर्मी और रोशनी से प्रभावित होने वाले पोषक तत्वों को गमी फ़ॉर्मूलेशन में स्थिर रखना अभी भी एक महत्वपूर्ण वैज्ञानिक चुनौती है।

चबाने वाली टैबलेट, लॉज़ेंज और जेली स्ट्रिप्स जैसे विकल्प भी स्वाद और सेहत का बेहतरीन संयोजन प्रस्तुत करते हैं।

2. इफ़र्वेसेंट टैबलेट और पाउडर

इफ़र्वेसेंट फ़ॉर्मेट पानी में घुलकर एक फ़िज़ी, स्वादिष्ट ड्रिंक बनाते हैं। ये फ़ॉर्मेट तेज़ी से बायोअवेलेबिलिटी देते हैं और गमीज़ की तुलना में ज़्यादा डोज़ देते हैं।

- **कस्टमर अपील:** सुविधा, हाइड्रेशन और एक रिफ़्रेशिंग हेल्थ ड्रिंक की सोच।

- **कस्टमर अपील:** सुविधा, हाइड्रेशन और एक रिफ्रेशिंग हेल्थ ड्रिंक की सोच।
- **मार्केट में इस्तेमाल:** विटामिन सी, इलेक्ट्रोलाइट्स और मल्टीविटामिन ब्लेंड के लिए बड़े पैमाने पर इस्तेमाल होता है।
- **बिज़नेस का नज़रिया:** इफ़र्वेसेंट न्यूट्रास्यूटिकल कंपनियों के लिए फंक्शनल ड्रिंक मार्केट के साथ मुकाबला करने के दरवाज़े खोलता है, सप्लीमेंट के फ़ायदों को लाइफ़स्टाइल के हिसाब से इस्तेमाल के साथ मिलाता है।

स्टिक-पैक पाउडर और सिंगल-सर्व सैशे उन कस्टमर को भी पसंद आते हैं जो फ़िक्स्ड-डोज़ टैबलेट के बजाय फ़्लेक्सिबिलिटी पसंद करते हैं।

3. फ़ंक्शनल पेय पदार्थ

न्यूट्रास्यूटिकल और पेय उद्योग का मिलाप तेज़ी से बढ़ रहा है। पोषक तत्वों से भरपूर पानी, हर्बल ड्रिंक्स और रेडी-टू-ड्रिंक प्रोटीन/कोलेजन पेय इस बदलाव के उदाहरण हैं।

उपभोक्ता आकर्षण: पेय रोज़मर्रा में पीना आसान होते हैं, इसलिए इन्हें सप्लीमेंट्स की तरह अलग से नहीं लेना पड़ता।

उदाहरण: प्रोबायोटिक ड्रिंक्स, एडाप्टोजन वाली चाय, न्यूट्रोपिक एनर्जी शॉट्स।

बिज़नेस इनसाइट: इन पेयों पर आमतौर पर अच्छा मुनाफ़ा मिलता है और ये आसानी से सामान्य रिटेल बाज़ार में जगह बना लेते हैं।

चुनौती: स्टोरेज के दौरान पेय को स्थिर और सुरक्षित रखना मुश्किल होता है, क्योंकि इनमें माइक्रोबियल नियंत्रण और अवयवों को घोलने जैसी समस्याएँ आती हैं।

4. लिपोसोमल एनकैप्सुलेशन

जहाँ गमीज़ और पाउडर सुविधा पर केंद्रित होते हैं, वहीं लिपोसोमल तकनीक प्रभावशीलता की बात करती है। लिपोसोमल सूक्ष्म झिल्लीदार कण होते हैं जो सक्रिय अवयवों को घेरकर उन्हें नष्ट होने से बचाते हैं और अवशोषण को बढ़ाते हैं।

- यह क्यों महत्वपूर्ण है: कई न्यूट्रास्यूटिकल्स—जैसे करक्यूमिन, विटामिन D और ओमेगा-3 फैटी एसिड—स्वाभाविक रूप से कम बायोअवैलेबिलिटी की समस्या से जूझते हैं। लिपोसोमल उनके डिलीवरी और प्रभाव को उल्लेखनीय रूप से बेहतर बना सकते हैं।

- बिज़नेस आउटलुक: प्रीमियम पोज़िशनिंग। लिपोसोमल न्यूट्रास्यूटिकल्स ऐसे जागरूक उपभोक्ताओं को आकर्षित करते हैं जो वेलनेस उत्पादों में उन्नत विज्ञान को महत्व देते हैं।

हालाँकि यह तकनीक महंगी है, फिर भी उच्च-स्तरीय न्यूट्रास्यूटिकल सेगमेंट में लिपोसोमल डिलीवरी एक महत्वपूर्ण डिफ़रेंशिएटर बनने की उम्मीद है।

5. मुंह में घुलने वाली फिल्में (ODFs) और स्ट्रिप्स

जीभ पर घुलने वाली पतली स्ट्रिप्स गोलियों का एक बहुत आसान विकल्प देती हैं। ये पोटेंबल, आसानी से ले जाने लायक होती हैं और इन्हें पानी की ज़रूरत नहीं होती।

- कंज्यूमर के लिए: ट्रेवल करने वालों, बच्चों या गोलियों से थकान महसूस करने वालों के लिए एकदम सही।
- इस्तेमाल: एनर्जी बूस्टर, विटामिन और नींद की दवा (जैसे मेलाटोनिन) में पॉपुलर।
- व्यावसाय लाभ: ODFs माइक्रोडोजिंग फ़ॉर्मेट और तेज़ी से असर दिखाने में मदद करते हैं, जिससे न्यूट्रास्युटिकल ब्रांड जल्दी आराम देने वाली कैटेगरी में काम कर पाते हैं।

6. स्प्रे और ड्रॉप्स

सबलिंगुअल स्प्रे और लिक्विड ड्रॉप्स डाइजेस्टिव सिस्टम को बायपास करते हुए, मुंह के म्यूकोसा के ज़रिए सीधे ब्लडस्ट्रीम में एब्जॉर्ब हो जाते हैं।

- कस्टमर अपील: जल्दी एब्जॉर्ब हो जाते हैं, इस्तेमाल में आसान हैं, और डाइजेस्टिव प्रॉब्लम वाले लोगों के लिए सही हैं।
- मार्केट इनसाइट: खास तौर पर विटामिन B12, CBD, और हर्बल एक्सट्रैक्ट जैसी कैटेगरी में पॉपुलर हो रहे हैं।

ये प्रोडक्ट्स उन हेल्थ-सेवी लोगों को पसंद आते हैं जो बिना ज़्यादा गोलियों के असर चाहते हैं।

7. पर्सनलाइज़्ड और 3D-प्रिंटेड न्यूट्रिशन

शायद सबसे फ्यूचरिस्टिक फ़ॉर्मेट, 3D-प्रिंटेड न्यूट्रास्युटिकल्स, हर व्यक्ति की हेल्थ ज़रूरतों के हिसाब से न्यूट्रिएंट प्रोफ़ाइल, शेप और यहाँ तक कि फ़्लेवर को कस्टमाइज़ करने की सुविधा देते हैं।

- कंज्यूमर पर असर: यह पर्सनलाइज़्ड वेलनेस की बढ़ती डिमांड के हिसाब से है।
- बिज़नेस मॉडल: सब्सक्रिप्शन-बेस्ड सर्विस जो खास तौर पर रोज़ाना के न्यूट्रिशन पैक या 3D-प्रिंटेड सप्लीमेंट देती हैं।
- चुनौतियाँ: अभी टेक्नोलॉजी की ज़्यादा कीमत, रेगुलेटरी रुकावटें और सीमित स्केलेबिलिटी।

हालांकि, जैसे-जैसे डिजिटल हेल्थ प्लेटफ़ॉर्म और न्यूट्रिजेनोमिक्स आगे बढ़ रहे हैं।

बाज़ार एवं व्यावसाय पर प्रभाव

बढ़ती अनुसंधान एवं अभिकल्प और उत्पाद लागत

इनोवेटिव डिलीवरी सिस्टम के लिए नई मशीनरी, फॉर्मूलेशन एक्सपर्टिज़ और स्टेबिलिटी टेस्टिंग में इन्वेस्टमेंट की ज़रूरत होती है। हालांकि कॉस्ट ज़्यादा होती है, लेकिन जल्दी अपनाने वाले मार्केट में मज़बूत फ़र्क हासिल कर सकते हैं।

रेगुलेटरी बातें

नए फ़ॉर्मेट को अक्सर साफ़ रेगुलेटरी फ्रेमवर्क का सामना करना पड़ता है। उदाहरण के लिए, गमीज़ और फंक्शनल बेवरेज, फूड और सप्लीमेंट्स की ओवरलैपिंग कैटेगरी में आ सकते हैं, जिसके लिए सावधानी से पालन करने की ज़रूरत होती है।

रेगुलेटरी बातें

नए फ़ॉर्मेट को अक्सर साफ़ रेगुलेटरी फ्रेमवर्क का सामना करना पड़ता है। उदाहरण के लिए, गमीज़ और फंक्शनल बेवरेज, फूड और सप्लीमेंट्स की ओवरलैपिंग कैटेगरी में आ सकते हैं, जिसके लिए सावधानी से पालन करने की ज़रूरत होती है।

ब्रांडिंग और अंतर

डिलीवरी फ़ॉर्मेट अपने आप में एक ब्रांडिंग एलिमेंट बन गया है। लिपोसोमल टेक्नोलॉजी के आस-पास बना एक ब्रांड साइंस और असर बताता है, जबकि गमीज़ पर फ़ोकस करने वाला ब्रांड मज़े और लाइफ़स्टाइल इंटीग्रेशन पर ज़ोर देता है।

कंज्यूमर एजुकेशन

नए फ़ॉर्मेट में भरोसा बनाने के लिए एजुकेशन की ज़रूरत होती है। उदाहरण के लिए, लिपोसोमल सप्लीमेंट्स को स्टैंडर्ड कैप्सूल की तुलना में उनके फ़ायदों के बारे में साफ़-साफ़ बताना ज़रूरी है। इसी तरह, कंज्यूमर्स को स्ट्रिप्स जैसे कम डोज़ वाले फ़ॉर्मेट के असर के बारे में भरोसा दिलाया जाना चाहिए।

आगे का रास्ता

न्यूट्रास्यूटिकल डिलीवरी फ़ॉर्मेट का भविष्य साइंस, सुविधा और पर्सनलाइज़ेशन के मेल पर है। हम तीन खास दिशाओं की उम्मीद कर सकते हैं:

1. हाइब्रिड फ़ॉर्मेट: कई तरीकों को मिलाना – जैसे कि इफ़र्वेसेंट गमीज़ या बेवरेज पाउडर को लिपोसोमल एनकैप्सुलेशन के साथ – मज़े और असर दोनों के लिए।
2. बड़े पैमाने पर पर्सनलाइज़ेशन: AI-ड्रिवन प्लेटफ़ॉर्म जो कस्टमाइज़्ड सप्लीमेंट पैक या 3D-प्रिंटेड फ़ॉर्मूलेशन की सलाह देने के लिए कंज्यूमर हेल्थ डेटा का एनालिसिस करते हैं।
3. सस्टेनेबिलिटी: इको-फ्रेंडली पैकेजिंग और क्लीन-लेबल इंग्रीडिएंट्स डिलीवरी इनोवेशन का ज़रूरी हिस्सा बन जाएंगे।

न्यूट्रास्यूटिकल उद्योग में डिलीवरी फ़ॉर्मेट्स में नवाचार सिर्फ़ तकनीकी उन्नति नहीं—एक सशक्त व्यावसायिक रणनीति है। जैसे-जैसे उपभोक्ता वेलनेस को अपनी पहचान और जीवनशैली का हिस्सा मानने लगे हैं, कंपनियों के लिए आवश्यक है कि वे ऐसे उत्पाद विकसित करें जो प्रभावी हों, आनंददायक हों और व्यक्तिगत ज़रूरतों के अनुरूप हों।

गमीज़, बेवरेजेज़, लिपोसोमल कैप्सूल्स और यहाँ तक कि 3D-प्रिंटेड सप्लीमेंट्स एक बड़े बदलाव का संकेत देते हैं: स्वास्थ्य अब केवल गोलीयों निगलने भर तक सीमित नहीं रहा, बल्कि रोज़मर्रा के जीवन में सहज रूप से वेलनेस को शामिल करने का अनुभव बन चुका है।

जो ब्रांड विज्ञान और उपभोक्ता अनुभव के इस संतुलन में महारत हासिल करेंगे, वही न सिर्फ़ खुद को अलग पहचान देंगे, बल्कि वैश्विक न्यूट्रास्यूटिकल बाज़ार की अगली विकास-लहर को भी वास्तविक रूप से नेतृत्व करेंगे।