

# SUGANDH INDIA

MAGAZINE DEDICATED TO INCENSE INDUSTRY

## सुगंध इंडिया

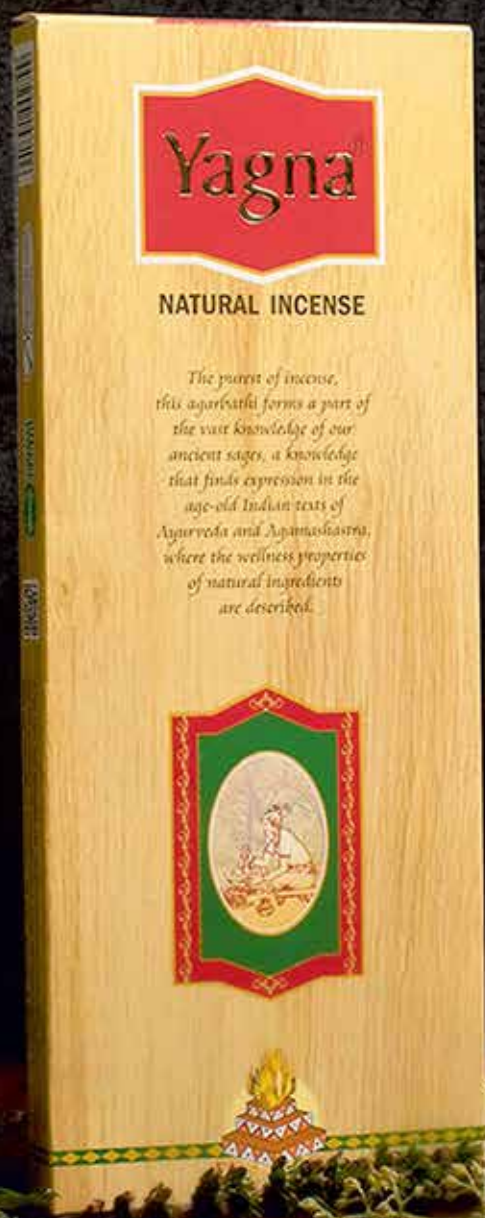
VOL.: 12, ISSUE : 08 AUGUST 2023

सम्पूर्ण अगरबत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका

CELEBRATING 75 YEARS



## Made as per vedic scriptures



Shop Online **CYCLE.in**  
THE DIVINE EXPERIENCE STORE



SACHEE®  
Fragrances

Crafting the finest Fragrances, Flavours  
and Olfactory Experience since 1983

# EMBRACE THE A

as it is the language that

In the realm of sensory wonders, our thoughts dance  
muse, scents shape our perception, triggering memories.

With our extraordinary fragrances, essential oils, and  
of olfactory artistry intertwines with the fabric of every

SACHEE FRAGRANCES & CHEMICALS LTD.

D-11 & D-12, Sector 2, Noida - 201301  
E: [sales@sacheefragrances.com](mailto:sales@sacheefragrances.com)

T: (0120) 2536111 | 25362  
W: [www.sacheefragrances.com](http://www.sacheefragrances.com)



# ARTISTRY OF SCENT

paints the canvas of our lives

ce to the symphony of aromas that surround us. Like a hidden  
ories and evoking emotions.

nd flavours, we invite you to step into a world where the essence  
veryday life.

22 | 2546643  
ces.com

+91-8851951516

✉ info@sacheefragrances.com



# Hari Darshan

Mehke Mann, Hoke Prasann



**HARI DARSHAN SEVASHRAM PVT. LTD.**

519, Industrial Estate, Patparganj, Delhi 110092.

✉ info@haridarshan.com 🌐 www.haridarshan.com 📱 haridarshanindia 📷 haridarshanindia

For Trade Enquiries ☎ 98910 89000



*Ocean's Deep Printers*<sup>®</sup>  
FOR FAST & ACCURATE PRINTING



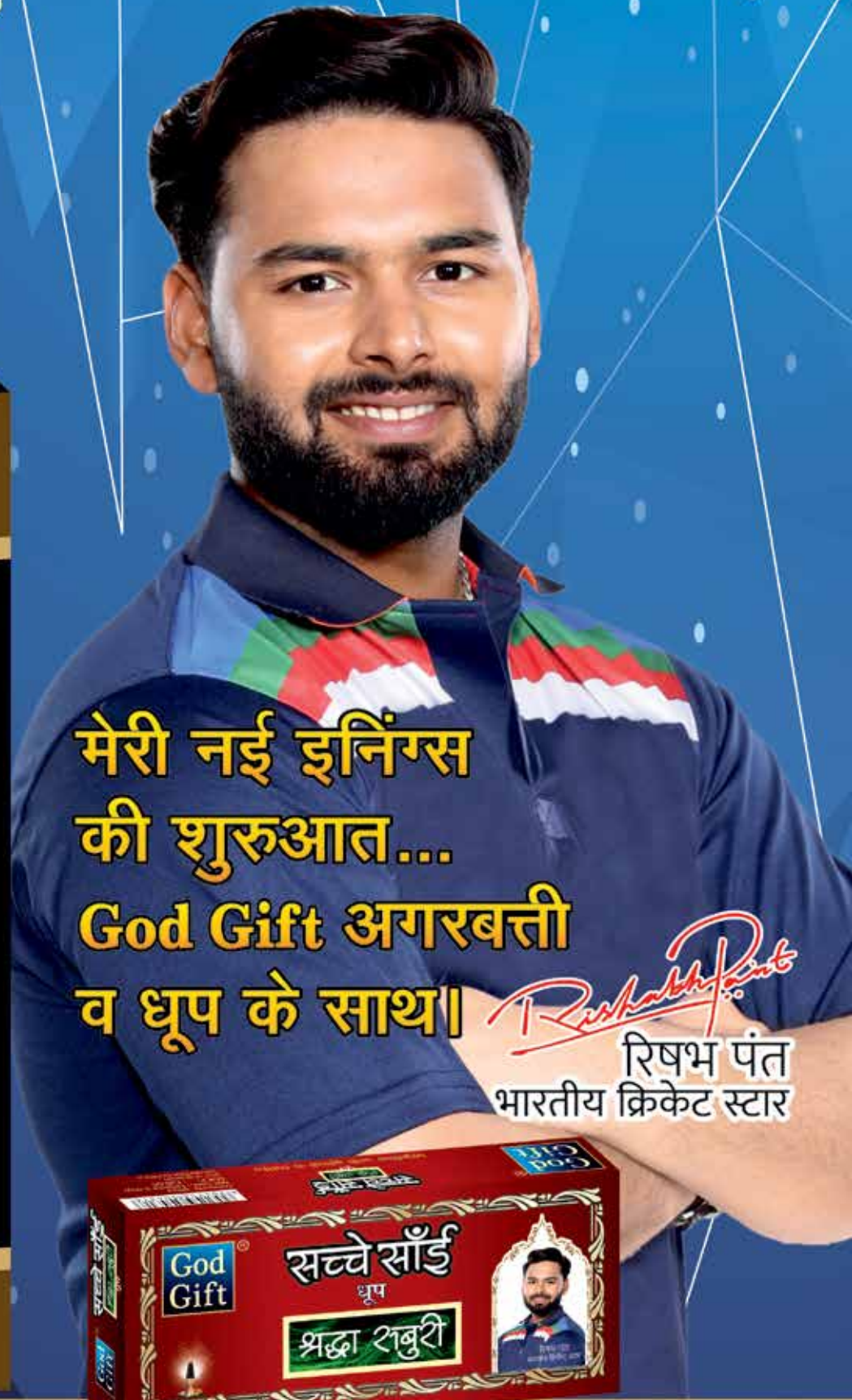
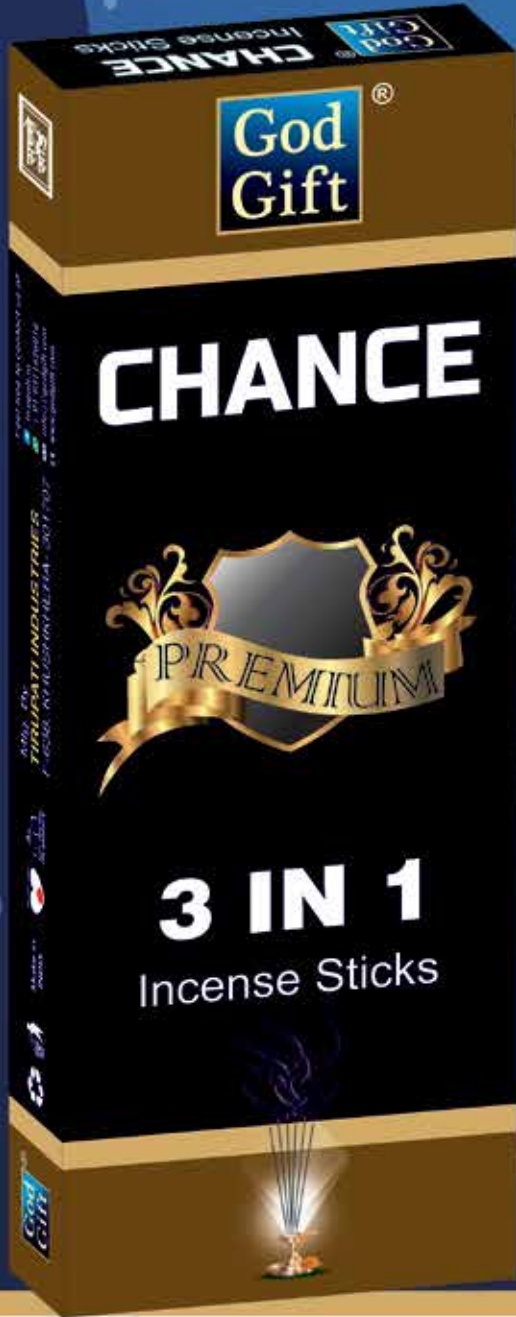
### ALL TYPE OF PRINTING & PACKAGING SOLUTION

Premium Agarbatti Boxes, All Type Of Boxes, Labels, Stickers, Outer Box, Corrugated Box, Zipper Pouch, Poly Pouch, Paper Pouch, Catalogue, Premium Stationery, Premium Canister & Rigid Boxes.

**SHRIPAL R. PATEL**  
+91 93270 08607  
+91 92652 68451

C-1, Chinaibaug Estate, Nr. Union Bank, Nr. Torrent Power, Dhudheshwar, Ahmedabad - 380004. (Gujarat) India.  
**Email :** [design@oceansdeepprinters.com](mailto:design@oceansdeepprinters.com), [info@oceansdeepprinters.com](mailto:info@oceansdeepprinters.com)  
**Customer Care :** +91 75758 00978    @oceansdeepprinters  
**VRUND S. PATEL :** +91 99797 46422 | **SHUBH S. PATEL :** +91 82384 91327

# God Gift®



मेरी नई इनिंग्स  
की शुरुआत...  
God Gift अगरबत्ती  
व धूप के साथ।

*Rishabh Pant*

रिषभ पंत  
भारतीय क्रिकेट स्टार



## TIRUPATI INDUSTRIES

D-139, 1st Floor, Above ICICI Bank, Shankar Road Market, New Rajinder Nagar, New Delhi -110 060

Feel free to contact us at

f tirupati.in

WhatsApp +91 9312626013

✉ info@godgift.com

🌐 www.godgift.com

जेसे खूशबू™  
का उपवन

जेसल®  
अगरबत्ती



**HUNG TUAN**  
Agarbatti Making Machine  
MADE IN VIETNAM



Agarbatti Making Machine

Agarbatti Machinery & Parts



Black Premix Powder



Jigit Powder



Sambrani Cup Filler



Saw Dust Powder



White Saw Dust Powder (TI)



Guar Gum Powder



Kuppam Powder

White Premix Powder



Joss Powder



Charcoal Powder



Ral Powder



White Saw Dust China (Rubberwood)



Calcite Powder



White Incense Sticks  
8" / 9" Inch



Black Incense Sticks  
8" / 9" Inch



Agarbatti Perfumes



Bamboo Sticks  
8" / 9" / 12" Inch

Gugal Incense Sticks



Loban Incense Sticks

Manufactured & Marketed By : **JESAL PRODUCTS PVT. LTD.**

Mfrs. of Agarbatti Raw Materials, Raw Agarbatti, Perfumes & Perfumed Agarbatti

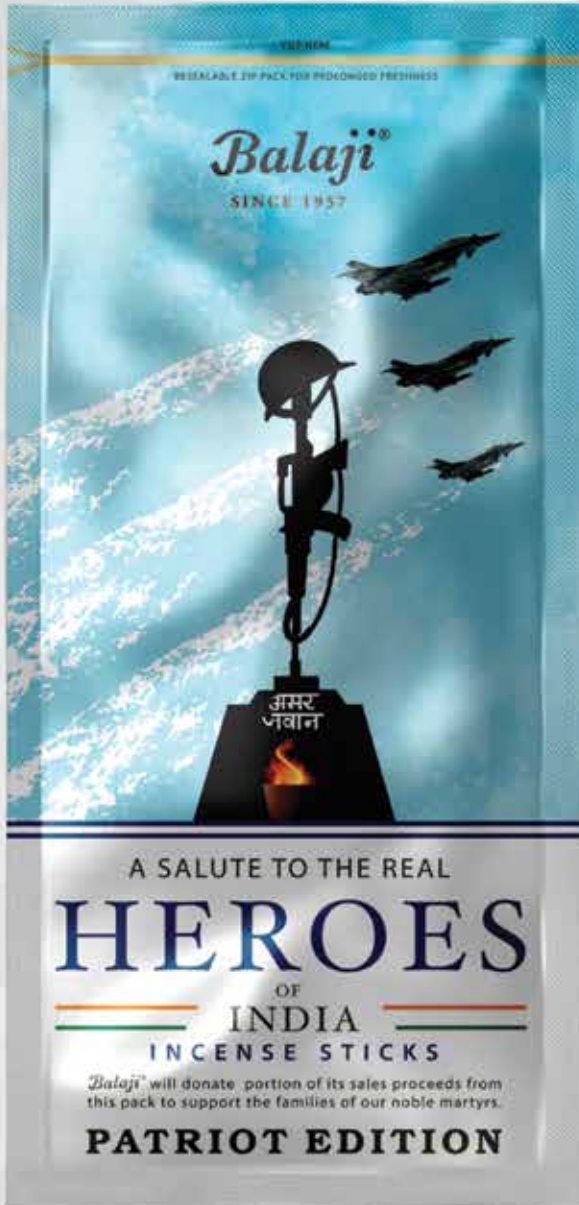
Office & Unit - 1: Plot No. 33 - 36, Amarnath Estate, Part - 2, Dehgam Road, Naroda, Ahmedabad - 382 330. Guj. India.

Phone : +91 88495 08118 & 81285 68799 ,94260 02055, 96014 18711, 98987 41067 | E-mail : jesalproducts@gmail.com

# Balaji®

SINCE 1957

Instagram Facebook Twitter  
balajiincense  
MAKE IN INDIA



A SALUTE TO THE REAL  
**HEROES**

ROYAL  
**BENGAL**

Manufactured by:

**Balaji Agarbatti Company**

Sy. No. 160, Kumbalgadu Village, Kengeri Hobli, Chickellur Road,  
Off Mysore Road, Bangalore South Taluk - 560 074, Karnataka, INDIA

Customer Care: +91 85888 08914 • Email: sales@balajiincense.com • Visit Us: www.balajiincense.com



# Editorial



M. A. Farooqui

## Government should expedite GST refund

**T**he agarbatti industry is suffering from inflation, rising raw material prices and delays in the refund of Goods and Services Tax (GST). Agarbatti products attract a GST of 5%, but the GST on related raw materials, packaging materials etc. is 18%. Prominent personalities and associations in the industry have long expressed concern over the delays in refunding GST. Crediting is a common practice in the industry. Therefore, agarbatti producers have to sell the goods on credit and deduct the bill while GST has to be paid immediately. Moreover, it takes several months for the credit amount to be repaid to the manufacturers. In this context, most entrepreneurs have tacitly accepted that their capital is blocked by delays in refunding GST. Especially in the industry, crores of rupees are stuck due to delays in GST refunds of high turnover companies. The industry is demanding that the central government ensure that refunds are made immediately after GST is filed. This will help boost business.

The central government has given micro, small and medium enterprise (MSME) status to the Agarbatti industry. Although many large companies and multinationals are also involved in this industry, there are still small producers who manufacture agarbatti on a large scale. Large producers also have production done by hand from village to village and house to house. In this situation, the industry employs workers on a large scale in towns and villages. The biggest problem in the industry is credit. Even the biggest companies give a credit of 1 to 2 months, while small and medium producers have to give a credit of 6 months. The producer also has to raise the bill for the credit. On the other hand, the GST rule states that GST must be paid immediately after raising the invoice when an item is sold. The problem for the producer is that the raw materials and packing materials etc has been bought with advance payment but the finished goods are sold on credit. The tax on the other hand has to be paid immediately to the government. The refund of GST often takes several months. During this time, producers have to spend double the capital. He had to pay in advance in preparing the goods and paying the GST, and until he gets the refund, he has to put more funds for buying raw materials and paying workers to produce the new batch. ●

## सरकार जीएसटी रिफंड में तेजी लाए

**अ**गरबत्ती उद्योग महंगाई, कच्चे माल की बढ़ती कीमतों के अलावा केंद्र सरकार द्वारा वस्तु एवं सेवा कर (जीएसटी) के रिफंड में देरी से बुरी तरह तबाह हो रहा है। कहने को अगरबत्ती उत्पादों पर 5% जीएसटी है, लेकिन उससे संबंधित कच्चा माल, पैकेजिंग मैटेरियल आदि सहायक उत्पादों पर जीएसटी 18% है। उद्योग की प्रमुख हस्तियां और एसोसिएशन्स लंबे समय से जीएसटी रिफंड में हो रही देरी पर चिंता व्यक्त करते रहे हैं। उद्योग में उधारी का व्यापक चलन है। इसके कारण अगरबत्ती उत्पादकों को उधारी पर भी माल बेचना और उसका बिल काटना पड़ता है, जबकि जीएसटी का भुगतान तुरंत करना होता है। उधारी की रकम उत्पादकों के पास लौटने में भी कई महीने लग जाते हैं। इस संदर्भ में अधिकांश उद्यमी दबी जुबान से इस बात को स्वीकारते रहे हैं कि जीएसटी रिफंड वापसी में देरी से उनकी बड़ी पूंजी फंसी रहती है। खास तौर पर उद्योग में अधिक टर्नओवर वाली कंपनियों का जीएसटी रिफंड में देरी से करोड़ों रुपया फंसा रहता है। उद्योग की मांग है कि केंद्र सरकार जीएसटी फाइल होते ही तुरंत रिफंड की व्यवस्था करे। ताकि कारोबार बढ़ाने में मदद मिले।

अगरबत्ती उद्योग को केंद्र सरकार ने सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्योग (एमएसएमई) का दर्जा दे रखा है। हालांकि इस उद्योग में कई बड़ी कंपनियों के अलावा बहुराष्ट्रीय कंपनियां भी कारोबार कर रही हैं, लेकिन अभी भी बड़े पैमाने पर इसमें घर-घर अगरबत्ती बनाने वाले छोटे-छोटे उत्पादक भी हैं। बड़े उत्पादक भी हैंडमेड उत्पादन के लिए गांव-गांव और घर-घर से उत्पादन करते हैं। ऐसे में यह उद्योग बड़े पैमाने पर शहरों और गांवों में श्रमिकों को रोजगार देता है। उद्योग की सबसे बड़ी समस्या उधारी है। बड़ी से बड़ी कंपनियां भी 1 से 2 महीने के उधारी पर माल देती हैं, जबकि छोटे और मीडियम उत्पादकों को 6-6 माह तक की उधारी देनी पड़ती है। उधार माल देने का भी उत्पादक को बिल काटना पड़ता है। वहीं जीएसटी का नियम है कि यदि किसी वस्तु की बिक्री हुई तो बिल काट कर तुरंत जीएसटी जमा करना होगा। उत्पादकों की समस्या है कि उसका तैयार माल, जिसके लिए उसने कच्चा माल और पैकेजिंग मैटेरियल आदि सामग्री नगद खरीदी थी। उसे उधार बेचना पड़ा, जबकि सरकार को टैक्स तुरंत देना है। जीएसटी के रिफंड में अक्सर कई माह लग जाते हैं। इस दौरान उत्पादकों को दोहरी पूंजी लगानी पड़ती है। माल तैयार करने और जीएसटी चुकाने में उसे नगद पूंजी लगानी पड़ी थी और रिफंड होने तक उसे नया उत्पादन जारी रखने के लिये पुनः कच्चा माल खरीदना और श्रमिकों को भुगतान करने में अलग से पूंजी लगानी पड़ती है। ●

Vol.: 12, Issue : 08 August 2023

Editor  
**M. A. Farooqui**

Managing Editor  
**Fareed Asim Farooqui**

Assistant Editor  
**Nigar Farooqui**  
**Humera Khan**

Business Co-ordinator  
**Chandrashekhar Malhotra**

Consulting Photo Editor  
**Jagdish Yadav**

Ad Manager  
**Praveen Sharma**

Uttar Pradesh Bureau Chief  
**Manish Gupta**

Rajasthan Bureau Chief  
**Ravikant Indopia**

Gujarat Bureau Chief  
**Nishad Chetanbhai Ramani**

Gujarat Correspondent  
**Narendra Sharma**

Karnataka Bureau Chief  
**Tosif Khan**

Art Director  
**A. Haque**

**Editor, Publisher & Printer:**

M.A. Farooqui

Published on behalf of

**Anas Communication Pvt. Ltd.**

at B-117 A, 2nd Floor,

Joshi Colony, I.P. Extension,

New Delhi-110092 and Printed at

**Creative Offset Press,**

131, F.I.E., Patparganj Industrial Area,  
New Delhi-110092.

**Delhi Office :**

**Anas Communication Pvt. Ltd.**

B-117 A, 2nd Floor, Joshi Colony, I.P.

Extension, New Delhi-110092

Mobile: 7838312431, 9873766789

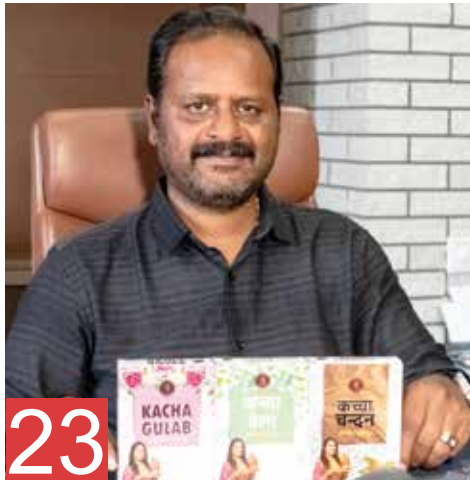
E-mail : sugandhindiam@gmail.com

Website: www.sugandhindia.in

The views expressed in the articles are  
author's personal views.

All disputes related to the magazine are  
subject to Delhi jurisdiction only.

# CONT



# EVENTS



14 BIC HEADING TOWARDS TOP 10

18 SKILLED LABOUR CRISIS IN HAND-ROLLED AGARBATTI-WASIQ AHMED

23 BIG BELL COMING UP WITH NEW LAUNCHES AND SCHEMES FOR FESTIVE SEASON

26 POOR QUALITY EXPORTS WILL TARNISH THE REPUTATION OF THE INDUSTRY-PAWAN AGARWAL

30 THE SURVIVAL RATE OF A STARTUP IS VERY LOW-RAHUL JAMED

34 BRAND NEWS

38 MARKET REPORT: BENGALURU BENGALURU MARKET IS DOMINATED BY LOCAL BRANDS

39 BENGALURU IS LARGELY A MARKET FOR ECONOMY PRODUCTS: MALTESH

40 BALAJI HAS CHANGED THE TREND OF THE NORTH INDIAN MARKET-JITEN SOHNEJI

42 SOUTH INDIA DOMINATES THE PREMIUM SPACE FOR AGARBATTIS: PRADEEP





Naya Lakshya, Nai Soch

**PREMIUM INCENSE 10ST  
MASTER CARTOON 12 DOZ**



FG0321 | 10 ST | ₹199.00  
FG0317 | 25 ST | ₹399.00

**PREMIUM INCENSE 25 ST  
MASTER CARTOON 6 DOZ**



Fg0323 | 10 ST | ₹199.00  
FG0320 | 25 ST | ₹399.00



FG0322 | 10 ST | ₹199.00  
FG0318 | 25 ST | ₹399.00



Fg0324 | 10 ST | ₹199.00  
FG0319 | 25 ST | ₹399.00

**ROLLON 10ML  
MASTER CARTOON 12 DOZ**



FG0328 | 10 ML |  
₹400.00



FG0329 | 10 ML |  
₹400.00



FG0330 | 10 ML |  
₹400.00



FG0331 | 10 ML |  
₹500.00





FG0332 | 10 ML |  
₹500.00

**Bigbell Incense**

# 391, Kanakpura Main Road, Kagglipura Colony, Kaggalipura Post, Bangalore, Karnataka - 56008

Customer care manager: 9606021431 / 9606021432 / 7070706666

Email: [customecare@bigbellincense.com](mailto:customecare@bigbellincense.com) Website: [www.bigbellincense.com](http://www.bigbellincense.com)

  @bigbellincenses

Since 1998™



D&B Certified Company

# निशान™

प्रीमियम सुगंधित अगरबत्ती

प्रेरणादायक  
दिव्या खुशबू



Mfrs & Mktd By :

**Bhagat Nishan Products Pvt. Ltd.**

Ahmedabad 382 330. Gujarat, INDIA.

अगरबत्ती | परफ्युम | धूप | रो-मटीरीयल

Customer Care : +91 - 79 - 2282 3418 / +91 84019 33418

[www.nishanproducts.com](http://www.nishanproducts.com) [www.nishanproducts.in](http://www.nishanproducts.in)

# Balaji®

SINCE 1965



From Left to Right : Praful Savla, Pradeep Savla, Nainesh Shah, Dipen Haria, Dixit Shah, Ashish Shah, Jayesh Shah, Rohit Savla and Rahul Savla

## BIC HEADING TOWARDS TOP 10

▶▶ With new products in every segment, it's a revamp for BIC: Dipen Haria

**Bindu Incense Craft LLP (BIC), is moving ahead towards making its place amongst the top ten agarbatti brands by expanding its brand portfolio across economic and premium segment with new products and fragrances in; agarbatti, Wetdhoop, DryDhoopstick, and Sambrani cup. BIC and Balaji agarbatti company is headed by Jayesh Shah, Rohit Savla, Dipen Haria, Rahul Savla, Pradeep Savla, Ashish Shah, Dixit Shah and Nainesh Shah. One of the partners, Mr. Dipen Haria in a special conversation with Sugandh India stated that the company carries on the traditions of its founders. Premchand Shah established Bharat Industrial Corporation in 1965 and his legacy was carried forward by Hasmukh Shah and Bharat Shah. BIC's Panchavati is a world known brand in exports along with Shivam brand. The company has also bagged numerous export awards.**

**S**haring about initial days, Dipen said that they joined hands with BIC in 2020. Remarking on the merger Dipen said, "I found out, the company did not launch anything new for the last eight years since the demise of Hasmukh Shah. Due to this huge time gap we had to start afresh." He added, "The work culture of the company required change as well. There were only two products in the market, "Shivam and Panchavati". As a result, BIC launched a new line of products like Black Musk, Fascination, etc and they are being accepted in the market." He further remarked, "Industry insiders are saying that BIC is recovering fast. The company is swiftly becoming a market force."

Informing about BIC's major market, Dipen said, "BIC is a pan India brand with major markets in Maharashtra, Gujarat, Bihar, UP, Delhi, West Bengal and southern states." Informing further about the top brands, he said, "Shivam and Panchavati are their top brands and another one is Dil." He added, "Dil has been popular since decades, especially elderly people relate to it."

Talking about his vision regarding the company, Dipen remarked with confidence, "We want to be one of the top brands in the country, we are already one of the top brands in exports!"

On Sugandh India's question regarding BIC's product portfolio, Dipen informed, "We have incense sticks in different segments starting Rs 15/- regular boxes up to Ultra premium range with Mrp Rs.340/- for 25sticks. In agarbatti we have

Rs.15/- MRP Regular boxes & pouches ,Rs. 25/- MRP boxes, Rs.30/- MRP pouches, Economy to Family pack MRP Rs.15/- to Rs. 150/-, Zippers Mrp. 70/- & Jumbo Zippers MRP- 160/- . Premium, Ultra Premium & Festival products with MRP. Ranging from Rs.90/- to Rs. 400/-. We have a wide variety in Wet as well as Dry Dhoop sticks both in boxes as well as zippers with MRP ranging from Rs 15/- to Rs 100/- along with the Global favorite PANCHAVATI Double/Single size. Recently we have come up with a monthly pack of Charcoal free Cup sambrani , a segment which we plan to expand along with Computer sambrani in the very near future.

On the challenges faced by the industry as a manufacturer, Dipen said, “the government should initiate refund on GST immediately after filing - the raw materials are purchased at 18% GST and the finished products are sold at 5% GST. The 13% refund that companies are bound to get is a big amount which gets stuck in the process for longer periods. Impending issues like raw material prices and borrowings are yet to see the light. Raw material prices fluctuate all the time. Shortage

the premium segment this year that include Brahma Muhurat, Vijay Tilak, 1965, Royal Musk, Devasthanam, etc. We have products in 50g at different price segments. We also have a product named Gajra, Red Velvet with 10 sticks for Rs. 170/- and 25 sticks for Rs 340/-”

Dipen further added, “the premium market is still only 10 to 20%, which increases during the season. 80% - 90% of the market is made up of regular products.” He remarked, “the price war is everywhere, but quality is most important to survive in the market for a long time. People try to give cheap quality in low rates, but they cannot last long. There are also people who buy 10 sticks for Rs 10 and 15 and half a kilo of incense sticks for Rs 100. So, we also have to have such products, but the main thrust of the company is on premium products.” He further added, “we also tell the distributors that if you sell cheap local products, it will not last long. Hence, you should keep branded and good quality products. We further explain the same thing to the retailer and the consumer. In this way awareness is increasing.”

“Logistics is a costly affair for us,” said Dipen. “It is comparatively cheaper if products are sent in bulk to distant locations through trucks and so we also send goods to far away location through truck load only if it is a bulk order.” The company has plans to open depots at various locations.

Speaking on the state of quality products he remarked, “Mushrooming local manufacturers have flooded the market with dubious quality. A big corporation like ours has to keep a check on pricing and the quality offered for a given price which make our products stand out in such complex market. We cannot dilute quality as we are well-known for Quality products.”

He said that the government should involve its resources to check quality, just like they do for exports.

Talking about shortages and ever-rising prices of raw materials, he said, “It is cheaper to import raw materials than buy them locally. Agarbatti cannot be made without joss powder and bamboo. We are still dependent on foreign countries for procurement. Governments should empower bamboo cultivation.”

Talking about bamboo-less products, he said “, Yes, there’s a lot of confusion and contradictions on the use of bamboo in agarbatti. Discussions at various levels are going on, having said that we have our segment well placed covering both.

In the end, Dipen informing about the export markets, said, “BIC exports its premium products to around fifty countries. We face a price war overseas as well. We have to compete with other exporters and foreign local manufacturer as well. Moreover, the shortage of dollar in some countries makes our exports challenging.” ●



of labour is a serious matter. Talking about his workforce, “You see, people will join where they are paid well and on time. We need an improved workforce who stick to their jobs. For this, we have started adding awareness programmes.”

On marketing strategies, Dipen informed, “We ran a pilot project in Mumbai and parts of Maharashtra last year. We have deployed a sales team and they have made sure that our product is available everywhere. Earlier a team would only visit selected counters, but now a single salesman makes sure he visits remote retail counters also. This has been a success and our company benefitted from its run.” On the issue of credit, he said. Payments do come on time when your brand is in demand.

On a question regarding premium products, he said, “The market of premium is growing, gone are the days when people would perceive an agarbatti costing Rs.100 as expensive. Customers now even buy agarbatti for Rs.200/- to 300/- and more if provided with quality that justifies the price.” Adding further Dipen informed, “BIC has introduced ten products in



# Shah FrAGRANCE & FLAVOURS



All kinds of  
Raw Agarbatti  
Manufacturer  
&  
Supplier

For More Details

Mohd. Shakir ☎ +91-9454207853, +91-9839163146, +91-8858587100

BAZARIYA, SHEKHANA, KANNAUJ, E-mail : shakirali05749@gmail.com





Premium Incense Sticks  
Dhoop, Cone  
Power of Prayer™

Require Area Wise Distributors

Traditional Fragrance  
of **ATTAR** Available in Agarbatti



Free Dhoop Cone  
Worth  
₹ 15



**ARSI INDUSTRIES**  
Mfg. & Exporter of INCENSE STICKS

Narol, Ahmedabad 382 405 (India). | Email : [info@arsiincensesticks.com](mailto:info@arsiincensesticks.com)  
Contact : +91 9737510555 | Web : [www.arsiincensesticks.com](http://www.arsiincensesticks.com)





## SKILLED LABOUR CRISIS IN HAND-ROLLED AGARBATTI -WASIQ AHMED

- ▶ Misbah giving quality products at reasonable prices by keeping thin margins on premium products.

The biggest challenge in the agarbatti industry is the production of hand-made masala and flora agarbattis. The main shortage is of labour. The agarbatti industry is nearly mechanised. However, hand-made masala and flora agarbattis are considered much better as machines do not give the required finish. Hand-rolled agarbatti is the USP of Misbah, a Bangalore based brand known for super-quality incense products. Speaking to Sugandh India, Wasim Ahmed, owner of Misbah Fragrances, said that the shortage of skilled labour is a deterrent to the growth of the industry today. Replying to a question, he said Misbah isn't able to supply against market demand. However, the company's research and development team has done extensive research to produce hand-made quality with machines. The quality gap in handmade and by machines is currently around 30%, but as per our RND, in future we will be able to reduce this gap to 5-10%.

**S**peaking to Suganda India, Wasik Ahmed said that the incense business is his family's legacy. His grandfather owned two businesses; Anamika Agarbatti and Galaxy Products. My father used to work with him. Later in 1992-1993, he started his own company Misbah Agarbatti works: in his sister's name. Initially, he sold loose, base and darbar agarbatti. He didn't have his own brand. After returning from Hajj in 1996, and after much deliberation, he founded the Misbah Fragrances in 1998. In August 2007, after finishing my studies in perfumery, I joined my father's company. In 2012, my brother Siddique Ahmed also studied perfumery and also entered the industry. This makes our third generation in the Agarbatti industry.

Replying to a question, Wasiq Ahmed said, "I came into the business with the thought that I'll support my father. He started this business from scratch. He toiled night and day to see his business grow. He expected his sons (I'm one of them) to scale new heights in our field. He still is very active in supervising operations. Each one of us has a designated responsibility." Talking further, he said "When I joined, the Misbah brand was already established. Our products were doing very well in Maharashtra. Shivani is the most successful product in Maharashtra even today." He said that Misbah's products began with Flora Agarbatti, which was a hot cake brand at that time. It is still the best even today. In ancient times, Halmadi, Silarus and special perfumes were used in Flora Agarbatti. Flora is still the most popular in the European market. In India, the demand is less.

Speaking to Sugandh India, he said that the USP of the Misbah brand is the hand-rolled agarbatti. It is popular for its superior quality and regional value. Branding is all about customer satisfaction, he said. The company maintains quality in both economy and premium segments and we keep our margins equal in both ranges. That's why our premium products are reasonable. Misbah started in the economy segment and five per cent of our products were premium. By 2015, the company started enhancing the volume of premium quality products. Today, 70% of manufacturing is premium. He said that our principal market is Mumbai for premium followed by A+ and A1 cities. Informing Sugandh India he said, "95% of the masala (spice mix) is made by agarbatti machines whereas; ours are all handmade." The company also supplies loose incense sticks to other companies, he said.

Talking about the challenges faced by the manufacturers, he said "irrespective of soaring prices of raw materials, our production is maintained without a glitch. The secret is, we keep our margins thin. We don't compromise on quality either! When the prices go up, we procure alternate ingredients, right from the source. This keeps our quality standards safe and customers happy." He informed Sugandh India that, as a matter of policy, the company does not introduce new products indiscriminately. We have our way of doing things. After Flora and Base Agarbatti; we are researching in innovating our fragrances. He said, "We keep away from the habit of launching new products every year

rather; we launch one or two products. This allows us to focus more on our originality. To bring a new product, we first distribute it unbranded in the market and study various feedbacks we receive. The testing phase is eight months." Around ten such test products are worked upon in a season. The most accepted, two or three are scheduled for launch in the coming year, said Wasiq Ahmed.

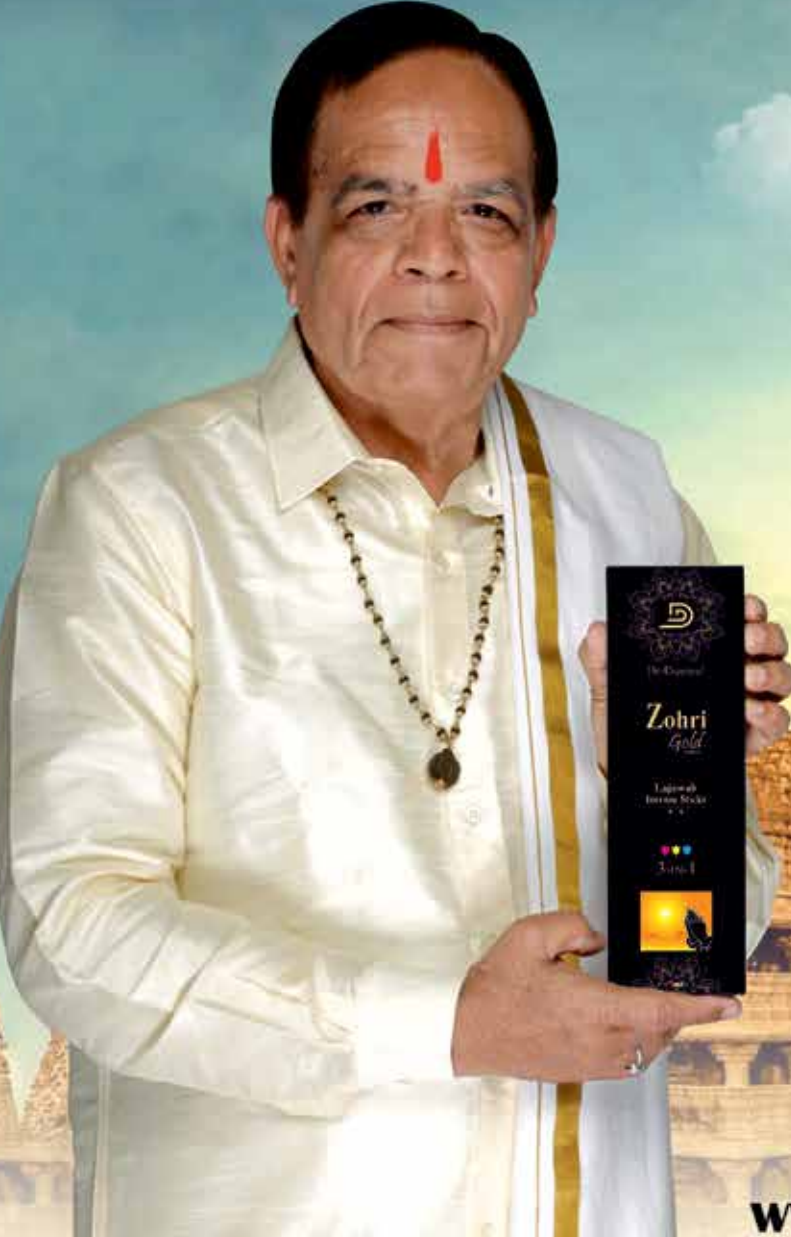
The company introduces new products according to market needs. We started with Scented Flora and Masala Agarbatti then, we introduced traditional wet dhoop. The company noticed a high demand for traditional wet dhoop in the premium segment. Bengaluru produces the best dhoop in the country whereas; North India, despite producing in tons, lacks quality. The reason is heavy demand resulting in the usage of synthetic perfumes in dhoop and agarbatti. Very few know about how dhoop and agarbatti are made traditionally with natural ingredients and spices. Although some know about these secrets in the North... Identifying genuine raw materials is necessary. In response to a question, he said that customers in general cannot afford premium dhoop or agarbatti. With cut-throat competition, manufacturers are adulterating quality. Mr Ahmed remarked "Customers prefer dry dhoop sticks over traditional wet dhoop. Traditional dhoop produces a lot of smoke and is less fragrant. Our masala dhoop is just the opposite."

Maharashtra and Tamil Nadu generate the bulk of revenue for the company. UP and MP plus some other states support in generating additional revenue. Mr Ahmed, being soulful remarked "Wish we could meet demands for all customers PAN-India. We can't, due to some technicalities. Moreover, we aren't overtly marketing our products. I'm sure, first-time customers cannot ignore our brand once they use it." Talking further he deplored those companies that are high & mighty in publicity but lack quality and originality. He said, "Publicity can sell your product once: Not all the time." Informing Sugandh India, Mr Ahmed said, "Preparations are complete for mass-producing masala flora agarbatti using our custom-made machine."

Sugandh India wanted to know about the future of this industry. Mr Ahmed said "People earlier thought that the agarbatti industry would survive for at most a decade. It's funny! I've been listening to this for the last 40 years! This industry will more than just survive. It'll boom, despite soaring prices of raw materials fuelled by its heavy shortage. I keep alternates for every raw material; be it spices, natural ingredients or anything. I don't procure such essentials from middlemen." He said that trends in new-age fragrances come and go. There are always enough markets for traditional fragrances to retail. Mr Ahmed claims that their sambrani cup is the best. It is produced in Tamil Nadu. The climatic condition of this region is ideal for making sambrani. The company retails sambrani in limited editions. Customers love it. We sell the entire lot in one go. ●



INDIA's No.1  
**DEV DARSHAN**<sup>®</sup>  
 Spreading Fragrance Since 1954-



Devdarshan Overseas

314, Industrial Area, Phase-II, Chandigarh -160002

for trade enquiry : 94170-10426 North Region  
 81251-85322 South Region

[www.devdarshandhoop.com](http://www.devdarshandhoop.com)



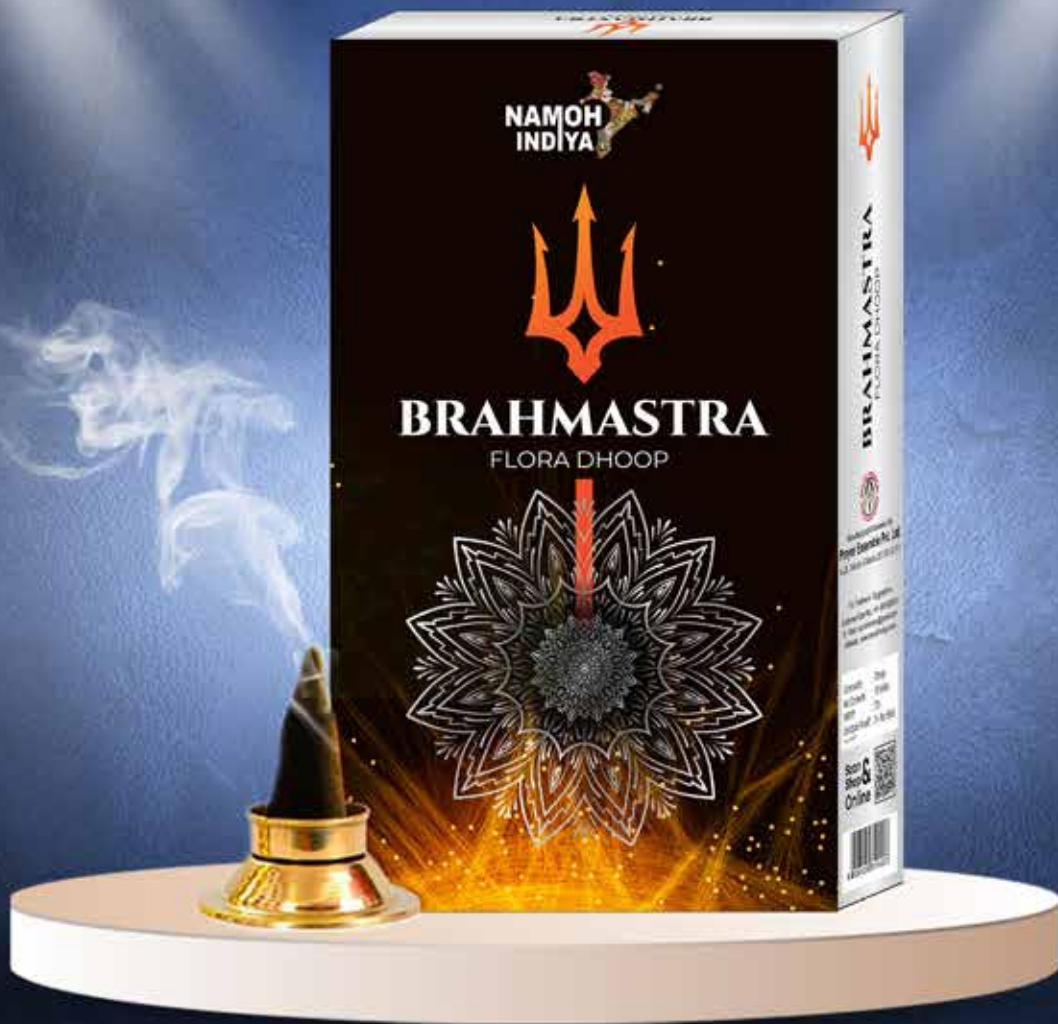
/devdarshandhoop





**Aromatic Treasure For Your**  
*Sacred Space*

**BRAHMASTRA**  
FLORA DHOOP



Available



**Shop Online**

[www.namohindiya.in](http://www.namohindiya.in)



G-50, Sector-6, Noida-201301 (U.P) Contact: 9315690511, E-mail: [namohindiya@gmail.com](mailto:namohindiya@gmail.com)

# DI ETHYL PHTHALATE (DEP)

CAS: 84-66-2

# TRI ETHYL CITRATE (TEC)

CAS: 77-93-0



## **INDO-GSP CHEMICALS PVT LTD**

ISO 9001, 14001, 22000, 45001, GMP, HACCP Certified

 [info@indogsp.com](mailto:info@indogsp.com)  
 +91 72783 65146  
+91 98210 83557  
 [www.indogsp.com](http://www.indogsp.com)



**Quality. Service. Reliability.**



## BIG BELL COMING UP WITH NEW LAUNCHES AND SCHEMES FOR FESTIVE SEASON

▶▶ The future is of premium: Bhaskar

**The festive season is on the corner. As a result, agarbatti and dhoop manufacturers have begun drawing up plans to offer retailers and distributors with schemes to boost sales. Mr Bhaskar, head of Big Bell Incense, revealed in an interview with Sugandh India that they have also begun planning schemes to offer to retailers. As per Mr. Bhaskar, it has become necessary to provide schemes during the festive season. If not, your product risks being left behind by competitors. In any case, the current market downturn means cheap products will remain, he said. Only the big cities have high-quality demand, and only economic products circulate throughout the country.**

**M**r. Bhaskar of Big Bell is the third-generation in his business and now his son Karthik has also joined. Big Bell's products are considered trendsetters in the agarbatti industry. Speaking with Sugandh India, he predicted that within the next one to two years, a change in the market's dynamics and the introduction of new, high-quality products will occur. Big Bell has also begun preparations for the launch of new premium products next year. In response to a question, he stated that only those companies can survive in the market, which will provide the best quality products at reasonable prices. It is not possible to raise the price of existing products. He claimed that a price war has resulted from the entry of numerous small and large manufacturers into this sector. In this case, the products' prices should be kept in line with their level of quality.

Mr Bhaskar claimed that despite numerous attempts, it has not been possible to establish pricing guidelines for quality and price in the agarbatti industry. The quality of products with MRP of ₹10 and ₹20 cannot be guaranteed. In such a situation, consumers should also look for products with MRP of ₹50. He added that several discussions and meetings have been held in the industry to ban the pack of 10 incense sticks, but not everyone agreed. Many people said that they have profit in 10

kadi pack and they are still doing business on the same. In response to a question, he said that that agarbatti industry market has grown to Rs.10,000 and now the time has come for the industry to come out of the status of small scale industry, because it is of no use.

He asserted that the only way to overcome problems with quality and price in the agarbatti market is for all manufacturers to make premium products of the highest quality while maintaining fair prices. He continued by pointing out the entry of small producers into the market as well as the business dealings between multinationals and big businesses. The government ought to conduct quality control in order to manage them. Despite increased competition and a brighter future, he predicted, businesses will only be able to thrive by producing high-quality goods.

Despite the fact that four generations into the business of agarbatti making; Big Bell was established in the year 2021 in Bangalore. Big Bell produces White Agarbatti, Black Agarbatti, Masala Agarbatti and Base Agarbatti as well as dry stick and cone. Items range from 10₹, 20₹ and 70₹ to 400₹. Big Bell's kacha bela sticks are particularly popular. Big Bell Incense company is a pan india brand and has always been known for bringing new products to market. ●



# Indulge in the Allure of *Enchanting Aromas*

## Our Fragrance Applications

- **Dhoop & Agarbattis**
- **Flora Battis**
- **Masala Battis**
- Perfume Sprays
- After Shave Lotions
- Deodorants & Body Mists
- Shampoos & Conditioners
- Soaps
- Shower Gels & Bath Products
- Pan Masala & Suparis
- Potpourri
- Industrial Cleaners
- Pet Care Products
- Paper & Fabric
- Detergents & Fabric Softeners
- Spa Products
- Hair Care & Styling Aids
- Shower Gels & Bath Products
- Air Fresheners
- Attars
- Candles
- and many more...

## J.B. FRAGRANCES & FLAVOURS

159, Devraj Industrial Park, Piplej Pirana Road, Piplej, Near 200 ft. S.P. Ring Road, Ahmedabad - 382405, Gujarat, INDIA

Tel: +91-98700 00124, +91-98700 00734 E-mail: [contact@jbff.co.in](mailto:contact@jbff.co.in)

[www.jbff.co.in](http://www.jbff.co.in)





The smooth suede of Ayatana,  
meets the sultry scent of Lajawab!



# POOR QUALITY EXPORTS WILL TARNISH THE REPUTATION OF THE INDUSTRY

## -PAWAN AGARWAL

- ▶▶ Aromatika is a popular brand in overseas market



The manufacturers who are unable to provide quality agarbatti products in the domestic markets are exporting inferior-quality products to markets overseas. This is a matter of concern because once the standard of Indian incense sticks falls in the global market, it will not only harm Indian incense stick industry's reputation but also destroy the credibility of Indian incense sticks abroad. In a conversation with Sugandh India, Pawan Agarwal, head of the Aromatika brand, said that the way China's reputation has gone down. Similarly, our image will also deteriorate due to the export of substandard-quality products by some Indian companies. Aromatika produces around 1700–1800 products, of which around 700–800 are exported. The brand was started in 1993 in Jaipur. Initially, the company was into trading of brands like Hem, Satya, Balaji, and BIC from Bangalore and Mumbai. Pawan Agarwal said that Bangalore-based companies were not able to supply as per the needs of Rajasthan market, so in 1995 he started domestic production under the brand name Mausam. In Rajasthan, it was Aromatika that started the trend of selling quality incense sticks and number of sticks in packs instead of Kilo.



In a conversation with Sugandh India, Mr Aggarwal said that earlier in Rajasthan, 1 kg of agarbatti was sold for ₹30, which was dipped in kerosene oil. The entire incense stick would catch fire. Not only this but in a packet half of the incense sticks used to be broken. We were so saddened by the state of the incense stick industry here that we started our own production under the brand name Mausam. He told me that in Rajasthan, the price and weight of incense sticks were very important. After seeing all this, we made Gulab Mutha (rose incense stick roll pack) under the name of Rose Product. Its cost was ₹36 per kg, but we gave it in the market for ₹30 as per the market rate trend. Thus incurred a loss of ₹6 per kg on Gulab Mutha. This product became very popular in the market. Initially, the incense sticks were tied together in a bunch with a thread but later on we started wrapping them in a white paper. Later on, we started giving 900-gram packs for ₹30 only. Its demand also increased, and a packet of 12 pieces of 75 grams was taken out for ₹5. To operate it, people had to be convinced that there was more material per packet than it weighed. Gulab Mutha is popular even today.

Explaining the reason for their shift to export markets, Pawan Aggarwal said that the demand for quality products is still very low in Rajasthan. So, we turned to export overseas. Between 2002 and 2005, rumours spread that smoke from incense sticks causes cancer. Only after this, taking inspiration from Satya's masala incense sticks, we started producing masala incense sticks for export. Pawan informed that there is a huge market for black incense sticks in hexagon packing, and 90% of Bengaluru's products are exported in this quality and packing. There is stiff competition for this. People are reducing the quality. Products costing as low as ₹80 for a dozen are being shipped. In such a situation, once the standard of our products falls abroad, the whole industry will be at a loss. Just as the reputation of Chinese products is low globally, similarly, the Indian incense industry will also face same. In response to a question from Sugandh India, Mr. Aggarwal said that Aromatic's products are considered of high standard in foreign countries, and his masala agarbatti

are one of the best brands in four to five countries. Pawan further added that Aromatika does not use DEP. The products are also charcoal free and there is no visible smoke. All the perfumes that are used are IFRA compliant. We also have REACH certificate. All our products are manufactured from natural raw materials, and quality assurance is maintained during manufacturing, drying, and packaging. In response to a question, he said that if the quality is not good in the US and European countries, the goods get rejected. Still, there are some companies that could not be successful in the domestic market are now exporting. Informing about his product portfolio, Mr. Aggarwal said that in addition to incense sticks, we have dhoop, cones, backflow cones, garden sticks, etc. We have also recently developed Ishom Smudge Bricks, an innovative dhoop stick product. It is available in different colours and is made from all natural materials. Smaller packing has also been made for European countries. Apart from this, the company also manufactures and exports air fresheners, perfume sprays, soaps and ayurvedic Oil. He said that there are many challenges in the agarbatti industry, but Modi government has reduced them by banning imports from abroad. Similarly, we are still dependent on imports of bamboo. Many people are also getting powder from abroad. The trend toward white incense sticks has increased in which imported powder is used and it produces black smoke. In contrast, our white agarbatti, which is completely made from Indian raw materials, produces no black smoke. He said that joss powder has to be imported, but if the government makes a little effort, it is available in India. In states like Jharkhand, etc., it can be obtained from tree bark, and the government should work in this direction. In response to a question, he said that the agarbatti industry is getting limited and will expand only when the public is aware of the quality. Otherwise, the manufacturers producing high-quality products will slowly die out. Customers should be told that it is better to burn one quality incense stick than four cheap incense sticks. Very high-quality products are used abroad, and the consumer is aware. In India too, BIS should take immediate steps to set standards. ●



# RADIO BRAND

PREMIUM INCENSE STICKS

Jalaaate raho...  
Bajaaate raho...

Regular



Premium  
Dhoop Sticks



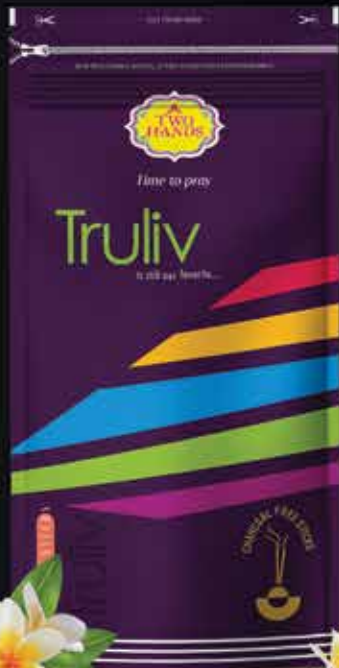
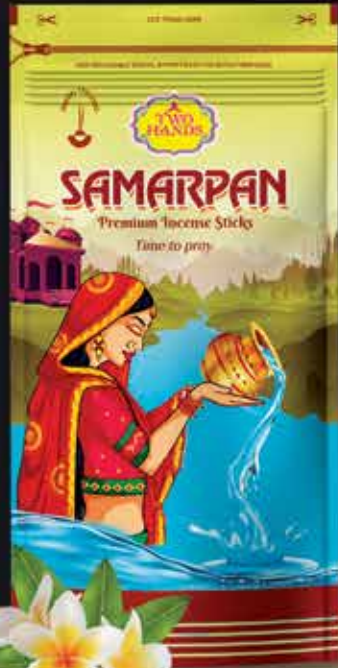
Lighter  
and  
Stand  
Free

**MFG. R.P. FRAGRANCES**

For Distributor Queries: 9628078000



TIME TO PRAY



@TWOHANDS.INCENSE

For trade enquiries :

+ 91 90033 18000 | care@gtproduct.in | www.gtproducts.in | www.gtgroup.in | /gtproducts



# THE SURVIVAL RATE OF A STARTUP IS VERY LOW -RAHUL JAMED

Chaos is the right word to describe this industry. Everything seems to be unruly and chaotic. Some 20 years ago it was still better. Going back another 20 years it was very good. Then, getting into the agarbatti business was not rocket science. People could begin with less capital and limited knowledge. The quality of raw materials was good. The price was within limits. Today, it is very different. The price war by big players. The trends of lending and borrowings. The unavailability of raw materials and their skyrocketing costs are just, the tip of the iceberg... a startup has to go through. Not getting good distributors kills the dream of a productive supply chain. That is the reason why a bulk of startups shut down even before completing their first financial year. A message clear enough by Rahul Jamed. He owns Oswal Trading Company which primarily deals with incense-based products in Jaipur. He started Oswal Trading in 2014. He began trading in 2008. Rajasthan is his main market. He also sells his products through Flipkart and other e-commerce companies.

Rahul Jamed told Sugandh India that his company deals in forty to fifty different kinds of; agarbattis, dhoop and dry sticks. His products range from 5₹ to 100₹. His supply chain spans every district of Rajasthan. Elaborating further on the challenges faced by startups he said “, A startup in the agarbatti industry faces direct competition from established brands. They (startups) cannot compete with national brands as all such brands keep on updating their products. Moreover, cash-rich traders do not want to become dealers. They have productive brands in their kitty. Startups, therefore, have to approach lesser-known traders and dealers. Startups cannot trade off quality over costs. If they do, then dealers will not move their stock. The startup owner will keep getting some excuse or the other. His products won't reach the last mile. Debts will continue to pile up. Getting hard-working labour and skilled staff is a matter of luck.

Rahul told Sugandh India that door-to-door supply was the trend during the pandemic. It was a hit. Dealers were picking up goods worth Rs two to three thousand. It was a boon for unemployed youths. Now, all that is a thing of the past. The same dealer cannot sell goods worth 15-20 thousand. Markets today have an excess of goods. Moreover, you can start an agarbatti business in just a Lakh or two. There's a crowd of manufacturers and suppliers hogging the market; from MNCs to local and everything that comes in between. This makes efforts made by startups all the more impossible to succeed. If the startup company does not deliver quality and originality— it is bound to fail and shut down.

Explaining the situation further to Sugandh India, Rahul said “, Startups and small-time manufacturers face impedance from National players. This impedance is the price war! It is a monopoly that cash-rich companies enjoy and this can be found in any industry. Startups cannot mass-produce quality incense products.

Big players have an advantage of outreaching the nation's hinterlands with their superfine products. Moreover, dealers and distributors won't accept the rates of a startup at the rate he buys from an

established brand even when the startup's quality proves better. Newly established companies have to keep on adding newer products of quality to the market and this requires money.

Rahul said— Expenses on raw materials, manufacturing, labour and marketing are somewhat fixed and when the stock is not picked up by the dealer in their supply chain; it's a direct loss. Such repetitions adversely affect manufacturers. Even if a sales agent pulls an order from another state or somewhere far, the startup has to brainstorm on his payments. It is not easy for a startup to get payments on or before dispatch. He also informed Sugandh India that companies manufacturing soap, tea, confectionery and other products have



also ventured into the agarbatti industry.

Talking about his brand's major market and top selling product, Rahul said “, I'm focussing on my home state. Our 50₹ Magic 4-in-1 is the most popular brand. It comes in four fragrances in a zipper pack of 250g. Other than this we also have OMG which also comes in 4 fragrances in 200 gram Zipper.” ●

Spreading Fragrances Since 1965



*Incense Making Machine*



*Bamboo Sticks*



*Joss Powder*



*Charcoal Powder*



*Wood Powder*



*Guar Dust Powder*



*Black Incense Powder*



*White Incense Powder*



*White Wood Powder*



*Incense Making Machine Parts*



*Colour Agarbatti*



*Orange Raw Agarbatti*



*Black Raw Agarbatti*



*White Raw Agarbatti*

We Also Provide Facilities for Buyers to get Direct Import of Containers to Their Destination with Hassle Free C & F Services At Any Port or ICD In India

## JYOTI PRODUCTS

Supplier for Agarbatti Raw Material, Raw Agarbatti, Agarbatti Machinery and Parts

1 to 5, Shreeji Industrial Estate, Opp. D.K.Industrial Estate, Ambav Pura Road, Nr. Capital Char Rasta, Phase 3, GIDC, Chhatral (N.Gujarat)-382729, INDIA.

E-mail : [info@jyotiprducts.com](mailto:info@jyotiprducts.com) | M. : 90540 33666, 98245 50361



**RSF**<sup>TM</sup>  
SENSE ENCHANTING INNOVATION



*Creating fragrances for the soul.*

**RS FRAGRANCES INTERNATIONAL PRIVATE LIMITED**

Corporate Office : 62, Chand Ganj Garden, Lucknow-226024, Uttar Pradesh, India

Factory: G-17, 1-A, UPSIDC Chinhat Industrial Area, Deva Road, Lucknow-226019

Email: [info@rsfragrances.com](mailto:info@rsfragrances.com), [rishi@rsfragrances.com](mailto:rishi@rsfragrances.com), [sagar@rsfragrances.com](mailto:sagar@rsfragrances.com)

Mobile: +91-9838003800, +91-9628811112 • Fax: +91-522-2230032 I Web: [www.rsfragrances.co.in](http://www.rsfragrances.co.in)



## Tirupati Industries God Gift popular in Surat

Delhi-based Tirupati Industries is known for high-quality traditional dhoop. God Gift, Sachche Sai, Kashi and Chance are popular dhoop brands. Tirupati Industries sells more in the North. Surat, the diamond capital of India is witnessing huge demand for high-quality traditional dhoop. A sudden increase in demand has given a window of opportunity for God Gift Sachche Sai brand of dhoop. It is reported that God Gift is one of the leading traditional dhoop brands in Surat. Chandan, Mogra, Gulab, Loban, Guggal and Champa are some of the evergreen traditional dhoop brands of Tirupati Industries. Zipper pack contains 20 dhoop sticks and a box packing comes with 12 long sticks. Both are priced at 30₹ only. Kashi 4-in-1 is Tirupati's best-selling dhoop. ●



## DevDarshan Auro cones for prayers and making home fragrant

DevDarshan is a market leader in bringing premium quality incense sticks majorly in Punjab, Haryana, Himachal and Chandigarh. Observing the trends of Indian festivals, most of the DevDarshan products have skyrocketing sales during the season. In the present market survey, it is found that there are many brands retailing incense sticks in the market, but DevDarshan has been leading the market. Their fragrances, especially Kewra, Chandan, Rose, Lavender and Champa are found to be the top-selling ones. With attractive packaging and soulful fragrances, the incense sticks are appealing to the customers entering the store. The scents being used are highly appealing and the shopkeepers found the products to be the best selling instantly. Perfectly catering for the needs of the Indian market, the products are finely made with natural ingredients. From worshipping the almighty to filling the space with a flavourful aroma, DevDarshan is a top choice for the consumer. The new products are going to be launched in the coming months. With its multiple varieties in the market and this season, it's increasing to more premium products. ●

## Doctors recommend using Balaji Chandan Gold Soap.

Balaji Agarbathi Company dominates the premium incense market in India. They make dhoop, agarbatti and roll-on attar. Their premium market includes soaps as well. Chandan Gold Luxury Aroma Soap (100g) is priced at 1000₹. This specially handcrafted soap is made from pure sandalwood oil mixed with 22Ct gold flakes. It is a luxury aroma soap with long-term skin benefits. This soap also contains; silver, copper, zinc, cadmium and nickel in the purest form. The manufacturer provides their laboratory certificate along with the purchase with all details mentioned. Its customers are the Industrialists, VVIP and the affluent class. Being rare of its kind, it has been reported that doctors use it and recommend their patients for its immense health benefits.



The same is prescribed for newborn babies. Some hospitals procure it for their maternity ward. For general purposes, the company also sells Chandan soap for 70₹ only. Balaji's Chandan Gold Luxury Aroma Soap takes the bathing experience to a different level. ●

\*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of July-August-2023 or as mentioned by the respective companies



## Big Bell launches new products ahead of the festive season.

Bangalore-based Big Bell Incense is known for high-quality incense products PAN-India. Their product line includes; dhoop, agarbatti and attar roll-on. Kacha Bela is among their most successful products; so much so that other manufacturers tweaked this fragrance in their products. Ahead of the festive season, Big Bell launched a variety of incense products. They are; Kacha



Bela, Kacha Kasturi, Kacha Kevda, Kacha Chandan, Kacha Guggal and Kacha Gulab are all premium quality dry sticks. They cost 75₹ MRP (110g) a box. Big Bell also launched four premium fragrances in traditional wet dhoop. They are; Rose, Guggal, Rome and Chandan priced at 70₹ MRP (100g) a box. The company also launched agarbattis in four exquisite fragrances in the premium segment. They are; Green Garden (225₹), Dutt Prasad (125₹),

Heena (125₹) and Avinyaya (140₹) in an attractive box packing of 100g. Company has also launched three 2-in-1 combos of white and black agarbattis; Hari Anant, Badrinath and Swarn Moti. The 200g jumbo zipper pack costs 70₹. ●

## Nishan's Sambrani cups in demand in Surat



Ahmedabad's 'Nishan Products' is a rapidly growing agarbatti company. Their USP is providing new fragrances at a reasonable price. After Gujarat, Nishan is strengthening its position in other states. A survey conducted by Sugandh India in Kolkata recently found that Nishan is growing in popularity and business in Kolkata and the region around it. The growth of business in the Sambrani Cup segment is credited to the growing trends of bamboo-less incense products. A few years ago, Surat was a monopoly of the agarbatti market. Today, the growing acceptance of sambrani cups is a clear change from the usual. Nishan's hawan-samagri, guggal and loban range of sambrani cups are also in great demand. A pack of 12 cups costs 70₹ only. Apart from sambrani; traditional wet dhoop and dry dhoop sticks are also growing in demand in Surat. ●

\*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of July-August-2023 or as mentioned by the respective companies



## BIC hits the market with high quality wet dhoop products

Synonymous with quality, BIC has launched a bouquet of products in the market over the past months. Until couple of years back, the company only had a selected number of products in the market but now the company is filling up all the segments with various attractive products. In previous months, the company had launched several high quality products in the premium hand rolled and bamboo less segment. Now the company has come up with a collection of products in the wet dhoop segment as well. BIC, under its brand Panchvati has come up with unique brown wet dhoop products in 10 sticks and 20 sticks. Panchavati Brown Wet Dhoop Collection in 10 Sticks comes in 6 mesmerising fragrances - Fresh Guggal, White Mogra, Gulkand Rose, Sukhad Chandan, Raghavam and Om Namah Shivaay. This collection comes in a box packaging at an MRP of Rs.35 per pack. Along with this the company has also released Brown Wet Dhoop in 5 evergreen fragrances - Rose, Mogra, Sandal, Guggal and Loban in 20 sticks. Available in a zipper pack at MRP Rs.30. The USP of these products is that unlike other wet dhoop products in the market these are in brown color. Keeping in view the increasing trend of dhoop, BIC is providing consumers with better high quality products. ●



## Cycle Pure Agarbatti is the top seller

'Cycle Pure' is the largest-selling agarbatti brand in India owned by the NR Group. In case you don't know, This group was founded by N. Ranga Rao in 1948. The group is registered in Mysore; the traditional capital of incense in India. 'Cycle Pure 3-in-1' is the best-selling brand of agarbatti in the country. Cycle Naivedya Cup Sambrani is among the top selling in its segment. Four special products in The Heritage Series of the 'Cycle Pure' brand of agarbattis are dedicated to Indian folk art namely; Madhubani, Sanjhi, Santhal and Warli. These are part of a social initiative by the NR Group. The CSR helps tribal artists continue with their creative aspirations: sustain their families as well. Cycle Pushkarini Agarbatti is made from sacred flowers procured from temples. The company is also into making hawan-samagri and prayer-related products. The company launched hundreds of PAN-India stores last year. This aided the NR Group in repositioning its brand. All of their products are environmentally friendly and safe for health. The NR Group is a certified carbon-neutral company. ●

\*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of July-August-2023 or as mentioned by the respective companies

## Nikhil's new launches yielding positive results

Nikhil Products was established in 1986 as a manufacturer of agarbatti, dhoop sticks, perfumes and aroma oils and over the years has become a household name all across the world. This Bangalore-based company also enjoys a good overseas market. Ahead of the festive season, they launched; Royal Gold, Velvet Oud, Vande Bharat 3 in 1, and Imperial 3-in-1 in Agarbatti segment.



Royal Gold is a premium masala batti. With a rich floral texture, it is very fragrant. This product comes in attractive box packing priced at 130₹ MRP (50g).



Velvet Oud is an exquisitely handcrafted masala batti in oud fragrance. The growing trend of Oud in dhoop and agarbattis inspired them to produce their best in form of Velvet Oud. A 50g box is priced at 275₹.



Vande Bharat and Imperial Agarbatti by Nikhil Products are a combo of 3-in-1. Huge demand for 300g jumbo zipper packs motivated them to introduce these. Imperial is packed with three fine fragrances whereas; Vande Bharat comes in three traditional fragrances. These economy segment agarbattis are priced at 150₹.

Along with the agarbattis, they also introduced two additional fragrances in dhoop sticks; White Oud and Heena comprising 20 sticks a packet. This addition is a part of eight dry stick collection that are already doing good in the market. The newly launched White Oud is different from the traditional Oud. Unlike the strong fragrance of Oud, this gives refreshing fragrance of flowers. Heena is already a very popular brand in agarbatti segment, now launched in dhoop sticks. White Oud and Henna in box packing are priced at 105₹.



The new arrivals are available in various markets of Maharashtra, Uttar Pradesh and Delhi. Apart from these, their Tapasvi range is quite popular in the economy segment. Aradhya, Panadi and Prabhudarshan have gained popularity in the premium range. ●

## Misbah is a big name in premium products

Misbah Fragrances is one of the best-rated agarbatti companies in the premium segment market. It has a huge consumer base with limited but superfine quality incense products. They make dhoop, agarbatti and sambrani cups. A bulk of revenue comes from Maharashtra and Tamil Nadu. Mumbai is their best market followed by A+ and A1 cities. The products are sold in UP and MP as well. Bakhoor, Rooh Al-Oud, Arabian Oud and Great Essence are among the best selling Misbah brands. ●



\*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of July-August-2023 or as mentioned by the respective companies

# BENGALURU MARKET IS DOMINATED BY LOCAL BRANDS

**B**engaluru is the IT capital of India and the state capital of Karnataka. Bengaluru enjoys a pleasant climate all year long. It is situated at the highest elevation in the southern highlands. The Vizianagaram Kingdom in the 15th century began the process of beautifying Bengaluru. Urbanisation continued under the British. Post-independence, Bengaluru started growing faster, especially after the 60s. Around 9 million people call Bengaluru their home. The city is dotted with zillions of IT companies. Being the electronic city of India and the nerve centre of Information & Technology, a bulk of the city's population is privileged. High living standards make Bengaluru a costly place to live in. So whatever is sold here be it; food, taste, and aromas are of high quality. Bengaluru is also known for perfumes, perfumery and the agarbatti business. It is one of the oldest markets in India and the World.

## Bengaluru tops the list of agarbatti manufacturers and consumers

The region has the nation's largest sandalwood forest that is rich in herbs and spices. This made Mysore and Bengaluru the hub of the agarbatti industry for centuries. It is also the largest market and a manufacturing hub for premium incense. The younger generation has adopted the use of fragrance as a way of life. There is a growing demand for masala agarbatti made from natural ingredients as they gel with the environment and our health. People prefer expensive products to enjoy the blissful air in; homes, offices, clubs, hotels, malls and shops. Bengaluru has a higher per capita compared to other metros. Bengaluruans spend an average of Rs.100 to 200 on agarbattis a month. Five to 55₹ agarbatti packets are the most common choices.

Additionally, premium masala agarbattis ranging from 100₹ to 1000₹ a packet are very much in demand. Bengaluru is not only a manufacturing hub for one of the finest agarbattis in the world but also dhoop and dry sticks. Most of it gets consumed in the local market.

## There is no monopoly of any brand in India's Silicon Valley.

Despite being the largest market for premium masala agarbatti, Bengaluru is not dominated by any particular brand. Talking to manufacturers, distributors, retailers and customers in Bengaluru, Sugandh India found, the market changed rapidly in a few years. Earlier, only a handful of agarbatti brands were visible and today: it's anyone's game. The top 10 sold here are Cycle Pure, Ullas, Darshan, Zed Black, Aashika, Amru ta, Moksha, Balaji, Forest, etc. Besides these, brands from Pune and Gujarat are also visible. Brands have different segments and regions for their products. For instance; 10₹ to 50₹ Cycle Pure and Zed Black agarbatti sell best in mixed-income areas. Whereas premium agarbatti of the

same brands priced up to 1000₹ are sold in posh areas.

## Economy market along with premium.

According to Sugandh India's market report, agarbatti sales account for 70% and the remaining for sambrani cups. Ten₹ agarbatti packets are sold beyond the city limits. Economy incense products enjoy a high percentile sale; for example 'ZED Black and Cycle 3-in-1' enjoy the volume. 50₹ agarbatti in 10-stick pack trends the most in middle-income localities This includes agarbattis selling between 50₹ and 60₹. Customers prefer agarbattis in zipper packs more than box packing. The trend of mutha packing also prevails. Customers ignore the type of packing if good quality is provided. Balaji and BIC are selling well in Mutha. This type of packing (inspired by some local agarbatti brands from Maharashtra) is applied equally for premium quality agarbattis. The trend observed ranges from 50₹ and goes up to 1000₹ a pack. Balaji is sold at 220₹ in Mutha. Big Bell is also present in the market. Ullas is a mid-range brand selling between 40₹ and 50₹ a packet. Bangalorians love to stay with traditional fragrances of the South.

Due to transportation issues; budget or mid-range brands from Maharashtra and Gujarat aren't much in demand. Local brands account for about three-fourths of Bengaluru's



dhoop and agarbatti market. The demand for cheap incense products is met by unbranded products from local producers. Oriental, Balaji, Orkay, Forest Fragrance, Misbah and BIC are in demand for premium masala agarbattis. Liberty sandal, white stick, black stick and blue stick brands are in trend. The demand for the Vijay, Shah, Alaukik and Flourish from Gujarat is sporadic.

Traditional dhoop has become more popular over the last 4-5 years, even though dry incense sticks have been popular for a long time. Ten per cent of the total demand for dhoop s made up of wet dhoop. Aashika, Cycle, Moksh, ZED Black, Liberty, etc are in demand. In Sambrani cup Delta, Cycle Naivedyam and Zed Black are trending. Dry sticks in the price range of 10₹ to 50₹ sell more in box packing. Premium 50g box is sold at 100₹ to 150₹. Balaji chandan is a popular brand dry stick brand in Bengaluru. Traditional wet dhoop brands; ZED Black, Hari Darshan, Balaji Holiday, Big Bell, Dev Darshan, etc enjoy brisk sales. The demand for traditional dhoop has increased significantly apart from the festive seasons. Sambrani stick brands like; Tapas, Sugandhi, Nandini, Bell, Camel also have a good market. Packs pf 10 to 12 in sambrani cups are available in MRP ranging from 70₹ to 120₹. Chandan Tika has a limited market, but it does see products from Hari Darshan and a few other companies. There is no brand here in Camphor, 5% have the name of branded companies like Cycle,ZED Black and Mangalam etc. Camphor is sold mianly by local producers. ●

# BENGALURU IS LARGELY A MARKET FOR ECONOMY PRODUCTS: MALTESH



five per cent. Despite dry sticks always being in demand— The trend of buying traditional wet dhoop has grown by ten per cent. Dry sticks of Ashika, Cycle Pure, Moksh and ZED Black brands of sell better in the price range of 10₹ to 50₹ a box. Seventy per cent of Bengaluru's incense market comprises agarbattis.

ZED Black and 'Hari Darshan' brands of traditional wet dhoop sell more. Sambrani cups of ZED Black, Cycle Pure, Aashika and Delta enjoy brisk sales. Mr Maltesh remarked, " In camphor, Unfortunately, PAN India brands like ZED Black and Cycle Pure square up to less than five per cent of the market. The market is mostly dominated by unbranded. He said, 'Chandan Tika ' (red sandalwood powder) has a limited market with few brands like Hari Darshan. "Legacy companies of Bengaluru have almost lost touch with the present market," remarked Mr Maltesh. ●

**Mr. B.A. Malthesh Kumar**

M/s. Sri Manikanta Store

34, Sangama Complex, S.R. Street, S.K.R. Market,  
Bangalore-560 002

Mobile : 9480616732

**B**engaluru is a large dhoop and agarbatti market in the economy segment priced between 5₹ to 55₹ a packet. Most sellable are 10₹ a packet. Speaking to Sugandha India, Mr Maltesh of 'Sri Manikanta Stores' in Bengaluru said that a customer spends around 100₹ to 200₹ on dhoop and agarbattis every month. He said his agency has been dealing with brands like; Cycle Pure, Moksha, Koyas , Aashika, Amruta and ZED Black since 1988. Way back then, the agency was dealing with Agroma and Vasu brands. The agency supplies to wholesale market and has over a hundred more wholesaler working for them.

Responding to Sugandh India about Bengaluru's agarbatti market, he said— The market is mushrooming with dhoop and agarbatti products and their manufacturers. The competition is cut-throat and sometimes pointless. The market is booming with local big brands: selling in the premium and economy segment. Three-fourths of Bengaluru's agarbatti market is dominated by Bengaluru based manufacturers: the rest are unbranded. Cycle Pure, Ullas, Darshan, ZED Black, Aashika, Amruta, Moksh and Balaji are top-selling brands. Mr Maltesh also informed Sugandh India that box packing is preferred by customers. Zipper packing has been recently introduced. The material comes cheap and the packaging is effective.

South India has always been the epitome of traditional fragrances and Bengaluru is no exception. This can be seen in the dhoop and agarbatti markets as well. Despite being affluent and overcrowded, there's hardly any market for premium agarbatti brands. The market of the premium segment is just



**Manufacturing  
Perfumes for Agarbatti,  
Gutkha Supari, Toilet & Detergent Soap  
Natural Oils, Essential Oils &  
All Indian Attars.**



**Ankit Jain: 09415472591**

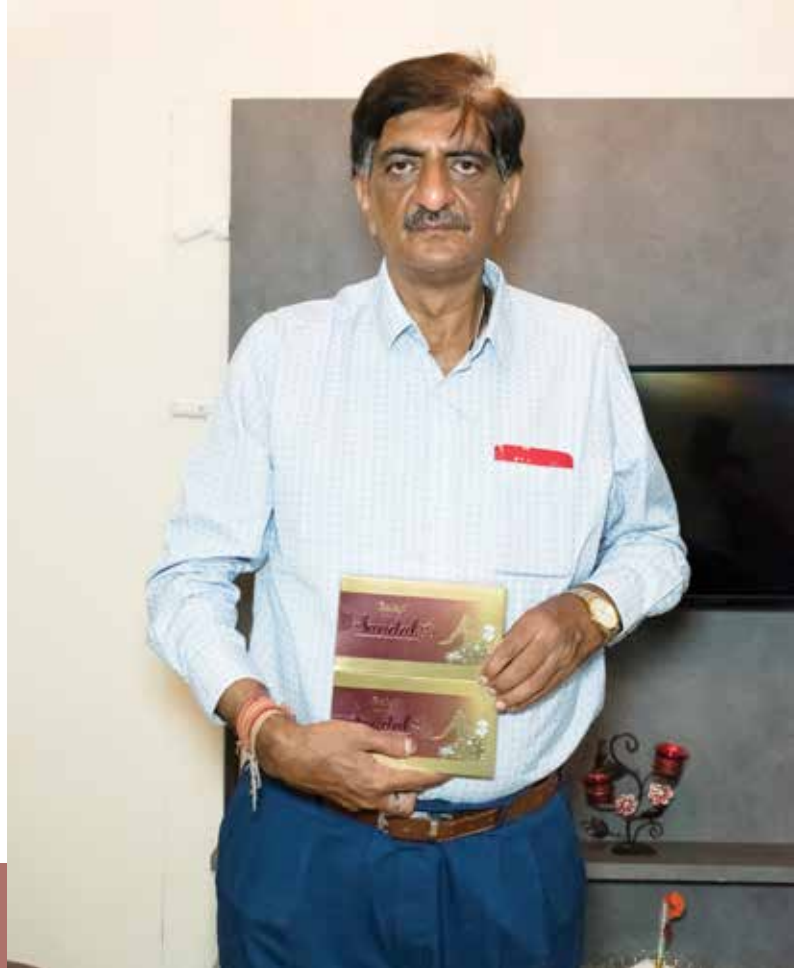
**Jawahar Complex, Bada Bazar,  
Kannauj (UP)-209725**

**E-mail : samrataroma@gmail.com  
www.samrataroma.com**

# BALAJI HAS CHANGED THE TREND OF THE NORTH INDIAN MARKET

## -JITEN SOHNEJI

Balaji's premium products have changed the scenario in the agarbatti and dhoop markets in northern India. Earlier, only dhoop and agarbatti products with MRP of Rs.5 and Rs.10 were available in Uttar Pradesh, Uttarakhand, Punjab, Haryana, Himachal Pradesh and Jammu but in the last decade, a market for premium products has emerged in these states. Since 2010, Balaji's North India Principal Agent Jiten Sohneji has provided Sugandha India with detailed information about the ongoing market trends in North Indian states. Jiten has a PAN-India experience. He also has good knowledge of the dhoop and agarbatti markets in Nepal and Myanmar. He said, although Rs.5 to Rs.10 incense products shall continue to be in demand—the future of the agarbatti industry lies with premium products. He also said that Balaji currently has a monopoly in the premium market in almost all the states.



**S**peaking to Sugandh India, Mr Jiten Sohneji said that he ventured into the agarbatti business due to his family background. His grandfather used to be in the agarbatti business in Madhya Pradesh. Then his father relocated to Bangalore and set up his factory. I also started working with my brother. However, after some years I started on my own business. He laughs and explains that I'm a sales guy and have no experience in either manufacturing or perfumery. I started by delivering supplies in a military canteen. I couldn't get along with the canteen, so I quit. As a matter of coincidence, I kept running into a gentleman. I was very active in the market. I used to meet a lot of people. Later I came to know that he's in the same line of business. I was offered the opportunity to work with him. Then I started with 5₹ and 10₹ incense products. This remarkable union salvaged my financial position. It was enough to fulfil basic needs of my family but I couldn't save anything or could see any further growth.

My good fortune allowed me to meet the owner of Balaji Agarbatti Company. That was in 2010. We brainstormed on a plan for North India. All price bands were thoroughly discussed. We mutually agreed that manufacturing and selling ₹5 and ₹10 agarbattis won't do any good. Moreover, dealers, distributors and shopkeepers get discouraged from moving stock in the absence of regular schemes by the manufacturer. For manufacturing companies, the economy segment leaves hardly any margin. So we dropped the idea and set focus on premium and luxury segments. I requested six months to prepare. I made it clear that he is free to opt-out and hire someone else in case I don't revert within the stipulated time agreement. I also made it clear that he can hire anyone suitable if he gets one tomorrow or the week after. True to his words he did not hire anyone. That's how I began my journey with Balaji.

Currently I only work for Balaji and Veeram World, a Mumbai-based company. During my gearing-up months for Balaji, I noticed, customers do not prefer products from other brands where Balaji's market is already established. This was a vital clue for introducing premium segment agarbattis in such identified markets. With this goal, I began my venture in; Punjab, Haryana, Uttarakhand and Western Uttar Pradesh. I found discrepancies in the markets of Himachal and J&K. These markets are conditioned for credits. In terms of investing our money and efforts, it was a no-go. Assam



was ventured in 2018. A market for premium agarbatti products is shaping up. Sharing his struggling days he said “I used to bring samples of premium Balaji products to dealers and wholesalers I knew and worked with before. Most of them responded with a ‘No’. They said these won’t work. I pleaded with them to at least try. I had a hard time feeding my family. With such a demoralising response, I chose to try on my own. I had a small team then. I travelled a lot in trains and buses venturing markets in; Punjab, Haryana, Uttarakhand and Western Uttar Pradesh. I, in a way, was setting examples for my team to work harder. My team followed soon and began capturing various markets. Our goal was to add volumes and a benchmark for Balaji’s premium agarbatti products. Things started moving rapidly to our advantage! My agency was awarded for best performance by the company. During the felicitation ceremony, I said “It’s not me alone. Credit goes to my team for this grand achievement.” He further recalls that while upselling Balaji’s roll-on in a certain market, he found out that a competing roll-on brand was selling for just 40₹. His company’s product was a massive 380₹ for just an 8ml bottle. “It wasn’t a burnout for me,” said Mr Jiten Sohneji, “ Our roll-on product started getting accepted. Balaji works!”

Replying to a question from Sugandha India, Jiten Sohneji said “, The owner and management of Balaji Company have great integrity. They don’t change their agents. They don’t even pass on a box or carton of goods to another without contacting the agent. We work like a family. I just send pictures via WhatsApp and by evening my order is delivered.” He said, while others ask for samples (agarbatti), light them and test them at their convenience, then place the order. With his in-depth knowledge and long experience in the industry and the markets, he knows the best dealer and distributor in a particular area. He said Naresh Enterprises in Ludhiana, Maggo Agencies in Jalandhar, BS Rakhi in Ambala, Prem Kumar Rohit Kumar in Ghaziabad, Suraj Ji of Jai Hanuman Agency in Agra, Chandra Trading in Uttarakhand, More Marketing in Guwahati, Shree Hanuman Agency in Tinsukia, SD Agency in Dibrugarh, SK Traders in Jorhat and Nabin Stationers in Agartala are best to work with.

Talking to Sugandh India, Jiten Sohneji recalls how he engaged the premium segment of the agarbatti market in Assam. That was ten years ago when he started. At that time there was another company selling premium agarbattis. Somehow that company could not stick to their job: proving counterproductive. This opened a window for Jiten to populate Balaji’s premium agarbatti products in Assam. Similarly, Punjab and Haryana were harvesting on the economy segment. Premium agarbatti brands were two. Jiten’s efforts materialised here as well leaving no stone unturned. Killing a myth about Kolkata, he said “, people consider Kolkata as the best agarbatti market in India. The truth is, customers there don’t go beyond five and ten rupees.” On the contrary, the region of UP bordering Delhi NCR is growing rapidly in the premium segment. The East is still stuck in the nostalgia of cheaper agarbattis, said he. Prosperity in Punjab, Haryana, and West UP and it is becoming a market for hobbyists.

Delving into the nitty-gritty of the Haryana & Punjab market he said “, from Sirsa to Rohtak in western Haryana, demand for premium agarbatti is between ten to fifteen per cent. Towards the east i.e. from Sonipat to Ambala, customers have almost stopped using cheap agarbattis. In Punjab, the competition is between the two top brands in the economy segment. They aren’t local.

Exploiting the economy segment are Punjab-based brands selling products at 5-10₹ but they have never stepped into premium segment.” Balaji has entered the premium dhoop segment and have proved that their dhoop costing 50₹ a box also sells good. Talking about Himachal, Jiten said “, Customers here prefer dhoop. The agarbatti market is just ten per cent. The mountainous terrain of Himachal Pradesh is a challenge for logistics and transporters. Moreover, the market’s credit policy is ad infinitum. They have a rule of two payments a year.” Talking further he said, “I know a few dealers in Jammu, I can rely on. Dhoop and agarbatti market in Jammu is 50-50. You won’t find any dealers in Srinagar. They procure goods from Jammu or Punjab.” Continuing with his statement he said, “Rose, sandal, saffron and mogra are mainly preferred in Srinagar. Similarly, bamboo less products are used in Ladakh as a major part of the population is Buddhist. He said that there are very good traders in Uttarakhand. The Char Dham Yatra passes through Dehradun and Rishikesh and has many pilgrimage sites for Sikhs including Hemkund. There is a good market for premium incense products and payments are quick.”

Discussing the Delhi market Jiten Sohneji remarked, “Strange! That the National Capital has given space to only one premium



brand in one of the largest agarbatti markets in the country. Local markets provide four brands for customers; where three sell in the economy segment. Besides being an incense manufacturing hub, Delhi has to procure dhoop and agarbatti from Punjab, Rajasthan, Haryana and Uttar Pradesh. Balaji rapidly empowered Delhi’s incense market in the last five years. We are getting very good responses from Delhiites.”

Jiten Sohneji said, “There was a time when we did business in Burma (Myanmar). Then they started making their own dhoop and agarbattis. Moreover, the Japanese have their market in Myanmar. The reason is both being a Buddhist country. Their flavours and fragrances are quite different from ours. The Japanese have a major stake in almost all Buddhist countries. Their quality, originality and packaging are undeniably the one of the best.”

Talking specifically about the nation’s premium agarbatti market and its future, he said, “We are holding the top spot. Apart from Balaji Agarbatti Company, two to three companies are from Mumbai and another two are from Bangalore. They all are following our vision to develop the premium market. These companies might do better. It’s a challenge that might crop up in the next 5-10 years. We have to keep on giving our best and innovate!” ●



## SOUTH INDIA DOMINATES THE PREMIUM SPACE FOR AGARBATTIS: PRADEEP

▶▶ Half of the South's economy incense market is dominated by the North: Deepthi Agencies

**T**he agarbatti business has changed over the decades. Karnataka and Tamil Nadu were traditional hubs of agarbatti making for at least two centuries and continued post-independence. Although, the South dominates the North, in premium quality incense products; almost half of the South's economy incense market is dominated by the North. North India is not conditioned either to use or manufacture premium quality dhoop-agarbatti products. This information was provided by Mr Pradeep, owner of Deepthi Agencies. It was registered in his wife's name, he said. Deepthi Agencies has been operating since 1978 from Bangalore. He further informed Sugandh India that his father-in-law was in the agarbatti business. He was associated with the Balaji Agarbatti Company. Pradeep said that he learned business skills from his father-in-law and Balaji.

The Agency is a wholesale agent for; Balaji Agarbatti Company, Savitri Sugandhalaya, KR Agarbatti of Indore and Mansi Company of Ahmedabad. He is the company's

direct agent, takes the goods directly from the company and sells them at his own risk. For this, the company gives them a certain percentage of profit. Deepthi Agencies has its reputation in the market, based on which the products are sold. Deepthi Agency is the main supplier and distributor across South India including Andhra Pradesh, Telangana, Kerala, Karnataka, Tamil Nadu and Goa. In response to the question of associating with other companies, Mr Pradeep said that if branded companies providing the best quality products bring a better product, then he can also associate with them.

Speaking to Sugandh India, Pradeep said; up until 1990 the agarbatti industry and market policy was that anyone in need would take their products. Back then, it was a relationship-based business, but after the economic liberalization of the 1990s, drastic changes began in the production and distribution sector. He told Sugandh India “, when I took over this company, I started supplying the products to shopkeepers and street vendors in the rural areas of each city. Vendors who

go far and wide to sell goods in the villages. We give them a margin of support of 25 to 30%.” He said there is stiff competition for marketing in the big cities, but most companies don’t reach the villages. That’s why I focused on the villages as soon as I joined the company. So today the agency’s turnover has increased 10 times since I took over the business.

In response to a question, he said that there are many such products like; Balaji’s Circle and Kasturi dhoop, which have no competition in the market. He said that working with Balaji was the best experience of his life. Balaji never pressurizes for marketing. If I ask for four boxes of goods, they give the same amount of goods. The payment is done within 45 days. He said Balaji’s products sell better than competitors. In response to a question, he said that marketing has become difficult in this era because all the big branded companies are active in the cities. Apart from this, there are many doubts regarding the products’ quality, packing and rate, whereas this is not the case in the villages.

Companies like Zed Black, Cycle Pure, Moksh, Balaji, Forest and Ullas are doing good business in the south. These brands have a strong supply chain. However, strong their network might be, they can move economic products only. Mr Pradeep of Deepthi Agencies informed Sugandh India “, premium gives more profit than regular products. Let me explain; if you purchase a hundred cartons of regular agarbattis wholesale and one carton of premium agarbatti... A regular carton will cost 5000₹ whereas the carton of premium agarbatti will cost you 80,000₹. The profit you can make by retailing a premium carton box will be much more than selling regular agarbattis.”

Mr Pradeep informed Sugandh India that In South India, 70% of the market share is of incense sticks, while 30% is of dhoop and dry sticks. In this 30%, Tamil Nadu’s Sambarani stick brands are the most popular and wet dhoops have 10% market share. Wet dhoop is sold less in South India. There is a demand for wet dhoop only in North Karnataka and border areas of other states adjoining Karnataka. Overall, only people from other states, especially North Indians, use wet dhoop here. Sambrani cups manufactured in Tamil Nadu are rapidly gaining popularity in North India. The traditional wet dhoop market is just ten per cent and that too in locations bordering Tamil Nadu. ZED Black and Balaji brand wet dhoop sell in such locations. ZED Black has depots in Tamil Nadu and other southern states. They sell more. Mr Pradeep said that Sambrani is very common in the

south. Numerous brands are visible. Quality and prices are the same for all brands. Incidentally, sambrani cups of Ashika brand sells the most followed by Delta.

Pradeep said, “The agarbatti industry is no longer a small-scale industry. This industry is booming with zillions of manufacturers, dealers, distributors, wholesalers and agents. Anyone can enter this market with a thousand rupees— Believe me, he won’t survive.” He informed Sugandh India that his office showcases more than 200 products of Balaji alone. We even have the product that they introduced 15 years ago.” Talking further he informed, “Before 1990, bulk packaging was only composed of 10₹ boxes and, today it is; 15₹, 20₹, 50₹, 70₹ and more!” He remarked that customers today want high-quality products. Some 30 years ago, Chandan-based agarbatti brands had one or two variants: today variants run in thousands. “We are living in a customer-driven market,” remarked Mr Pradeep.

On the query about the market of traditional fragrances, he replied— Bela, Chandan, Gulab, Mogra and Oud are evergreen. People might go for other fragrances as well. It all depends on what a company delivers and how well their incense is received. For example, fragrances like Muskmelon are the newest entrants but it is limited. Roll on is gaining popularity in both South and North India. Multinational companies started this trend, and now almost every company makes roll-ons. More! Some companies in the chemical industry domain have started making aromatic products for retail.

Commenting on the market Mr Pradeep said “, The demand for premium quality products is growing by the day. New agarbatti

companies have to deliver quality products, in case they wish to stay in the business. Earlier, Bangalore was a monopoly of a handful of agarbatti companies. But they are nowhere today. They stuck to their decades-old product line. Not adhering to the market dynamics often pulls a player out of the market. This goes for big-time and legacy companies as well.” Companies from the North are best for selling their economic products but the market of premium products costing Rs.300-400 or more is dominated by South. ●



**Late M.S. ANAND**

Founder, DEEPTHI AGENCY HOUSE(Since 1982)

**Mr. Pradeep E**

M/s. Deepthi Agency House  
No. 136, 2nd Main, 4th Cross, Chamrajpet,  
Bengaluru-560 018  
**Mobile : 9980261616**

# Balaji®

SINCE 1965



बाएं से दाएं प्रफुल सावला, प्रदीप सावला, नैनेश शाह, दीपेन हरिया, दीक्षित शाह, आशीष शाह, जयेश शाह, रोहित सावला, राहुल सावला

## टॉप 10 की ओर तेजी से बढ़ता बीआईसी

▶▶ हर सेगमेंट में नए उत्पादों के साथ बीआईसी की दमदार वापसी : दीपेन हरिया

बिंदू इन्सेंस क्राफ्ट एलएलपी (बीआईसी), देश के अगरबत्ती उद्योग में टॉप टेन में आने के लिए लगातार अगरबत्ती, गीली धूप, झाई धूप स्टिक, सांब्रानी कप आदि नए-नए रेंज और फ्रेगरेंस के प्रीमियम एवं इकोनामी उत्पादों को अपने ब्रांड के पोर्टफोलियो में सजाती जा रही है। बीआईसी और बालाजी अगरबत्ती कंपनी के प्रमुख जयेश शाह, रोहित सावला, दीपेन हरिया, राहुल सावला, प्रदीप सावला, आशीष शाह, दीक्षित शाह और नैनेश शाह हैं। कंपनी के पार्टनरों में से एक, श्री दीपेन हरिया ने सुगंध इंडिया के साथ एक विशेष बातचीत में कहा कि कंपनी अपने संस्थापकों की परंपराओं को आगे बढ़ा रही है। प्रेमचंद शाह ने 1965 में भारत इंडस्ट्रियल कॉर्पोरेशन की स्थापना की और उनकी विरासत को हसमुख शाह और भरत शाह ने आगे बढ़ाया। बीआईसी के पंचवटी और शिवम ब्रांड विश्व प्रसिद्ध निर्यात ब्रांड हैं और साथ ही अनेक एक्सपोर्ट पुरस्कार भी कंपनी के नाम हैं।

# शु

रुआती दिनों के बारे में साझा करते हुए, दीपेन जी ने कहा कि उन्होंने 2020 में बीआईसी के साथ हाथ मिलाया। विलय पर टिप्पणी करते हुए दीपेन जी ने कहा, “मुझे पता चला कि हसमुख जी के निधन के बाद से पिछले आठ वर्षों में कंपनी ने कुछ भी नया लॉन्च नहीं किया। इस बड़े अंतराल के कारण हमें नए सिरे से शुरुआत करनी पड़ी।” उन्होंने कहा, “कंपनी काम करने के ढंग में भी बदलाव की आवश्यकता थी। बाजार में केवल दो उत्पाद थे, “शिवम और पंचवटी”। परिणामस्वरूप, बीआईसी ने ब्लैक मस्क, फैसिनेशन आदि कई उत्पादों की एक नई श्रृंखला लॉन्च की और उन्हें बाजार में स्वीकार किया जा रहा है।” उन्होंने आगे टिप्पणी की, “उद्योग के अंदरूनी सूत्र कह रहे हैं कि बीआईसी तेजी से ठीक हो रही है। कंपनी तेजी से बाजार की ताकत बन रही है।”

बीआईसी के प्रमुख बाजार के बारे में जानकारी देते हुए दीपेन जी ने कहा, “बीआईसी एक पैन इंडिया ब्रांड है जिसके प्रमुख बाजार महाराष्ट्र, गुजरात, बिहार, यूपी, दिल्ली, पश्चिम बंगाल और दक्षिणी राज्यों में हैं।” शीर्ष ब्रांडों के बारे में आगे जानकारी देते हुए उन्होंने कहा, “शिवम और पंचवटी उनके शीर्ष ब्रांड हैं और दूसरा दिल है।” उन्होंने कहा, “दिल दशकों से लोकप्रिय है, खासकर बुजुर्ग लोग इससे जुड़ाव महसूस करते हैं।” कंपनी के संबंध में अपने दृष्टिकोण के बारे में बात करते हुए, दीपेन जी ने आत्मविश्वास से कहा, “हम देश में टॉप 5 ब्रांडों में से एक बनना चाहते हैं, हम निर्यात में पहले से ही टॉप ब्रांडों में से एक हैं।”

बीआईसी के उत्पाद पोर्टफोलियो के बारे में सुगंध इंडिया के सवाल पर, दीपेन जी ने बताया, “हमारे पास अलग-अलग सेगमेंट में अगरबत्तियां हैं, जिनकी कीमत 15/- रुपये से शुरू होती है, रेगुलर बॉक्स से लेकर 25 स्टिक के अल्ट्रा प्रीमियम रेंज

तक जिसकी एमआरपी 340/- रुपये है। अगरबत्ती में हमारे पास 15/- रुपये एमआरपी के रेगुलर बॉक्स और पाउच हैं। 25/- रु एमआरपी के बॉक्स, 30/- रुपये एमआरपी के पाउच, 15/- रुपये से 150/- रु एमआरपी तक के इकोनॉमी से लेकर फैमिली पैक, 70/- रु एमआरपी के जिपर्स और 160/- रु एमआरपी के जंबो जिपर्स। रु.90/- से रु. तक. 400/- रु एमआरपी तक के प्रीमियम, अल्ट्रा प्रीमियम और फेस्टिवल उत्पाद। हमारे पास गीली धूप और ड्राइ धूप स्टिक में बॉक्स और जिपर दोनों में कई तरह के उत्पाद हैं, जिनकी एमआरपी 15/- रुपये से लेकर 100/- रुपये तक है और साथ ही विश्व लोकप्रिय पंचवटी डबल/सिंगल साइज भी है। हाल ही में हम चारकोल फ्री कप सांब्रानी का एक मंथली पैक लेकर आए हैं, एक ऐसा सेगमेंट जिसे हम भविष्य में जल्द ही कंप्यूटर सांब्रानी के साथ विस्तारित करने की योजना बना रहे हैं।

एक निर्माता के रूप में उद्योग में सामने आने वाली चुनौतियों पर, दीपेन जी ने कहा, “सरकार को जीएसटी भरने के तुरंत बाद रिफंड शुरू करना चाहिए - कच्चे माल को 18% जीएसटी पर खरीदा जाता है और तैयार उत्पादों को 5% जीएसटी पर बेचा जाता है। कंपनियों को जो 13 फीसदी रिफंड मिलना तय है, वह एक बड़ी रकम है जो लंबे समय तक इस प्रक्रिया में फंसी रहती है। कच्चे

बशर्ते उन्हें कीमत के अनुरूप गुणवत्ता प्रदान की जाए।” आगे बताते हुए दीपेन जी ने बताया, “बीआईसी ने इस साल प्रीमियम सेगमेंट में दस उत्पाद पेश किए हैं जिनमें ब्रह्म मुहूर्त, विजय तिलक, 1965, रॉयल मस्क, देवस्थानम आदि शामिल हैं। हमारे पास विभिन्न प्राइस सेगमेंट में 50 ग्राम के उत्पाद हैं। हमारे पास गजरा, रेड वेलवेट नाम से उत्पाद भी है, 170/- रुपये में 10 स्टिक और 340/- रुपये में 25 स्टिक में।”

दीपेन जी ने बताया, ‘प्रीमियम मार्केट अभी भी 10 से 20% ही है, जो सीजन के दौरान बढ़ जाती है। 80% - 90% बाजार रेगुलर उत्पादों से बना है।’ उन्होंने टिप्पणी की, “प्राइस वार हर जगह है, लेकिन बाजार में लंबे समय तक बने रहने के लिए गुणवत्ता सबसे महत्वपूर्ण है। लोग कम रेट में सस्ती क्वालिटी देने की कोशिश करते हैं, लेकिन वह ज्यादा समय तक टिक नहीं पाते। ऐसे लोग भी हैं जो 10 और 15 रुपये में 10 स्टिक और 100 रुपये में आधा किलो अगरबत्ती खरीदते हैं। इसलिए, हमारे पास भी ऐसे उत्पाद होने चाहिए, लेकिन कंपनी का मुख्य जोर प्रीमियम उत्पादों पर है।’ उन्होंने आगे कहा, “हम वितरकों से यह भी कहते हैं कि यदि आप सस्ते लोकल उत्पाद बेचते हैं, तो यह लंबे समय तक नहीं चलेगा। इसलिए, आपको ब्रांडेड और अच्छी गुणवत्ता वाले उत्पाद रखने चाहिए। हम आगे रिटेलर और उपभोक्ता को भी यही बात समझाते हैं। इस तरह जागरूकता बढ़ रही है।”

दीपेन जी ने कहा, ‘लॉजिस्टिक्स भी हमारे लिए एक समस्या है।’ “उत्पादों को थोक में ट्रकों के माध्यम से दूर के स्थानों पर भेजना सस्ता होता है और इसलिए हम ट्रक के माध्यम से दूर के स्थानों पर सामान तभी भेजते हैं जब यह थोक ऑर्डर हो।” कंपनी की विभिन्न स्थानों पर डिपो खोलने की योजना है।

उत्पादों की गुणवत्ता की स्थिति पर बोलते हुए उन्होंने कहा, “अनगिनत लोकल निर्माताओं ने बाजार में कम या खराब गुणवत्ता के उत्पाद भर दिए हैं। हमारे जैसी बड़ी कंपनियों को मूल्य और उसके हिसाब से गुणवत्ता पर नजर रखनी होती है, जिससे हमारे उत्पाद मार्केट में दूसरों से हटकर हों। हम गुणवत्ता को कम नहीं कर सकते क्योंकि हम गुणवत्ता वाले उत्पादों के लिए जाने जाते हैं।” उन्होंने कहा कि सरकार को गुणवत्ता की जांच के लिए अपने

संसाधनों को शामिल करना चाहिए, जैसे वे निर्यात के लिए करते हैं। कच्चे माल की कमी और लगातार बढ़ती कीमतों के बारे में बात करते हुए उन्होंने कहा, “कच्चे माल को स्थानीय स्तर पर खरीदने की तुलना में आयात करना सस्ता है। अगरबत्ती जोस पाउडर और बांस के बिना नहीं बनाई जा सकती। हम अभी भी खरीद के लिए दूसरे देशों पर निर्भर हैं। सरकारों को बांस की खेती को सशक्त बनाना चाहिए।”

बांस-रहित उत्पादों के बारे में बात करते हुए उन्होंने कहा, “हां, अगरबत्ती में बांस के उपयोग पर बहुत भ्रम और विरोधा है। विभिन्न स्तरों पर चर्चा चल रही है, उन्होंने कहा कि हमारे पास दोनों ही सेगमेंट में उत्पाद मौजूद हैं।”

अंत में दीपेन जी ने निर्यात बाजारों के बारे में जानकारी देते हुए कहा, “बीआईसी अपने प्रीमियम उत्पादों को लगभग पचास देशों में निर्यात करता है। हमें विदेशों में भी प्राइस वार का सामना करना पड़ता है। हमें अन्य निर्यातकों और विदेशी स्थानीय निर्माताओं के साथ भी प्रतिस्पर्धा करनी पड़ती है। इसके अलावा, कुछ देशों में डॉलर की कमी हमारे निर्यात को चुनौतीपूर्ण बनाती है।” ●



माल की कीमतों और उधारी जैसे मुद्दों पर अभी प्रकाश दिखना बाकी है। कच्चे माल की कीमतों में हर समय उतार-चढ़ाव होता रहता है। मजदूरों की कमी गंभीर मामला है। अपने कर्मचारियों के बारे में बात करते हुए उन्होंने कहा, “आप देखिए, लोग वहीं शामिल होंगे जहां उन्हें अच्छा और समय पर भुगतान किया जाएगा। हमें बेहतर कर्मचारियों की आवश्यकता है जो अपनी नौकरी पर कायम रहे। इसके लिए, हमने जागरूकता कार्यक्रम शुरू कर दिया है।”

मार्केटिंग रणनीतियों पर, दीपेन जी ने बताया, “हमने पिछले साल मुंबई और महाराष्ट्र के कुछ हिस्सों में एक पायलट प्रोजेक्ट चलाया था। हमने एक बिक्री टीम तैनात की है और उन्होंने सुनिश्चित किया है कि हमारा उत्पाद हर जगह उपलब्ध हो। पहले एक टीम केवल कुछ ही काउंटरों पर जाती थी, लेकिन अब एक अकेला सेल्समैन यह सुनिश्चित करता है कि वह दूर-दराज के रिटेल काउंटरों पर भी जाए। यह प्रोजेक्ट सफल रहा और हमारी कंपनी को इसके संचालन से लाभ हुआ है।” क्रेडिट के मुद्दे पर उन्होंने कहा, जब आपके ब्रांड की मांग हो तो भुगतान समय पर होता है।

प्रीमियम उत्पादों से जुड़े एक सवाल पर उन्होंने कहा, ‘प्रीमियम का बाजार बढ़ रहा है, वे दिन गए जब लोगों को 100 रुपये की अगरबत्ती महंगी लगती थी। ग्राहक अब अगरबत्ती 200/- से 300/- या इससे भी अधिक में खरीदते हैं,



## लेबर संकट से जूझ रहा हैंडमेड अगरबत्ती उद्योग : -वासिक अहमद

- ▶ प्रीमियम में मार्जिन कम रख कर वाजिब दाम में बेहतर क्वालिटी दे रहा है मिस्बाह फ्रेग्रेंस

अगरबत्ती उद्योग में आज सबसे बड़ी चुनौती हैंड मेड मसाला और फ्लोरा अगरबत्तियों के उत्पादन की है जहां मुख्यतः लेबर की भारी कमी है। अगरबत्ती उद्योग का आज लगभग पूरी तरह से मशीनीकरण हो चुका है, लेकिन मसाला और फ्लोरा बत्तियां हैंड मेड ही सबसे बेहतर मानी जाती हैं, क्योंकि मशीनों से उत्पादन करने पर अच्छा रिजल्ट नहीं आता। बंगलुरु की प्रीमियम क्वालिटी का उत्पाद बनाने वाला ब्रांड मिस्बाह का मुख्य यूएसपी हैंड रोल अगरबत्ती है। मिस्बाह फ्रेग्रेंस के प्रमुख श्री वासिक अहमद ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि आज उद्योग में लेबर की कमी सबसे बड़ी चुनौती है, जिसका समाधान कठिन है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि हैंडमेड अगरबत्ती के उत्पादन में कमी के कारण मिस्बाह ब्रांड की जितनी मांग है, उतनी आपूर्ति बाजार में नहीं कर पा रहे हैं। हालांकि कंपनी की आरएंडी टीम ने हैंड मेड क्वालिटी की अगरबत्ती बनाने वाली मशीन पर व्यापक रिसर्च किया है। वर्तमान में मशीनों से निर्मित और हैंडमेड का फर्क लगभग 30% है। भविष्य में अपनी रिसर्च से हम इस फर्क को 5-10 प्रतिशत पर ला पाएंगे।



गंध इंडिया से बातचीत में श्री वासिक अहमद ने बताया कि अगरबत्ती का कारोबार उनकी पारिवारिक विरासत है। उनके दादाजी की अनामिका अगरबत्ती और गैलेक्सी प्रोडक्ट्स के नाम से दो फर्म थीं। पिताजी उनके साथ काम करते थे। बाद में पिताजी ने मिस्बाह के नाम से 1992-93 में अपनी मिस्बाह अगरबत्ती वर्क्स नाम से कंपनी शुरू की। शुरुआत में वह लूज, बेस, और दरबार अगरबत्ती सप्लाय करते थे। उनका अपना कोई ब्रांड नहीं था। 1996 में जब वह हज से लौटे और काफी सोच विचार के बाद 1998 में उन्होंने मिस्बाह फ्रेग्रेंसेस शुरू की, जिसे लोगों ने काफी पसंद किया। 2007-8 में मैं परफ्यूमरी की पढ़ाई पूरी करने के बाद पिताजी के साथ कारोबार में शामिल हो गया। 2012 में मेरे भाई सिद्दीक अहमद ने भी परफ्यूमरी की पढ़ाई की और वह भी कारोबार में आ गए। इस तरह हमारी तीसरी पीढ़ी अगरबत्ती उद्योग में काम कर रही है।

वासिक अहमद ने एक सवाल के जवाब में कहा कि मैं इस सोच के साथ कारोबार में आया था कि पिताजी का साथ देना है, जिन्होंने जीरो से शुरू कर बड़ी मेहनत से कारोबार खड़ा किया और उसे हम दोनों भाई मिलकर और आगे बढ़ाएँ। उन्होंने कहा कि पिताजी अभी भी पूरा काम देखते हैं और हम तीनों लोगों का काम बटा हुआ है। उन्होंने कहा कि जब मैं कारोबार में आया तो मिस्बाह ब्रांड स्थापित हो चुका था। महाराष्ट्र में हमारे कई रेंज बहुत बेहतर चल रहे थे। हमारा उत्पाद शिवानी आज भी महाराष्ट्र में सबसे बेहतर स्थिति में है। उन्होंने कहा कि मिस्बाह के उत्पादों की शुरुआत फ्लोरा अगरबत्ती से हुई थी, जो उस समय हॉट केक ब्रांड था। आज भी वह बेस्ट है, लेकिन कुछ लोगों ने उसकी क्वालिटी गिरा दी। फ्लोरा आज भी चल रहा है, लेकिन अगर अच्छी क्वालिटी का उत्पाद नहीं है तो ग्राहक उसे दोबारा नहीं लेता। उन्होंने बताया कि पुराने जमाने में हालमाडी, सिलारस और खास परफ्यूम फ्लोरा अगरबत्ती में लगते थे। यूरोपीय मार्केट में आज भी फ्लोरा अगरबत्ती सबसे ज्यादा चलती है। भारत में जरूर उसकी मांग कम हुई है। सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने कहा कि मिस्बाह ब्रांड की मुख्य यूएसपी हैंड रोल अगरबत्ती है और वह अपनी बेस्ट क्वालिटी और रीजनल प्राइज के कारण लोकप्रिय है। ग्राहक की संतुष्टि पर ही ब्रांड चलते हैं। उन्होंने बताया कि कंपनी इकोनामी और प्रीमियम दोनों में क्वालिटी ठीक रखती हैं और ऐसा नहीं है कि प्रीमियम में कंपनी ज्यादा मार्जिन ले। हम दोनों ही रेंज में अपना मार्जिन बराबर रखते हैं। यही कारण है कि हमारे प्रीमियम उत्पाद भी रीजेनेबल लगते हैं। उन्होंने बताया कि पहले मिस्बाह इकोनामी रेंज में था। केवल 5% हमारे उत्पाद प्रीमियम थे। कंपनी ने 2015 से प्रीमियम क्वालिटी के उत्पादों के नंबर बढ़ाने शुरू किए और आज हमारे 70% उत्पाद प्रीमियम और 30% इकोनामी रेंज के हैं। उन्होंने कहा कि प्रीमियम का मुख्य मार्केट मुंबई और दूसरे मेट्रोपॉलिटन और कई बड़े शहर हैं। मार्केट में 95% मसाला अगरबत्ती मशीन से बनाई जा रही है, लेकिन मिस्बाह अभी पूरी तरह हैंडमेड उत्पादन कर रही है। उन्होंने बताया कि कंपनी लूज अगरबत्ती भी दूसरी कंपनियों को सप्लाय करती है।

उद्योग की चुनौतियों संबंधी एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि रा मटेरियल की कीमतें बढ़ती हैं, लेकिन उससे हमारा ब्रांड बहुत प्रभावित नहीं होता, क्योंकि हम पहले से ही बहुत कम मुनाफे पर काम करते हैं। इसलिए यदि रा मटेरियल की कीमतें बढ़ती हैं तो हम वैकल्पिक मटेरियल उसके ओरिजिन प्लेस से खरीदते हैं, जिससे क्वालिटी भी प्रभावित नहीं होती। उन्होंने बताया कि कंपनी की नीति है कि वह अंधाधुंध नए उत्पादों की रेंज मार्केट में नहीं लाती। हमारा कोई नया उत्पाद बाजार में लाने का अपना एक तरीका है। बाजार की जैसी जरूरत होती है। वैसे ही उत्पाद हम लाते हैं। फ्लोरा और बेस अगरबत्ती के बाद हम कुछ नई चीजें लाने पर रिसर्च कर रहे हैं। बखूद का ट्रेंड चल रहा है। उसमें कुछ काम कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि

कंपनी प्रतिवर्ष ज्यादा रेंज नहीं लाती। प्रत्येक सेगमेंट में हम एक या दो प्रोडक्ट लांच करते हैं। इससे हम अपने उत्पादों पर ज्यादा ध्यान दे पाते हैं। कोई भी नया उत्पाद लाने के लिए पहले हम उसे लूज में लाते हैं और 8 माह तक स्टडी करते हैं। वह बिना ब्रांडिंग के बाजार में चलता है। ग्राहक जब उसे स्वीकार कर लेते हैं तभी उसकी ब्रांडिंग करते हैं। उन्होंने बताया कि जैसे 10 प्रोडक्ट एक सीजन में हम लाए तो टेस्टिंग के बाद उसमें से दो या तीन की हम अगले वर्ष ब्रांडिंग करते हैं। इससे वह रेंज कामयाब होता है। उन्होंने बताया कि जरूरत के मुताबिक कंपनी ब्रांड लाती है। शुरुआत हमने सेंटेंड, फ्लोरा और मसाला अगरबत्ती से की। देखा कि बाजार में और जरूरतें बढ़ रही हैं तो फिर धूपबत्ती और गीला धूप भी निकाला। उन्होंने कहा कि प्रीमियम में गीला धूप की मांग बढ़ रही है। बेंगलुरु में सबसे बेहतर धूप बनती है, लेकिन उत्तर भारत में टनों उत्पादन के बावजूद वहां क्वालिटी नहीं है। उन्होंने बताया कि इसकी बड़ी वजह यह है कि आज उद्योग परफ्यूम के दम पर चल रहा है। ट्रेडिशनल अगरबत्ती और उसके मसालों के बारे में बहुत कम लोग जानते हैं। नार्थ में हालांकि कुछ लोग अच्छा उत्पादन कर रहे हैं, लेकिन रा मटेरियल की सही पहचान जरूरी है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बहुत सारे कस्टमर प्रीमियम अफोर्ड नहीं कर पाते। कंपटीशन बढ़ रहा है, लोग क्वालिटी गिराने लगते हैं। उन्होंने कहा कि गीला और सूखा धूप में फर्क है। सूखा धूप टूट गया तो फिर नहीं बनता, लेकिन गीला धूप जैसे चाहे बना लें, लेकिन उसमें धुआं ज्यादा रहता है जिससे लोग उसे कम पसंद करते हैं।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि मिस्बाह का मुख्य मार्केट महाराष्ट्र, तमिलनाडु है। इसके अलावा उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश व कुछ अन्य राज्यों में भी वह थोड़ा बहुत चलता है। उन्होंने बताया कि कंपनी इतना अधिक उत्पादन नहीं कर पा रही है, जिससे हम सभी जगह की मांग पूरी कर सकें। इसके अलावा कंपनी मार्केटिंग पर भी बहुत ज्यादा जोर नहीं देती। हम लोग दोनों भाई सिर्फ क्वालिटी देने के लिए ही काम करते हैं। बस यह कोशिश रहती है कि हमारा प्रोडक्ट कस्टमर तक पहुंच जाए। हमको यकीन रहता है कि किसी ग्राहक ने यदि हमारा उत्पाद इस्तेमाल किया तो, वह दोबारा जरूर नाम से मांगेगा। इसलिए मार्केटिंग पर बहुत ध्यान नहीं देते। उन्होंने कहा कि आज का समय है कि एक बार मार्केटिंग के दम पर लोग कुछ भी बेच लेते हैं, लेकिन वह दोबारा नहीं चलता। हम केवल क्वालिटी के भरोसे रहते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि कंपनी हैंडमेड क्वालिटी की मसाला और फ्लोरा अगरबत्ती का मशीनों से उत्पादन करने के लिए तैयारी पूरी कर चुकी है और उचित समय पर उस पर काम शुरू करेंगे।

वासिक अहमद ने उद्योग के भविष्य संबंधी सवाल पर कहा कि पहले लोग अगरबत्ती उद्योग को 10 वर्ष का मानते थे। यह मैं 40 वर्षों से सुन रहा था, लेकिन वह अभी भी चल रहा है और आगे भी उसका भविष्य उज्ज्वल है। उन्होंने कहा रा मटेरियल की कमी है और कीमतें घटती बढ़ती रहती हैं, लेकिन उसमें वैकल्पिक कच्चे माल का इस्तेमाल किया जाना चाहिए। इससे क्वालिटी में फर्क नहीं पड़ता। कंपनी इसी नीति पर काम करती है। फ्रेग्रेंस में भी नए ट्रेंड आते हैं, लेकिन ट्रेंड का मतलब ही होता है कि वहां आएं और जाएंगे, लेकिन ट्रेडिशनल और क्वालिटी के उत्पाद हमेशा चलते हैं और वही कामयाब भी होते हैं। उन्होंने बताया कि मिस्बाह का सांब्रानी कप नंबर एक पर है। तमिलनाडु उसका मुख्य उत्पादक है, क्योंकि वहां का मौसम उसके अनुकूल है। बेगलुरु में सांब्रानी का ज्यादा उत्पादन नहीं होता, क्योंकि यहां का मौसम उसके लिए ठीक नहीं है। कंपनी सांब्रानी कप बनाती है और मौसम की कठिनाई से थोड़ा ही उत्पादन करते हैं, लेकिन बेहतर क्वालिटी होने के कारण वह पूरा खप जाता है। ●



## त्योहारी सीजन के लिए कई नए उत्पादों और स्क्रीम ला रहा है : बिग बेल

► आने वाला समय प्रीमियम उत्पादों का होगा : श्री भास्कर

त्योहारों का मौसम शुरू होने वाला है और इसी के साथ अगरबत्ती और धूप उद्योग के मैनुफैक्चरर्स ने अपने-अपने उत्पादों की बिक्री बढ़ाने के लिए डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेलर्स को स्क्रीम देने की तैयारी शुरू कर दी है। बिग बेल इससे के प्रमुख श्री भास्कर ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में कहा कि हमने भी अपने डिस्ट्रीब्यूटर्स से स्क्रीम देने के लिए योजना बनाने के लिए बातचीत शुरू कर दी है। उन्होंने कहा कि उद्योग में त्योहारी सीजन के दौरान स्क्रीम देना जरूरी हो गया है। ऐसा न करने पर मार्केट में आपके उत्पादों की बिक्री पीछे रह सकती है। उन्होंने कहा कि जैसे भी इस वक्त बाजार डाउन है और सस्ते उत्पाद ही चल रहे हैं। सिर्फ बड़े शहरों में ही प्रीमियम क्वालिटी की मांग है, जबकि राष्ट्रीय स्तर पर सिर्फ इकोनामी उत्पाद चल पा रहे हैं।

**बि**ग बेल के श्री भास्कर अगरबत्ती कारोबार में तीसरी पीढ़ी से हैं और अब उनके बेटे कार्तिक भी कारोबार में आ गए हैं। बिग बेल के उत्पादों को अगरबत्ती उद्योग में ट्रेड सेटर माना जाता है। सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने कहा कि अगले एक-दो वर्षों में स्थितियां बदलेंगी और फिर प्रीमियम क्वालिटी के नए प्रोडक्ट बाजार में आएंगे। बिग बेल भी अगले वर्ष नए प्रीमियम उत्पाद लाने की तैयारी शुरू की है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि मार्केट में वही कंपनियां टिक सकती हैं, जो रीजनेबल प्राइस में बेस्ट क्वालिटी के उत्पाद देंगी। मार्केट में पुराने रनिंग प्रोडक्ट की कीमत नहीं बढ़ा सकते हैं। नए प्रोडक्ट ला कर ही कीमतें बढ़ाई जा सकती हैं। उन्होंने कहा कि इस उद्योग में छोटे बड़े बहुत सारे उत्पादक आ गए हैं, जिससे प्राइस वार की स्थिति पैदा हो गई है। नई कंपनियां अच्छे क्वालिटी के उत्पाद कुछ समय के लिए सस्ते में दे देती हैं, लेकिन ऐसा वह लंबे समय तक नहीं कर पातीं। ऐसे में क्वालिटी के अनुरूप ही उत्पादों की कीमत रखनी होगी।

श्री भास्कर ने कहा कि अगरबत्ती उद्योग में कई बार कोशिश हुई कि प्राइस वार क्वालिटी और कीमत को लेकर नियम बनाया जाए लेकिन वह संभव नहीं हो सका। 10 और रु.20 की एमआरपी वाले उत्पादों में क्वालिटी नहीं दी जा सकती। ऐसे में उपभोक्ताओं को भी रु.50 की एमआरपी वाले उत्पादों पर जाना ही होगा। उन्होंने कहा कि 10 अगरबत्ती वाले पैक पर रोक लगाने के लिए उद्योग में कई बार बातचीत हुई, लेकिन सबकी सहमति नहीं बनी। बहुत लोगों ने कहा कि उन्हें

10 काड़ी वाले पैक में फायदा है और वह अभी भी उसी पर कारोबार कर रहे हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अब समय आ गया है कि अगरबत्ती उद्योग जो 10000 करोड़ रुपए का हो चुका है। उसे स्माल स्केल इंडस्ट्री के दर्जे से बाहर आना होगा, क्योंकि इससे उसे कोई फायदा नहीं है।

अगरबत्ती उद्योग में क्वालिटी और प्राइस जैसी चुनौतियों से निपटने के लिए उन्होंने सुझाव दिया है कि इसका सिर्फ एक ही समाधान है कि सभी उत्पादक क्वालिटी के प्रीमियम उत्पाद बनाएं और उसका रेट वाजिब रखें। उन्होंने कहा कि ट्रेड में छोटे उत्पादक भी आए हैं और बड़ी-बड़ी कंपनियों के साथ बहुराष्ट्रीय कंपनियां भी कारोबार कर रही हैं। उन पर नियंत्रण रखने के लिए सरकार को भी क्वालिटी कंट्रोल करना चाहिए। उन्होंने कहा कि उद्योग का भविष्य हमेशा उज्ज्वल रहेगा, लेकिन आने वाले समय में यहां कंपटीशन और कड़ा होगा और क्वालिटी के उत्पाद देने से ही कंपनियों टिक सकेंगी।

बिग बेल की स्थापना बंगलुरु में वर्ष 2021 में हुई थी। हालांकि यह परिवार 4 पीढ़ियों से अगरबत्ती के कारोबार में है। बिग बेल व्हाइट अगरबत्ती, ब्लैक अगरबत्ती, मसाला अगरबत्ती और बेस अगरबत्ती के अलावा कोन और ड्राई स्टिक भी बनाता है। उसके उत्पाद 10, 20 और 70 रुपए की एमआरपी से लेकर रु.400 तक की रेंज में हैं। बिग बेल की कच्चा बेला अगरबत्ती खास तौर पर लोकप्रिय है। बिग बेल कंपनी हमेशा समय-समय पर नए नए उत्पाद बाजार में लाने के लिए जानी जाती रही है। बिग बेल अगरबत्ती भी उद्योग में पैन इंडिया ब्रांड माना जाता है। ●



# बेंगलुरु इकोनामी उत्पादों का बड़ा बाजार : माल्तेश

**मे**ट्रोपॉलिटन सिटी बेंगलुरु में अगरबत्ती और धूप का बड़ा बाजार इकोनामी उत्पादों का भी है। यहां प्रीमियम से ज्यादा 5 से रु.55 की एमआरपी वाले उत्पादों का मार्केट है। सबसे ज्यादा रु.10 की एमआरपी वाले उत्पाद चलते हैं। बेंगलुरु के श्री मणिकांता फर्म के श्री माल्तेश ने सुगंध इंडिया से बातचीत में बताया कि बेंगलुरु इकोनामी उत्पादों का बड़ा बाजार है और यहां एक उपभोक्ता औसतन 100 से 200 रुपए प्रति माह अगरबत्ती और धूप उत्पादों पर खर्च करता है। श्री मणिकांता एजेंसी 1988 से अगरबत्ती के कारोबार में है और वह साइकिल, मोक्ष, कोयास, आशिका, अमृता और जेड ब्लैक के बेंगलुरु में प्रमुख डिस्ट्रीब्यूटर हैं। 1988 में कंपनी ने अग्रोमा और वसु ब्रांड की अगरबत्ती के डिस्ट्रीब्यूशन से काम शुरू किया था। वह इन कंपनियों माल बेंगलुरु के होलसेल मार्केट में सप्लाई करते हैं और उनसे 100 अन्य हॉलसेलर जुड़े हुए हैं।

बेंगलुरु मार्केट के बारे में सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यहां बहुत सारी कंपनियां हैं। इसलिए कंपटीशन भी ज्यादा है। स्थानीय स्तर पर प्रीमियम और इकोनामी सिगमेंट में बड़ी-बड़ी ब्रांडेड कंपनियां हैं। इसलिए यहां बाहर के मुख्यतः महाराष्ट्र और गुजरात की कंपनियों के उत्पाद नहीं दिखते। उन्होंने कहा कि यहां की 75% मार्केट में स्थानीय ब्रांडेड कंपनियों के ही उत्पाद बिकते हैं। शेष 25% में बिना ब्रांड के लोकल उत्पादक हैं। उन्होंने बताया कि यहां टॉप 10 में साइकिल, उल्लास, दर्शन, जेड ब्लैक, आशिका, अमृता, मोक्ष, उल्लास और बालाजी हैं। एक अन्य सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यहां बॉक्स का ज्यादा चलन है। जीपर की शुरुआत हुई है, क्योंकि उसकी पैकिंग सस्ती पड़ती है। कंपनियां उसमें ज्यादा माल दे रही हैं। इसलिए उपभोक्ता भी धीरे-धीरे उसे पसंद कर रहे हैं।

सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने कहा कि यहां ट्रेडिशनल फ्रेगरेंस की ज्यादा मांग है और बेंगलुरु इकोनामी का बड़ा बाजार है। प्रीमियम उत्पाद 5% से अधिक नहीं चलते। उन्होंने कहा कि ड्राई स्टिक का यहां पहले से चलन रहा है, लेकिन बीते 4-5 वर्षों से गीली धूप की भी मांग बढ़ रही है। गीली धूप का मार्केट भी लगभग 10% हो गया है। ड्राई धूप में आशिका, साइकिल, मोक्ष, जेड ब्लैक ज्यादा चलते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यहां अगरबत्ती का बाजार 70% है और धूप का लगभग 30% है। ड्राई स्टिक में रु.10 से लेकर रु.50 की एमआरपी वाले बॉक्स के उत्पाद ज्यादा चलते हैं।

उन्होंने बताया कि गीली धूप में जेड ब्लैक और हरी दर्शन का चलन है। सामग्रानी कप में जेड ब्लैक, साइकिल, आशिका और डेल्टा चलते



हैं। उन्होंने बताया कि कपूर का चलन यहां है, लेकिन वह बिना ब्रांड के ज्यादा चलता है। सिर्फ 5% ही ब्रांडेड का बाजार है, जो साइकिल और जेड ब्लैक आदि कंपनियों का है। उन्होंने बताया कि यहां चंदन टीका का सीमित मार्केट है। थोड़ी बहुत जो मार्केट है, उसमें हरिदर्शन और कुछ अन्य कंपनियां हैं। पुराने समय की ब्रांडेड कंपनियों की स्थिति के बारे में उन्होंने कहा कि उनका बाजार कम हुआ है और दूसरी ब्रांडेड कंपनियों के उत्पादों की मांग बढ़ी है। ●

**Mr. B.A. Malthesh Kumar**  
M/s. Sri Manikanta Store  
34, Sangama Complex, S.R. Street, S.K.R. Market,  
Bangalore-560 002  
**Mobile : 9480616732**

# घटिया क्वालिटी के निर्यात से उद्योग की साख गिरेगी -पवन अग्रवाल

► विदेशों में लोकप्रिय हैं एरोमेटिक के उत्पाद



देश में क्वालिटी अगरबत्ती उत्पाद ना दे सकने वाले उत्पादक विदेशों में घटिया स्तर के उत्पादों का निर्यात कर रहे हैं। यह चिंता का विषय है, क्योंकि वैश्विक बाजार में यदि एक बार भारतीय अगरबत्ती का स्टैंडर्ड गिर गया और माहौल खराब हो गया, तो इससे देश का नाम तो खराब होगा ही भारतीय अगरबत्तियों की विदेशों में साख समाप्त हो जाएगी। सुगंध इंडिया से एक बातचीत में एरोमेटिका ब्रांड के प्रमुख श्री पवन अग्रवाल ने कहा कि जिस तरह चीन का उद्योग बदनाम हो गया है। उसी तरह भारत की कुछ कंपनियों द्वारा घटिया क्वालिटी के उत्पाद निर्यात किए जाने से माहौल बिगड़ जाएगा। एरोमेटिका ब्रांड के 1700-1800 रेंज के उत्पाद हैं, जिसमें 700-800 रेंज एक्सपोर्ट क्वालिटी के हैं। एरोमेटिका ब्रांड जयपुर में 1993 में शुरू हुआ था। शुरूआत में कंपनी बंगलुरु और मुंबई के उत्पादों हेम, सत्या, बालाजी व बीआइसी की ट्रेडिंग करती थी। पवन जी ने बताया कि राजस्थान की जरूरतों के मुताबिक बंगलुरु की कंपनियां सप्लाई नहीं कर पाती थीं, इसलिए 1995 में पवन जी ने मौसम ब्रांड के नाम से घरेलू उत्पादन शुरू किया। राजस्थान में किलो के भाव बिकने वाली अगरबत्तियों की जगह पैक में गिनती की व क्वालिटी अगरबत्तियों का चलन एरोमेटिका ने शुरू किया था।



# सु

गंध इंडिया से बातचीत में पवन जी ने बताया कि पहले राजस्थान में 1 किलो की मुट्ठा अगरबत्ती रु.30 में बिकती थी, जो केरोसिन तेल में डुबाई जाती थी। उसे जलाने पर पूरी अगरबत्ती आग पकड़ लेती थी। यही नहीं एक पैकेट में आधी बत्ती टूटी हुई मिलती थी। राज्य में अगरबत्ती उद्योग की इस स्थिति से मन बहुत दुखी हुआ और हमने मौसम ब्रांड के नाम से अपना उत्पादन शुरू किया। उन्होंने बताया कि राजस्थान में अगरबत्ती की कीमत और वजन बहुत मायने रखती थी। यह सब देखने के बाद हमने रोज प्रोडक्ट के नाम से गुलाब मुट्ठा बनाया। इसकी लागत रु.36 प्रति किलो थी, लेकिन उसे हमने बाजार में रु.30 में देना शुरू किया, क्योंकि यहां बाजार में 1 किलो के रेट का यही ट्रेंड था। इस तरह गुलाब मुट्ठा पर रु.6 प्रति किलो का घाटा उठाया। यह उत्पाद मार्केट में बहुत लोकप्रिय हो गया। शुरुआत में यह धागे से बांध कर देते थे, लेकिन बाद में व्हाइट पेपर की पैकिंग में देने लगे। इसके बाद रु.30 में ही हमने 900 ग्राम का पैक देना शुरू किया। इसकी भी मांग बढ़ी और 75 ग्राम के 12 पीस का पैकेट रु.5 में निकाला। इसे चलाने में लोगों को समझाना पड़ता था कि वजन की तुलना में प्रति पैकेट इसमें अधिक माल है। गुलाब मुट्ठा आज भी लोकप्रिय है।

पवन जी ने बातचीत में कहा कि राजस्थान में क्वालिटी के उत्पादों की मांग अभी भी बहुत कम है। इसलिए हमने विदेशों में निर्यात का रुख किया। 2002 से 2005 के बीच अगरबत्ती के धुएं से कैंसर होता है, जैसी अफवाहें फैलीं। इसके बाद ही हमने सत्या की मसाला अगरबत्तियों से प्रेरणा लेकर दो दर्जन से अधिक मसाला अगरबत्तियों का उत्पादन कर चार-पांच देशों में निर्यात शुरू किया। उन्होंने बताया कि अजरबेजान में काली अगरबत्ती का बहुत बड़ा मार्केट है और वहां बेंगलुरु के 90% उत्पाद जाते हैं। इसको लेकर कड़ी प्रतियोगिता है। लोग उसकी क्वालिटी गिरा रहे हैं। रु.80 में एक दर्जन पैक वाले उत्पाद भेजे जा रहे हैं। ऐसे में यदि एक बार विदेश में हमारे उत्पादों का स्टैंडर्ड गिर गया तो इसका नुकसान पूरे उद्योग को होगा। जिस प्रकार चीन के उत्पादों को लेकर दुनिया में माहौल खराब है इसी तरह भारतीय उद्योग भी बदनाम हो जाएगा। सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि एरोमेटिका के उत्पाद विदेशों में उच्च स्टैंडर्ड के माने जाते हैं और चार-पांच देशों में हमारी मसाला अगरबत्ती बेस्ट ब्रांड में आती है। उन्होंने कहा कि हमारे ब्रांड में धुआं नहीं दिखता, चारकोल रहित है, हम

डीईपी का इस्तेमाल नहीं करते और साथ ही जो भी परफ्यूम हम उपयोग करते हैं सब इफ्रा के मानकों के अनुसार हैं। इसके अलावा हमारे पास रीच सर्टिफिकेट भी है। एरोमेटिका के उत्पाद प्राकृतिक रॉ मटेरियल से बनते हैं और हमारी एक्सपोर्ट क्वालिटी के उत्पादों के निर्माण, सूखाने और पैकिंग तक में गुणवत्ता का खास ध्यान रखा जाता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यूएस और यूरोपीय देशों में क्वालिटी यदि अच्छी नहीं है, तो माल रिजेक्ट हो जाता है। फिर भी कुछ ऐसी भी कंपनियां हैं जो देश में सक्सेस नहीं हो सकीं और वह निर्यात कर रही हैं।

एरोमेटिका के पोर्टफोलियो में अगरबत्ती के अलावा धूप, कोन, बैकफ्लो कोन, गार्डन स्टिक्स आदि कई एक्सपोर्ट क्वालिटी के उत्पाद हैं। अभी हाल ही में कंपनी ने इशोम स्मज ब्रिक्स नाम से एक अनोखा धूप उत्पाद लॉन्च किया है। यह अलग-अलग रंग में है और पूरी तरह से प्राकृतिक है। इसे एक्सपोर्ट मार्केट के लिए बनाया गया है। यूरोपीय देशों के लिए भी छोटी-छोटी पैकिंग बनाई गई है। इसके अलावा कंपनी एयर फ्रेशनर, परफ्यूम स्प्रे, साबुन और आयुर्वेदिक तेल आदि उत्पादों का भी उत्पादन और निर्यात करती है। उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग में चुनौतियां बहुत हैं, लेकिन मोदी सरकार ने विदेशों से आयात पर रोक लगा कर उसमें कमी की है। इसी तरह बांस पर अभी हम विदेशी आयात पर निर्भर हैं। बहुत लोग पाउडर भी विदेश से मंगा रहे हैं। व्हाइट अगरबत्ती का चलन बढ़ा है जिसमें इंपोटेड पाउडर उपयोग होता है, उसमें काला धुआं निकलता है। इसके विपरीत हमारी व्हाइट अगरबत्ती, जो पूर्णतया भारतीय रॉ मटेरियल से बनाई गई है। उसमें कोई काला धुआं नहीं निकलता। उन्होंने कहा कि जॉस पाउडर का आयात करना पड़ता है। झारखंड में इसके पेड़ हैं और सरकार अगर इस दिशा में काम करे तो वह भी भारत में बन सकता है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग सीमित हो रहा है और यह तभी विस्तार करेगा, जब जनता क्वालिटी को लेकर जागरूक हो। अन्यथा उच्च क्वालिटी के उत्पाद बनाने वाले निर्माता धीरे-धीरे समाप्त हो जाएंगे। ग्राहकों को इस बात के लिए समझाया जाना चाहिए कि चार सस्ती अगरबत्ती जलाने से बेहतर है कि वह एक बत्ती क्वालिटी की जलाएं। विदेश में बहुत ही हाई क्वालिटी के उत्पाद इस्तेमाल किए जाते हैं और उपभोक्ता जागरूक है। भारत में भी बीएसआई को मानक तय करने के लिए जल्द कदम उठाने चाहिए। ●



# अगरबत्ती उद्योग में स्टार्टअप्स को बढ़ी चुनौतियां - राहुल जामड़

अगरबत्ती और धूप उद्योग में न्यू स्टार्टअप करने वाले उद्यमियों के लिए चुनौतियां बढ़ती जा रही हैं। एक समय था जब बहुत छोटी पूंजी के साथ उद्योग में आने वाले भी अच्छी क्वालिटी और थोड़ी बहुत मार्केटिंग के दम पर बाजार में टिक जाते थे, लेकिन अब उत्पादन की बढ़ती लागत, नैशनल ब्रांडों के प्राइस वार के अलावा नए उत्पादकों को अच्छे डीलर न मिलना और ऑनलाइन मार्केटिंग का बढ़ता चलन उद्योग में आ रहे नए उद्यमियों के लिए बड़ी चुनौती है। जयपुर की ओसवाल ट्रेडिंग कंपनी के प्रमुख राहुल जामड़ ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि अगरबत्ती उद्योग में वह 2014 में आए थे। इससे पूर्व 2008 में वह ट्रेडिंग करते थे। उनके ब्रांड की प्रमुख मार्केट राजस्थान है। इसके अलावा फिलपकार्ट और ई-कॉमर्स कंपनियों के जरिए वह देशभर में सप्लाई करते हैं।

# सु

गंध इंडिया से बातचीत में राहुल जामड़ जी ने बताया कि ओसवाल ट्रेडिंग कंपनी के अगरबत्ती, धूप और ड्राई स्टिक में 40 से 50 रेंज के उत्पाद हैं। यह सभी उत्पाद 5 से लेकर 100 रुपए तक के हैं। राज्य के प्रत्येक जिले और गांवों तक कंपनी का डिस्ट्रीब्यूशन नेटवर्क है। अगरबत्ती उद्योग में आ रहे न्यू स्टार्टअप्स के समक्ष आ रही चुनौतियां पर उन्होंने बताया कि यह विभिन्न तरह की हैं। सबसे बड़ी दिक्कत क्या है कि यहां बहुत सारे प्लेयर आ गए हैं। एमएनसी से मुकाबला है और अपने उत्पादों का लगातार बेहतर करना होता है। कोई भी उत्पाद आसानी से नहीं बिकता। इसके अलावा सबसे बड़ी चुनौती है कि मार्केट में जो अच्छे व्यापारी हैं वह डीलर बनना नहीं चाहते। उनके पास पहले से स्थापित बड़े ब्रांड हैं, जो आसानी से बिकते हैं। नए लोगों को बी-सी ग्रेड के डीलर मिलते हैं। नए उत्पादकों को क्वालिटी पर विशेष ध्यान देना होता है। वही उनकी ताकत होती है, लेकिन डीलर माल उठाएगा नहीं, तो ग्राहक तक उत्पाद को पहुंचाया नहीं जा सकता। आरोग्य डीलर माल नहीं बेच पाते और उधारी बढ़ती जाती है। इसके अलावा श्रमिकों की समस्या भी अलग तरह की है।

उन्होंने बताया कि अगरबत्ती बाजार में कोरोना संकट के समय एक नया ट्रेड आया था। इसके तहत डोर टु डोर सप्लाय शुरू हुई थी। लॉक डाउन के चलते और बेरोजगार नौजवानों के कारण यह उस समय बूम हुआ था। डीलर उस समय 2-3 हजार रुपए तक का माल उठा रहे थे। अब वह महीने में 15-20 हजार रुपए का भी माल नहीं बेच पा रहे हैं। राहुल जी ने बताया कि बड़ी संख्या में माल मार्केट में भर गया है, जिससे स्टार्टअप्स कठिनाई में पड़ गए हैं। यह कारोबार एक दो लाख रुपए में शुरू हो जाता है इसलिए उत्पादकों की भीड़ बढ़ गई है। उन्होंने कहा कि लोकल उत्पादकों की समस्या ज्यादा बड़ी नहीं है। क्वालिटी के दम पर उनसे निपटा जा सकता है।

उन्होंने कहा कि मुख्य समस्या है बड़ी-बड़ी नैशनल ब्रांडों की आक्रामक मार्केटिंग रणनीति, जहां वह प्राइस वार करते हैं। उन्होंने कहा कि यह केवल अगरबत्ती उद्योग में नहीं है, बल्कि सभी तरह के उद्योगों में पूरा मार्केट बढ़ गया है। छोटी बड़ी कंपनियों के बल्क उत्पादन और ई-कॉमर्स कंपनियों के अलावा गांव-गांव में भी सप्लायर पहुंच रहे हैं। बड़ी कंपनियां किसी भी राज्य में उत्पादन कर रही हों, उनका देश के सभी राज्यों में नेटवर्क है। उन्होंने कहा कि एक तरफ डिस्ट्रीब्यूटर जहां किसी बड़े ब्रांड का उत्पाद रु.400 में खरीदता है वही दूसरी ओर वह नए उत्पादक से उसी क्वालिटी का माल ज्यादा रेट पर लेता है।

डिस्ट्रीब्यूटर्स के लिए भी ब्रांडेड माल बेचना आसान है। यदि

न्यू स्टार्टअप करने वाले अपने उत्पाद को मार्केट में उतारते हैं, तो उसे जमाने में समय लगता है, लेकिन इस दरमियान उसे अपडेट भी करते रहना होगा। क्वालिटी पर फोकस करने और अपडेशन के लिए पूंजी भी चाहिए।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि मार्केटिंग, मैनुफैक्चरिंग और रॉ मटेरियल की कीमत और लेबर चार्ज सभी तरह के खर्चे फिक्स हैं। यदि माल नहीं बिका अथवा लागत नहीं निकली, तो सीधा घाटा होगा। उन्होंने कहा कि दूर दराज के इलाकों से यदि सेल्स एजेंट ऑर्डर लाया भी तो सप्लाय करने में सोचना पड़ता है कि माल पहुंचने पर पेमेंट हो पाएगा कि नहीं! इस तरह आज उद्योग में न्यू स्टार्टअप के लिए कठिनाई बहुत ज्यादा है और इन्हीं स्थितियों में काम करना है। उन्होंने बताया कि साबुन, चाय, कन्फेक्शनरी व अन्य उत्पाद बनाने वाली कंपनियां भी अगरबत्ती बनाने लग गई हैं।



अपने ब्रांड के मुख्य बाजार और सबसे अधिक चलने वाले उत्पाद संबंधी सवाल के जवाब में राहुल जी ने बताया कि अभी वह सिर्फ राजस्थान के बाजार पर ही फोकस कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि उनकी कंपनी का रु.50 का जीपर पैक में मैजिक 4 इन 1 सबसे ज्यादा बिकता है। यह ढाई सौ ग्राम का है और इसमें 4 सुगंध हैं। इसके अलावा ओएमजी जीपर 4 सुगंध में 200 ग्राम में है। ●



## सूरत में गॉड गिफ्ट गीली धूप लोकप्रिय

अगरबत्ती का ईजाद दक्षिण भारत में हुआ तो वही धूप मुख्य तौर पर उत्तर भारत का उत्पाद है। आज भी उत्तर भारत के कई राज्यों में धूप का उपयोग अगरबत्ती से अधिक है। दिल्ली की तिरुपति इंडस्ट्रीज जानी जाती है उच्च क्वालिटी के गीली धूप उत्पादों के लिए। कंपनी के गॉड गिफ्ट सच्चे साई, काशी व चांस उत्पाद देश के कई बाजारों में अच्छी बिक्री में हैं। खासकर उत्तर भारत में कंपनी की साख मजबूत है। तिरुपति इंडस्ट्रीज की गीली धूप कई राज्यों में सर्वाधिक बिक्री में है। बात कि जाए गुजरात के सूरत की तो यहां धूप का ट्रेंड पहले से काफी बड़ गया है जिसके चलते गॉड गिफ्ट सच्चे साई गीली धूप यहां सबसे अधिक बिकने वाले गीली धूप ब्रांडों में शुमार है। कंपनी के गीली धूप उत्पाद कई सदाबहार सुगंधों - चंदन, मोगरा, गुलाब, लोबान, गुग्गल, चम्पा आदि में जिपर के साथ-साथ बॉक्स में उपस्थित हैं। गीली धूप के जिपर पैक में 20 स्टिक 30 रु एम आर पी में हैं और बॉक्स पैक में 12 लंबी स्टिक 30 रु एम आर पी में हैं। कंपनी के सर्वाधिक बिकने वाले उत्पादों में काशी 4 इन 1 धूप भी है। ●



## घर को महकाने और पूजा अनुष्ठानों के लिए देवदर्शन औरों कोन

देवदर्शन प्रमुख रूप से पंजाब, हरियाणा, हिमाचल और चंडीगढ़ में प्रीमियम गुणवत्ता वाली अगरबत्तियाँ लाने में अग्रणी है। भारतीय त्योहारों के रूझान को देखते हुए, सीजन के दौरान देवदर्शन के अधिकांश उत्पादों की बिक्री आसमान छू रही है। वर्तमान बाजार सर्वेक्षण में यह पाया गया है कि बाजार में अगरबत्तियों की खुदरा बिक्री करने वाले कई ब्रांड हैं, लेकिन देवदर्शन बाजार में अग्रणी रहा है। उनकी सुगंध, विशेष रूप से केवड़ा, चंदन, गुलाब, लैवेंडर और चंपा सबसे अधिक बिकने वाली पाई जाती हैं। आकर्षक पैकेजिंग और मनमोहक सुगंध के साथ, अगरबत्तियाँ स्टोर में प्रवेश करने वाले ग्राहकों को आकर्षित कर रही हैं। उपयोग की जा रही सुगंधें अत्यधिक आकर्षक हैं और दुकानदारों ने पाया कि उत्पाद तुरंत सबसे ज्यादा बिकने वाले हैं। भारतीय बाजार की जरूरतों को पूरी तरह से पूरा करते हुए, उत्पाद प्राकृतिक सामग्रियों से बेहतरीन तरीके से बनाए गए हैं। ईश्वर की पूजा करने से लेकर जगह को स्वादिष्ट सुगंध से भरने तक, देवदर्शन उपभोक्ताओं के लिए शीर्ष पसंद है। नए उत्पाद आगामी महीने में लॉन्च होने जा रहे हैं। बाजार में इसकी कई किस्मों के साथ और इस सीजन में, यह अधिक प्रीमियम उत्पादों की ओर बढ़ रहा है। ●

## डॉक्टर भी बालाजी चंदन गोल्ड साबुन उपयोग करने कि सलाह देते हैं

बालाजी अगरबत्ती कंपनी का प्रीमियम अगरबत्ती उत्पादों में वर्चस्व है। अगरबत्ती से लेकर धूप व रोल ऑन अन्तर सभी सेगमेंट में कंपनी के पास एक से एक श्रेष्ठ उत्पाद हैं। अगरबत्ती उत्पादों के साथ-साथ कंपनी खास साबुन भी बनाती है। इसमें सबसे खास है बालाजी का चंदन गोल्ड साबुन जिसमें असली 22 कैरट सोने का उपयोग किया गया है। सोने के साथ साथ इसमें चांदी, तांबा, जिंक, केडमियम और निकल भी है। कंपनी इस साबुन के हर पैक के साथ लैब सर्टिफिकेट भी देती है जिसमें साबुन में इन तत्वों कि मात्रा लिखी है। एक बेहद खास उत्पाद होने के नाते इसके ग्राहक भी बड़े उद्योगपति, राजनेता व वीआईपी हैं। मार्केट जानकारों के अनुसार इस साबुन में त्वचा के लिए कई लाभदायक तत्व होने के कारण कुछ डॉक्टर इसका खुद भी उपयोग करते हैं और दूसरों को भी उपयोग करने की सलाह देते हैं। साथ



ही कुछ अस्पतालों में भी डिलीवरी के बाद नवजात शिशु के लिए इसका उपयोग किया जाता। इस प्रीमियम उत्पाद की कीमत 1000 रु एम आर पी है। इस प्रीमियम साबुन के अलावा ग्राहकों के लिए बालाजी के पास चंदन साबुन भी है जो 70 रु एम आर पी में है। बालाजी चंदन गोल्ड साबुन के ग्राहक वह भी हैं जिन्हें बालाजी चंदन साबुन से भी बेहतर उत्पाद चाहिए होता है। ●

\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जुलाई-अगस्त 2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



## त्योहारों से पूर्व बिग बेल ने जारी किये कई नए उत्पाद

बेंगलुरु की नामी कॉम्पनियों में शुमार बिग बेल इन्सेन्स के उत्पाद देश के कोने कोने में अपनी क्वालिटी और वाजिब दामों के चलते सुगंध फैला रहे हैं। बिग बेल की उत्पाद श्रृंखला में हर वर्ग के ग्राहक के लिए उच्च क्वालिटी के उत्पाद मौजूद हैं। अगरबत्ती के साथ साथ धूप व अत्तर रोल ऑन, सभी श्रृंखला में बिग बेल के पास दर्जनों क्वालिटी उत्पाद हैं। बिग बेल के सर्वाधिक बिकने वाले उत्पादों में कच्चा बेला प्रमुख है। इसकी लोकप्रियता इसी से आँकी जा सकती है कि इस उत्पाद कि डिमांड को देख अन्य कई कॉम्पनियों ने भी इसी सुगंध और इसी तरह के उत्पाद मार्केट में डाल रखे हैं। त्योहारी सीजन शुरू होने से पूर्व कंपनी ने अगरबत्ती से लेकर धूप तक कई उत्पाद बाजार में जारी किये हैं। ड्राइ स्टिक सेगमेंट में कंपनी ने अपनी



विशेष सुगंधों- कच्चा बेला, कच्चा कस्तूरी, कच्चा केवड़ा, कच्चा चंदन, कच्चा गुग्गल और कच्चा गुलाब में प्रीमियम उत्पाद जारी किये हैं। इसका एक बॉक्स पैक 110 ग्राम में 75 रु एमआरपी में है। इन सुगंधों में बिग बेल कि अगरबत्तियाँ पहले से ही काफी लोकप्रिय हैं। इसके साथ प्रीमियम वेट धूप में कंपनी ने 4 सुगंधों - गुलाब, गुग्गल, रोम और चंदन में गीली धूप लॉन्च की है। इस गीली धूप के एक 100 ग्राम बॉक्स पैक की कीमत 70 रु एमआरपी है। प्रीमियम अगरबत्तियों में बिग बेल ने 4 उत्पाद - ग्रीन गार्डन, दत्त प्रसाद, हीना और अविन्या लॉन्च किये हैं। आकर्षक बॉक्स पैकिंग में ये सभी उत्पाद 100 ग्राम में हैं। ग्रीन गार्डन की कीमत 225 रु एमआरपी है, दत्त प्रसाद और हीना 125 रु एमआरपी में हैं और अविन्या 140 रु एम आर पी में है। एकाॅनोमी सेगमेंट के लिए बिग बेल ने तीन 2 इन 1 उत्पाद - हरी अनंत, बद्रीनाथ और स्वर्ण मोती लॉन्च किये हैं। इन तीनों उत्पादों के हर पैक में ब्लैक और व्हाइट दोनों तरह कि अगरबत्ती हैं। 200 ग्राम के इनके जम्बो ज़िपर पैक का मुल्य 70 रु एमआरपी है। ●



## सूरत में अछे चल रहे निशान के सांब्रानी कप

निशान प्रोडक्ट्स का नाम अहमदाबाद की अगरबत्ती कॉम्पनियों में सबसे ऊपर है। ग्राहकों को वाजिब दाम में क्वालिटी उत्पाद और नई नई सुगंध देना निशान की सबसे बड़ी खासियत है। गुजरात में अपना वर्चस्व बनाने के बाद निशान अब अन्य राज्यों में भी अपनी स्थिति मजबूत कर रहा है। कुछ माह पूर्व कोलकाता मार्केट में सुगंध इंडिया द्वारा किये गए सुर्वे में पाया गया की निशान अब बंगाल में भी एक मजबूत ब्रांड के तौर पर स्थापित हो रहा है। बात की जाए गुजरात के सूरत की तो बम्बू लेस उत्पादों के बढ़ते चलन का लाभ सांब्रानी कप सेगमेंट को भी मिल है। एक समय में जहां सिर्फ अगरबत्ती का मार्केट था, अब सांब्रानी कप का भी मार्केट बन गया है। सांब्रानी कप में निशान के हवन, गुग्गल और लोबान की डिमांड अच्छी है। इसके 12 कप के एक पैक का मुल्य 70 रु एमआरपी है। सांब्रानी के साथ साथ सूरत में निशान की अगरबत्ती, गीली धूप, ड्राइ स्टिक, आदि भी मार्केट में डिमांड में हैं। ●

\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जुलाई-अगस्त 2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



## बी आई सी के उच्च गुणवत्ता वाले गीली धूप उत्पाद मार्केट में लॉन्च

क्वालिटी उत्पादों का पर्याय बी आई सी कंपनी ने हाल ही में एक नए अंदाज से मार्केट में कई उत्पाद जारी किये हैं। एक समय में जहां कंपनी के बस चुनिंदा उत्पाद ही मार्केट में उपस्थित थे, अब कंपनी हर सेगमेंट में कई आकर्षक उत्पाद ला रही है। हाल ही में कंपनी ने प्रीमियम हेंड रोल्ड और बम्बू लेस सेगमेंट में कई उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद जारी किये थे। अब कंपनी गीली धूप के सेगमेंट में भी कई उत्पाद लाई है। पंचवटी ब्रांड के अंतर्गत कंपनी 10 स्टिक और 20 स्टिक में खास ब्राउन गीली धूप लाई है। 10 स्टिक में पंचवटी ब्राउन वेट धूप कलेक्शन में 6 अनोखी सुगंधों - फ्रेश गुग्गल, व्हाइट मोगरा, गुलकंद रोज, सुखड़ चंदन, राघवम और ओम नमह शिवाये हैं। यह कलेक्शन बॉक्स पेकेजिंग में है और प्रत्येक पैक कि एम आर पी 35 रुपये है। 20 स्टिक में कंपनी ने ब्राउन गीली धूप को 5 सदाबहार सुगंधों - रोज, मोगरा, संदल, गुग्गल और लोबान में जारी किया है। 30 रुपये एम आर पी में ये ज़िपर पैक में उपलब्ध हैं। इन उत्पादों की एक खास बात यह है कि मार्केट में अन्य धूप उत्पादों से हटकर ये ब्राउन रंग में है। धूप के बढ़ते चलन को देखते हुवे बी आई सी भी ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता वाले बेहतर उत्पाद देने के लिए तत्पर है। ●



## नंबर 1 पर काबिज साइकिल अगरबत्ती

कहा जाता है कि अगरबत्ती का जन्म दक्षिण भारत में हुआ था। आज देश ही नहीं दुनिया भर में वातावरण सुगंधित करने के लिए अगरबत्ती का उपयोग किया जाता है। भारत में इसका सबसे अधिक उपयोग पूजा में किया जाता है लेकिन बदलते समय के साथ अगरबत्ती घर और वातावरण को सुगंधित व सुखमय बनाने के लिए भी उपयोग की जाने लगी है। अगरबत्ती उद्योग में मैसूर की कंपनी एन आर ग्रुप के साइकिल अगरबत्ती ब्रांड का नाम सबसे आगे है। कंपनी की उत्पाद शृंखला में दर्जनों अनोखे अगरबत्ती व धूप उत्पाद हैं जो देश के कोने-कोने में उपस्थित हैं। साइकिल की 3 इन 1 अगरबत्ती, तीन मनमोहक सुगंधों में देश का सबसे अधिक बिकने वाला अगरबत्ती उत्पाद है। साइकिल नैवेद्य सांब्राणी कप अपने सेगमेंट में सर्वाधिक बिकने वाले उत्पादों में शुमार है। साइकिल की हैरिटेज रेंज के 4 उत्पाद भारतीय लोक कलाओं-मधुबनी, सांझी, संथाल और वाली से प्रेरित हैं। हैरिटेज रेंज के इन उत्पादों की बिक्री से कंपनी इन लोक कलाओं के कलाकारों की मदद करती है। साइकिल पुष्करणी अगरबत्ती मंदिरों के पवित्र फूलों से निर्मित है। अगरबत्ती के साथ-साथ साइकिल ब्रांड की उत्पाद शृंखला में हवन और पूजा सामग्री से जुड़े अनेक उत्पाद भी हैं। कुछ समय पूर्व ही देश के कई शहरों में साइकिल ने अपने खुद के सैंकड़ों स्टोर भी खोले हैं जहां साइकिल के सभी उत्पाद बिकते हैं। साइकिल ब्रांड एक प्रमाणित कार्बन न्यूट्रल कंपनी है, इसके सभी उत्पाद पर्यावरण के अनुकूल और स्वास्थ्य के लिए सुरक्षित हैं। ●

\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जुलाई-अगस्त 2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



## निखिल के नए उत्पादों को मिल रहे सकारात्मक नतीजे

बेंगलुरु स्थित निखिल प्रोडक्ट्स की गिनती उच्च गुणवत्ता के उत्पाद बनाने वाले ब्रांडों में है। अपनी उत्तम क्वालिटी के चलते देश ही नहीं विदेशों में भी निखिल के उत्पादों की अच्छी मांग है। त्योहारी सीजन से पूर्व कंपनी ने कई उत्पाद मार्केट में उतारे हैं। इन उत्पादों को लॉन्च के साथ ही मार्केट से काफी अच्छा रेस्पॉन्स मिला। नए उत्पादों में कंपनी ने अगरबत्ती में रॉयल गोल्ड, वेल्वेट ऊद, वन्दे भारत 3 इन 1, इम्पीरियल 3 इन 1 लॉन्च की हैं।



रॉयल गोल्ड एक प्रीमियम मसाला बत्ती उत्पाद है। इसमें हालमाडी अधिक मात्रा में है और यह फूलों की सुगंध में है। आकर्षक बॉक्स पैकिंग में यह उत्पाद 50 ग्राम में 130 रु एम आर पी में है।



वेल्वेट ऊद एक खास हैंड मेड बत्ती उत्पाद है। ऊद के बड़ते ट्रेड के चलते कंपनी ने अपने ग्राहकों के लिए ऊद की सुगंध में एक उच्च श्रेणी की अगरबत्ती बनाई है। इसके 50 ग्राम के बॉक्स की कीमत 275 रु एमआरपी है।



इकॉनोमी सेगमेंट में 300 ग्राम जम्बो जिपर पैक की बड़ती डिमांड देखते हुवे कंपनी ने वन्दे भारत और इंपीरियल अगरबत्ती नाम से उत्पाद लॉन्च किये हैं। यह दोनों 3 इन 1 उत्पाद हैं। इंपीरियल में तीन फाइन फ्रैग्रन्स सुगंध हैं और वन्दे भारत में तीन ट्रेडिशनल सुगंध हैं। इन दोनों उत्पादों की कीमत 150 रु एम आर पी है।

अगरबत्तियों के साथ-साथ निखिल प्रोडक्ट्स ने धूप स्टिक में भी नए उत्पाद जारी किये हैं। 20 स्टिक वाले सेगमेंट में कंपनी के पास पहले से 8 अलग सुगंधों में उत्पाद हैं। अब इस सेगमेंट में कंपनी ने 2 और सुगंध - व्हाइट ऊद और हीना जोड़ दी हैं। व्हाइट ऊद की बात करें तो ये पारंपरिक ऊद कि सुगंध से अलग है। जहां ऊद की सुगंध तेज होती है वहीं व्हाइट ऊद में फूलों की तरोताजा करने वाली सुगंध है। हीना पहले से ही अगरबत्ती में काफी लोकप्रिय उत्पाद है। अब कंपनी ने इसे धूप स्टिक में जारी किया है। दोनों धूप स्टिक उत्पाद बॉक्स पैकिंग में 105 रु एम आर पी में हैं।



यह सभी उत्पाद कंपनी ने फिलहाल महाराष्ट्र, उत्तर प्रदेश और दिल्ली के बाजारों में लॉन्च किये हैं। 1986 में स्थापित निखिल प्रोडक्ट्स के कई उत्पाद मार्केट में निरंतर डिमांड में रहते हैं। इकॉनोमी सेगमेंट में निखिल की तपस्वी रेंज काफी लोकप्रिय है। इसके साथ ही प्रीमियम उत्पादों में आराध्य, पानाडी, प्रभुदर्शन, आदि लोकप्रिय हैं। ●

## प्रीमियम उत्पादों में मिस्बाह बड़ा नाम

आज देशभर में अगरबत्ती का उत्पादन हो रहा है लेकिन बेंगलुरु का नाम अभी भी क्वालिटी अगरबत्ती उत्पादों के लिए जाना जाता है। बेंगलुरु से निकालने वाले प्रीमियम अगरबत्ती ब्रांडों में एक नाम मिस्बाह फ्रैग्रन्स का भी है। मिस्बाह फ्रैग्रन्स का हमेशा से ही फोकस प्रीमियम उत्पादों के निर्माण पर रहा है। देश की कई मंडियों में नाम से मिस्बाह के उत्पाद बिकते हैं। अगरबत्ती से लेकर धूप व सम्बरणी कप-सभी तरह के उच्च क्वालिटी के उत्पाद मिस्बाह फ्रैग्रन्स बनती है। मिस्बाह के मुख्य बाजार महाराष्ट्र और तमिल नाडु है। इसके अलावा उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश व कुछ अन्य राज्यों में भी ब्रांड की उपस्थिति है। कंपनी ने हाल ही में कई नए उत्पाद भी मार्केट में जारी किये जिन्हे मार्केट से काफी अच्छा रेस्पॉन्स मिला। बखूर, रूह अल ऊद, अरेबियन ऊद, ग्रेट एसेंस, आदि मिस्बाह के सबसे लोकप्रिय उत्पादों में से हैं। ●



\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जुलाई-अगस्त 2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।

## बेंगलुरु मार्केट पर स्थानीय ब्रांडो का वर्चस्व

**भा**रत की आईटी राजधानी बेंगलुरु कर्नाटक की भी राजधानी है। इस मेट्रोपॉलिटन सिटी को खूबसूरत बनाने का सिलसिला 15 वीं शताब्दी के विजयनगरम साम्राज्य से शुरू हुआ था, जो ब्रिटिश राज और फिर आजाद भारत में भी जारी रहा। दक्षिण भारत के पठारी क्षेत्र में सबसे ऊंचाई पर बसे होने के कारण बेंगलुरु का मौसम वर्ष भर सुहाना रहता है। यह खूबसूरत इमारतों, सड़कों और बगीचों का भी शहर है। बेंगलुरु महानगर की आबादी लगभग 90 लाख है और इस मेट्रो सिटी में देश-विदेश की हजारों आईटी कंपनियां हैं, जिनमें दुनियाभर के लाखों प्रोफेशनल्स काम करते हैं। बीते कुछ दशकों में यहां साहित्य, कला, संस्कृति, फैशन, फिल्म और खनन आदि उद्योग बड़े पैमाने पर विकसित हुए हैं। यह देश के सबसे महंगे शहरों में से है, जहां सर्वाधिक संपन्न आबादी रहती है। इस कारण यहां का रहन-सहन, खान-पान, स्वाद व सुगंध काफी हाई-फाई और प्रीमियम क्वालिटी का है। सुगंध खास तौर पर अगरबत्ती उद्योग बेंगलुरु में सैकड़ों वर्षों में विकसित हुआ है, जो दक्षिण भारत ही नहीं पूरे देश में दशकों से प्रीमियम क्वालिटी की बेहतरीन अगरबत्ती उत्पादन का हब है।

### अगरबत्ती के सर्वाधिक उत्पादन व खपत का केंद्र है बेंगलुरु

देश में चंदन का सबसे बड़ा प्राकृतिक जंगल कर्नाटक में होने के अलावा कई तरह की जड़ी बूटियों की वनों में बड़े पैमाने पर उपलब्धता और प्राकृतिक सुगंध का स्रोत होने के कारण मैसूर व बेंगलुरु सैकड़ों वर्ष से चंदन और मसाला अगरबत्ती का केंद्र रहे हैं। यह देश में प्रीमियम अगरबत्तियों के उत्पादन सबसे बड़ा केंद्र और बाजार भी है। युवा पीढ़ी में सुगंध के लाइफस्टाइल बन जाने और स्वस्थ वातावरण एवं पर्यावरण के लिहाज से प्राकृतिक तत्वों से निर्मित सुगंधित व मसाला अगरबत्तियों की मांग बढ़ रही है। घर, आफिस, क्लब, होटल, मॉल और दुकानों में वातावरण को सुगंधित बनाए रखने के लिए महंगी से महंगी उच्च गुणवत्ता वाले उत्पादों को लोग पसंद करते हैं। देश के अन्य शहरों और महानगरों की तुलना में बेंगलुरु में प्रति व्यक्ति आय अधिक है। ऐसे में औसतन यहां एक ग्राहक 100 से रु.200 की धूप-बत्ती प्रतिमाह खरीदता है। यहां 50 से रु.60 की एमआरपी वाले उत्पाद धड़ल्ले से बिकते हैं, लेकिन वॉल्यूम में सबसे ज्यादा बिक्री 5 से रु.55 एमआरपी वाले उत्पादों की है। इसके अलावा प्रीमियम क्वालिटी की मसाला अगरबत्ती में सौ-दो सौ से लेकर हजारों रुपए तक के उत्पादों का भी यह बाजार है। बेंगलुरु देश ही नहीं दुनिया भर में सबसे बेहतरीन क्वालिटी की प्रीमियम मसाला व फ्रेगरेंस अगरबत्ती के अलावा धूप व ड्राई स्टिक का भी बड़ा उत्पादक है और उसके उत्पादों का बड़ा हिस्सा स्थानीय बाजार में ही खप जाता है।

### सिलिकॉन वैली में नहीं है किसी ब्रांड की मोनोपोली

बेंगलुरु उच्च गुणवत्ता वाली प्रीमियम मसाला और फ्रेगरेंस अगरबत्ती के उत्पादन का सबसे बड़ा केंद्र होने के बावजूद यहां किसी एक ब्रांड की मोनोपोली नहीं है। बल्कि उच्च क्वालिटी का उत्पाद देने वाली सभी कंपनियों के उत्पाद यहां चलते हैं। सुगंध इंडिया ने बेंगलुरु के बाजार में मैन्युफैक्चरर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स रिटेलर्स और कस्टमर से बातचीत में पाया कि जिस तरह कुछ वर्ष पूर्व ब्रांडेड कंपनियों के चंद उत्पाद ज्यादा दिखते थे, अब सभी के उत्पाद बिकते हैं। यहां टॉप 10 में साइकिल, उल्लास, दर्शन, जेड ब्लैक, आशिका, अमृता, मोक्ष, बालाजी, फॉरेस्ट आदि हैं। इसके अलावा पुणे एवं गुजरात के भी कुछ ब्रांड यहां चलते हैं। सभी ब्रांड के उत्पादों के अलग-अलग सेगमेंट और इलाके हैं। जैसे साइकिल और जेड ब्लैक 10 से लेकर रु.50 की

एमआरपी में हैं, जो मिश्रित आय वर्ग वाले इलाकों में सबसे ज्यादा बिकते हैं। वहीं पॉश और संपन्न इलाकों में महंगे प्रीमियम उत्पाद चलते हैं, जिनकी एमआरपी रु.50 से लेकर हजारों रुपए में है।

### प्रीमियम के साथ इक्नॉमी का भी बाजार

सुगंध इंडिया की मार्केट रिपोर्ट के अनुसार यदि पूरे बेंगलुरु की बात करें तो यहां के बाजार में 70% अगरबत्ती का चलन है और शेष 30% में धूप स्टिक और सांब्राजी कप हैं। मुख्य बाजार यहां रु.5 से लेकर रु.55 की एमआरपी वाले उत्पादों का है। महानगर के बाहरी इलाकों और निम्न मध्यमवर्गीय लोगों में सबसे ज्यादा रु.10 की एमआरपी वाले उत्पाद बिकते हैं। असल में बेंगलुरु इकोनामी उत्पादों का भी बड़ा बाजार है। शहर के मध्यमवर्गीय इलाकों में 10 काडी की अगरबत्ती का रु.50 एमआरपी वाला पैक सबसे ज्यादा चलन में है। जेड ब्लैक और साइकिल का श्री इन वन वॉल्यूम में ज्यादा है। वैसे 50- 60 रुपए की एमआरपी वाले उत्पाद ही ज्यादा चलन में हैं। यहां जीपर और बॉक्स दोनों चलते हैं, लेकिन ग्राहक जीपर के मंथली पैक को ज्यादा तरजीह देते हैं। मुट्टा पैकिंग का भी चलन है, लेकिन मुख्य बात है कि क्वालिटी यदि अच्छी है, तो पैकिंग यहां मायने नहीं रखती। मुट्टा पैकिंग में बालाजी, बीआईसी चल रहे हैं। प्रीमियम में मुट्टा पैकिंग रु.100 में है। वैसे मुट्टा पैक रु.50 से लेकर हजार रुपए तक के चलन में है। बालाजी का 220 रुपए की एमआरपी में चलता है। बिग बेल की भी मार्केट में उपस्थिति है। उल्लास यहां 40-50 रुपए के एमआरपी में मीडियम रेंज में चलता है।

बेंगलुरु में ट्रेडिशनल फ्रेगरेंस की मांग हमेशा रही है।

ट्रांसपोर्टेशन की समस्या के कारण यहां महाराष्ट्र और गुजरात के इकोनामी अथवा मीडियम रेंज के ब्रांड नहीं दिखाई देते, क्योंकि बेंगलुरु की लगभग 75% अगरबत्ती-धूप मार्केट में स्थानीय ब्रांडेड कंपनियां ही काबिज हैं। 5 और 10 रुपए की एमआरपी वाले बाजार की मांग बिना ब्रांड वाले स्थानीय उत्पादकों के उत्पाद पूरी कर देते हैं। प्रीमियम मसाला अगरबत्ती में ओरिएंटल, बालाजी, ओरके, बिग बेल, फॉरेस्ट फ्रेगरेंस, मिस्बाह और बीआईसी आदि कंपनियां हैं। गुजरात का विजय, शाह, अलौकिक और फ्लोरिशा आदि ब्रांड कहीं-कहीं दिखाई देते हैं। सुगंध इंडिया की रिपोर्ट के अनुसार यहां

ड्राई स्टिक का चलन तो पहले से रहा है, लेकिन बीते 4-5 वर्षों से गीली धूप की मांग बढ़ी है। अब धूप की कुल मांग में 10% हिस्सा गीली धूप का हो गया है। ड्राई स्टिक में आशिका, लिबर्टी, साइकिल, मोक्ष, जेड ब्लैक, आदि की मांग है। सांब्राजी कप में डेल्टा, साइकिल नैवेद्यम और जेड ब्लैक चलते हैं। ड्राई स्टिक का बॉक्स 10 से रु.50 की एमआरपी में ज्यादा चलता है। प्रीमियम में 50 ग्राम का पैक सौ से डेढ़ सौ रुपए की एमआरपी में है। बालाजी का संदल काफी लोकप्रिय है। गीली धूप में जेड ब्लैक, हरी दर्शन, बालाजी हॉलिडे, बिग बेल और देव दर्शन है। त्योहारों के अलावा सामान्य दिनों में भी गीली धूप की मांग बढ़ी है। पूजा के समय लोग सुगंध और धुआं दोनों चाहते हैं। सांब्राजी स्टिक में तमिल नाडु के ब्रांड काबिज हैं। तपस, सुगंधी, नंदिनी, बेल, कैमल, आदि चल रहे हैं। सांब्राजी कप का 10 से 12 का पैक 70 से रु.120 तक की एमआरपी में मिलता है। इसमें साइकिल नंबर वन है। चंदन टीका की मार्केट सीमित है लेकिन इसमें हरि दर्शन और कुछ अन्य कंपनियों के उत्पाद दिखाई देते हैं। कपूर में यहां कोई ब्रांड नहीं है 5% में ब्रांडेड कंपनियों में साइकिल, जेड ब्लैक व मंगलम आदि का नाम है। कपूर के नाम पर लोकल उत्पादकों का ही बिकता है। ●



# Natural Essential Oils Aromatherapy Oils & Carrier Oils

*Serving The World Since 1972*

**U.S. FDA, WHO-GMP, ISO 9001, HACCP  
KOSHER, HALAL, FSSAI & ORGANIC CERTIFIED**

*Natural*

Essential Oils  
Carrier Oils  
Herbal Extracts  
Perfumery Compounds  
Aromatherapy Oils  
Oleo-resins etc



**RAKESH**  
SANDAL INDUSTRIES

STAR EXPORT HOUSE RECOGNIZED BY GOVT. OF INDIA

25, Azad Nagar, Kanpur - 208002 (U.P.) India.

Mob: +91 73882 33330/31/34/39

Email: [info@rakeshin.com](mailto:info@rakeshin.com)

Web: [www.rakeshin.com](http://www.rakeshin.com)

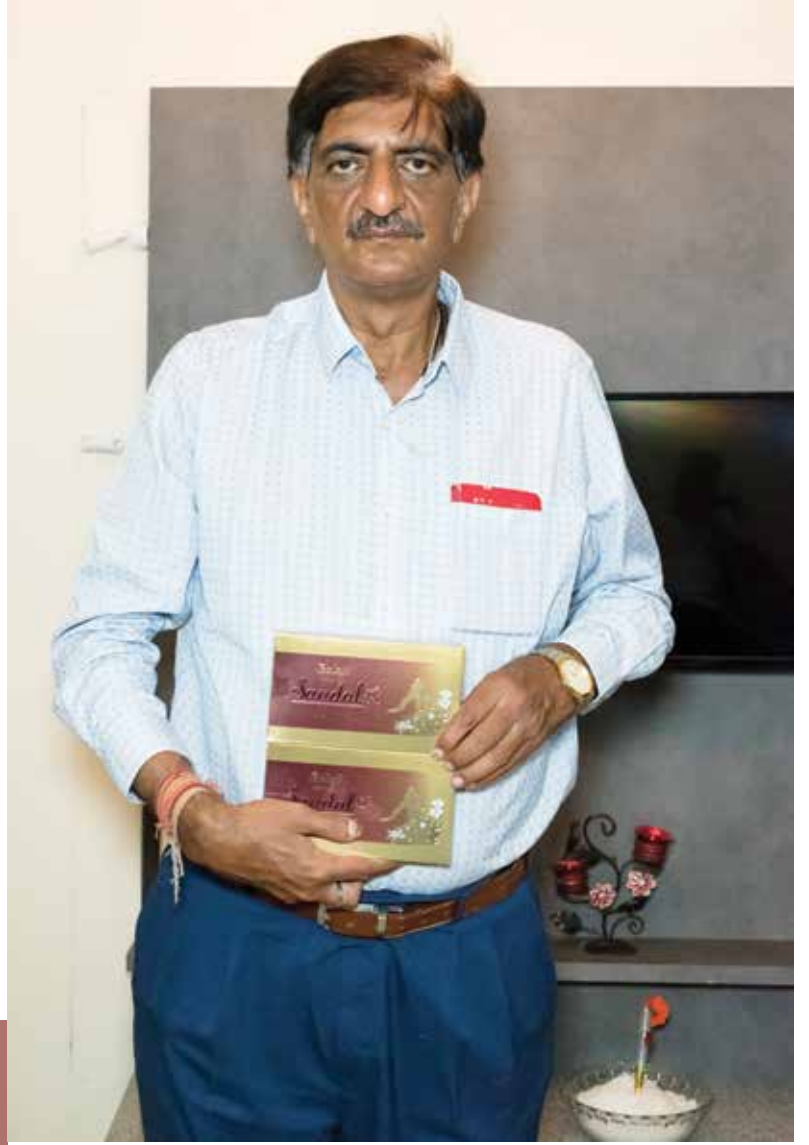
#### OUR GROUPS



#### OUR MEMBERSHIPS



# बालाजी ने बदला नार्थ इंडिया मार्केट का ट्रेंड -जितेन सोनेजी



उत्तर भारत के अगरबत्ती-धूप बाजार में बालाजी के प्रीमियम उत्पादों ने माहौल बदल कर रख दिया है। एक समय उत्तर प्रदेश, उत्तराखंड, पंजाब, हरियाणा, हिमाचल प्रदेश और जम्मू में 5 और रु.10 की एमआरपी वाले धूप व अगरबत्ती उत्पाद ही चलते थे, लेकिन बीते एक दशक में अब इन राज्यों में प्रीमियम उत्पादों का बाजार तैयार हो गया है। वर्ष 2010 से बालाजी के नॉर्थ इंडिया के प्रमुख एजेंट श्री जितेन सोनेजी ने सुगंध इंडिया को उत्तर भारतीय राज्यों में चल रहे मार्केट ट्रेंड के बारे में विस्तृत जानकारी दी। जितेन जी का देश के सभी राज्यों और नेपाल व बर्मा तक के मार्केट में काम करने का अनुभव है, जिस आधार पर उन्होंने कहा कि 5-10 रूपए की एमआरपी वाले उत्पाद चलते रहेंगे, लेकिन अगरबत्ती उद्योग का भविष्य प्रीमियम उत्पादों पर है। उन्होंने कहा कि फिलहाल देश के अधिकांश राज्यों में बालाजी का प्रीमियम मार्केट पर एकछत्र राज्य है।

## सु

गंध इंडिया से बातचीत में जितेन सोनेजी ने कहा कि इस उद्योग में वह अपने परिवार के बैकग्राउंड की वजह से आए थे। उनके दादाजी मध्यप्रदेश में अगरबत्ती का कारोबार करते थे। फिर पिताजी बंगलुरु आए और अपनी फैक्ट्री लगाई। भाई के साथ मैं भी काम करने लगा, लेकिन कुछ समय बाद मैंने अपना अलग काम शुरू किया। वह हंसते हुए बताते हैं कि मैं मार्केटिंग का आदमी हूँ और मुझे मैनुफैक्चरिंग एवं फ्रेगरेंस का कोई अनुभव नहीं है। शुरुआत में मेरा मिलिट्री कैंटीन में सप्लाई का काम था, लेकिन मामला जमा नहीं। मुझे मार्केट में एक कंपनी के मालिक लगातार देखते थे और वह जानते थे कि मैं अगरबत्ती के कारोबार में हूँ और लगातार बाजार में सक्रिय रहता हूँ। उन्होंने मुझे बुलाया और साथ में काम करने का प्रस्ताव दिया। फिर मैं उनके साथ काम करने लगा। यहां 5 और रु.10 एमआरपी वाले उत्पादों का ही कारोबार था। इससे परिवार की रोटी तो चल जाती थी, लेकिन बचत और आगे बढ़ने का कोई रास्ता नहीं था।

फिर 2010 में मेरी मुलाकात बालाजी के मालिक से हुई और हमने 2 दिन तक विचार-विमर्श किया। हम इस बात पर सहमत थे कि 5 और रु.10 की एमआरपी वाले आइटम से कुछ नहीं होना है और तय किया कि हम इन उत्पादों को ना बनाएंगे ना बेचेंगे। सिर्फ प्रीमियम उत्पाद बनाएंगे और बेचेंगे, क्योंकि सस्ते उत्पाद उसी कंपनी के चलेंगे, जो सस्ता देने के साथ ही स्कीम भी लगाएगी। मैंने बालाजी के मालिक से कहा कि मुझे सोचने और तैयारी के लिए 6 माह का समय दें। इससे पहले यदि आपको कोई दूसरा आदमी मिल जाता है, तो आप जरूर उसके साथ काम शुरू कर दें। यह उनका बड़प्पन था कि उन्होंने छह माह मेरा इंतजार किया।

उन्होंने बताया कि फिलहाल अब वह सिर्फ बालाजी के लिए नार्थ इंडिया का काम करते हैं। इसके अलावा मुंबई की एक कंपनी वीरम वर्ल्ड का काम भी उनके पास है। जितेन जी ने बताया, “मैंने देखा कि जहां बालाजी के उत्पाद चलते हैं, वहां उपभोक्ता दूसरे कंपनी के उत्पाद नहीं खरीदता।” इस लक्ष्य के साथ उत्तर भारत में बालाजी के काम की शुरुआत की और पंजाब, हरियाणा, उत्तराखंड और पश्चिमी उत्तर प्रदेश में काम

जमने लगा। उन्होंने कहा कि हिमाचल और जम्मू में मार्केट नहीं जम पाती, क्योंकि वहां उधारी की समस्या है और 5-10 रु. के उत्पाद ज्यादा चलते हैं। 2018 में असम में काम शुरू किया और धीरे-धीरे अब वहां प्रीमियम की मार्केट बनने लगी है।

बालाजी के प्रीमियम उत्पादों को मार्केट में स्थापित करने की अपने संघर्षों की कहानी बताते हुए जितेन सोनेजी ने कहा कि नॉर्थ इंडिया के बाजार में बालाजी के प्रीमियम उत्पाद चलाना बड़ी चुनौती थी। अपने पुराने परिचित डीलर और डिस्ट्रीब्यूटर्स के पास जब मैं सैंपल लेकर जाता, तो 2-4 को छोड़कर सभी कहते कि इस मार्केट में यह नहीं चलेगा। फिर भी मैं उनसे कहता कि नहीं कोशिश करो। पैसे की कमी थी और मैं ट्रेन-बस से बैग्स में भरकर सैंपल और तैयार माल लेकर दुकानों पर जाता और उन्हें भी समझाता। बाद के दिनों में पूरी टीम ने काम शुरू किया, जिससे काम तेजी से बढ़ा और जब मुझे बेस्ट परफार्मर का अवार्ड मिला तो मैंने कहा अकेले मैं इसका हकदार नहीं, बल्कि पूरी टीम है। उन्होंने बताया कि जब वह बालाजी का रोल आन लेकर मार्केट में गए तो वहां जिस कंपनी का प्रोडक्ट चलता था वह रु.40 में था, जबकि बालाजी का 8 एमएल रु.380 में था। फिर भी लोगों ने उसे पसंद करना शुरू किया।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बालाजी कंपनी के मालिक और प्रबंधन में बहुत ईमानदारी है। वह अपने एजेंट नहीं बदलते और बिना एजेंट के संपर्क के एक पेटी क्या एक बॉक्स माल भी दूसरे को नहीं देते। हम लोग एक परिवार की तरह काम करते हैं। यही कारण है कि मैं व्हाट्सएप पर इमेज भेज देता हूँ और शाम तक मेरा आर्डर आ जाता है। वहीं दूसरे लोग पहले सैंपल मांगते हैं फिर जला कर टेस्ट करते हैं और तब आर्डर करेंगे, पर ईश्वर की कृपा है कि हम सब बालाजी के परिवार की तरह काम करते हैं। जितेन जी को नॉर्थ इंडिया के शहरों का इतना अनुभव है कि उन्हें पता है कि किस इलाके में कौन बेहतर डीलर या डिस्ट्रीब्यूटर है। उन्होंने बताया कि लुधियाना में नरेश इंटरप्राइजेज, जालंधर में मगगो एजेंसीज, अंबाला कैन्ट में बीएस राखी, गाजियाबाद में प्रेम कुमार रोहित कुमार, आगरा में सूरज जी, जय हनुमान एजेंसी, उत्तराखंड में चंद्रा ट्रेडिंग, गुवाहाटी में मोरे मार्केटिंग, तिनसुकिया में श्री हनुमान एजेंसी, डिब्रूगढ़ में एस डी एजेंसी, जोरहाट में एस के ट्रेडर्स और अगरतला में नवीन स्टेशनर्स, यह सभी बेहतर काम करने वाले लोग हैं।

उन्होंने बताया कि एक दशक पूर्व जब उन्होंने यह काम शुरू किया, तो उस समय असम में प्रीमियम उत्पादों की एक कंपनी थी, लेकिन वह धीरे-धीरे पिछड़ गई। अब बालाजी की मार्केट बन गई है। पंजाब और हरियाणा में भी 5 और रु.10 का ही मार्केट था। उस समय प्रीमियम की दो कंपनियां थीं। फिर भी बालाजी वहां मजबूती से स्थापित हुआ। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि लोगों का मानना है कि अगरबत्ती उद्योग के लिए कोलकाता सबसे अच्छा मार्केट है। मगर मेरे हिसाब से वहां लोगों की ज्यादा खर्च करने की सोच नहीं है। यही कारण है कि महानगर होने के बावजूद 5 और रु.10 की एमआरपी वाले उत्पाद वहां ज्यादा चलते हैं। उन्होंने कहा कि प्रीमियम में पश्चिमी उत्तर प्रदेश में तेजी से मार्केट बढ़ रही है, लेकिन पूर्वी उत्तर प्रदेश अभी भी 5 और रु.10 पर अटका हुआ है। इसकी वजह यह भी है कि पंजाब हरियाणा पश्चिम यूपी में संपन्नता है और शौकीन लोगों का बाजार बन रहा है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि पश्चिम हरियाणा में सिरसा से लेकर रोहतक तक प्रीमियम उत्पाद लेने वाले 10 से 15% हैं। बाकी सब 5-10 की एमआरपी वाले हैं। ईस्टर्न हरियाणा में सोनीपत से लेकर अंबाला तक के इलाके में लोगों ने 5-10 की अगरबत्ती जलाना छोड़ दिया है और

वह प्रीमियम पर आ गए हैं। पंजाब में 5 और रु.10 की एमआरपी में लोकल उत्पादकों को छोड़कर मुख्यतः दो कंपनियों में मुख्य मुकाबला है। वहां प्रीमियम उत्पाद ही चल रहा है। उन्होंने बताया कि पंजाब की स्थानीय धूप कॉम्पनियां 5 और रु.10 की एमआरपी वाले उत्पादों के स्थान पर प्रीमियम सेगमेंट में नहीं आईं, लेकिन बालाजी ने धूप के बाजार में भी यह साबित कर दिया है कि उनका रु.50 की एमआरपी वाला उत्पाद भी अच्छा बिकता है।

जितेन जी ने कहा कि हिमाचल प्रदेश में 90% धूप का चलन है और 10% में अगरबत्ती चलती है, लेकिन हिमाचल में ट्रांसपोर्टेशन की बड़ी समस्या है। इसके अलावा वहां उधारी ज्यादा दिनों तक चलती है। वर्ष में केवल 2 बार भुगतान का नियम है। इसी तरह जम्मू में 2-3 अच्छे डीलर हैं और वहां धूप और अगरबत्ती का कारोबार 50-50% है। श्रीनगर में कोई डीलर नहीं है और वह जम्मू या पंजाब से माल ले जाते हैं। श्रीनगर में मुख्यतः रोज, संदल, केसर और मोगरा चलता है। इसी तरह लद्दाख में बंबू लेस उत्पाद चलता है, क्योंकि वहां की बहुत बड़ी आबादी बौद्ध धर्मावलंबी है। उन्होंने कहा कि उत्तराखंड में बहुत अच्छे डीलर हैं। देहरादून और ऋषिकेश से चार धाम यात्रा गुजरती है और हेमकुंड सहित सिखों के कई तीर्थ हैं। यहां प्रीमियम की अच्छी मार्केट



बनी है और भुगतान जल्दी होता है।

दिल्ली मार्केट पर उन्होंने कहा कि यहां लोकल मार्केट में 4 ब्रांड चलते हैं। उसमें तीन ब्रांड 5 और रु.10 की एमआरपी वाले हैं। सिर्फ एक प्रीमियम ब्रांड चलता है। दिल्ली में आने वाला ज्यादातर माल पंजाब, राजस्थान, हरियाणा और उत्तर प्रदेश के लिए होता है। दिल्ली लोकल में सिर्फ 4 ब्रांड ही चलते हैं। 2017 से बालाजी ने अपनी जगह तेजी से बनाई है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि एक समय था जब बर्मा में भारत से बहुत माल जाता था, लेकिन अब वह खुद अपना उत्पादन कर रहा है और जापानी भी अपना माल वहां बेचते हैं। इस तरह बौद्ध धर्मावलंबी देशों में जापान का माल ज्यादा चलने लगा है। उनकी क्वालिटी, फ्रेग्रेंस और पैकिंग बहुत बेहतर है।

भविष्य में प्रीमियम मार्केट की चुनौती के संदर्भ में उन्होंने कहा कि फिलहाल बालाजी अभी अकेले प्रीमियम बाजार में काबिज हैं, लेकिन मुंबई में 2-3 कंपनी आई है और बेंगलुरु में भी दो कंपनियां हैं, जो बालाजी के उद्देश्य पर चल रही हैं कि 5 और रु.10 की एमआरपी वाले उत्पाद बनाने और बेचने में कोई फायदा नहीं है। इसलिए सिर्फ प्रीमियम बनाना और बेचना है। वह इस रास्ते पर चलते रहेंगे, तो अगले 5-10 वर्षों में बालाजी को चुनौती मिल सकती है, लेकिन उससे निपटने के लिए हमको निरंतर बेस्ट से बेस्ट क्वालिटी देते रहनी होगी। ●



# प्रीमियम अगरबत्ती उत्पादों में दक्षिण भारत का दबदबा : प्रदीप

▶ साउथ में चलते हैं नार्थ के 50% इकोनामी उत्पाद : दीप्ती एजेंसीज

**द**क्षिण भारत खास तौर पर कर्नाटक व तमिलनाडु अगरबत्ती, धूप और सांब्रानी उत्पादन का दशकों से केंद्र रहा है, लेकिन अब वहां के 50% इकोनामी मार्केट में उत्तर भारतीय कंपनियों के उत्पाद बिकते हैं। हालांकि प्रीमियम क्वालिटी के उत्पादों में दक्षिण भारतीय राज्यों का ही दबदबा है और दक्षिण के राज्यों में 100% प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद वहीं के बिकते हैं। उसमें उत्तर भारत की कंपनियों का दखल नहीं है। बंगलुरु की दीप्ति एजेंसीज के प्रमुख श्री प्रदीप जी ने सुगंध इंडिया से बातचीत में उक्त जानकारी देते हुए कहा कि देश में प्रीमियम अगरबत्ती, धूप और सांब्रानी का बाजार तेजी से बढ़ रहा है, लेकिन उसमें अभी भी दबदबा दक्षिण भारत का है। दीप्ति एजेंसीज 1978 से अगरबत्ती उद्योग में काम कर रही है। प्रदीप जी ने बताया कि यह उनकी पारिवारिक फर्म है और मेरी पत्नी दीप्ति आनंद के नाम पर यह फार्म स्थापित हुई थी। 1978 में तब इसका नाम नहीं था और मेरे ससुर इस कारोबार में थे। वह मुख्यतः बालाजी कंपनी से जुड़े हुए थे और मैं 2004 से इस कारोबार में हूँ। उन्होंने बताया कि मेरे ससुर और बालाजी कंपनी के प्रबंधकों ने मुझे यह कारोबार सिखाया था।

दीप्ति एजेंसीज मुख्यतः बालाजी कंपनी, सावित्री सुगंधालय, इंदौर की केआर अगरबत्ती और अहमदाबाद की मानसी कंपनी के एजेंट हैं। वह कंपनी के डायरेक्ट एजेंट हैं और सीधे उनसे माल लेते हैं और अपने रिस्क पर कंपनी के उत्पाद बेचते हैं। इसके लिए कंपनी उन्हें एक निश्चित परसेंटेज मुनाफे के तौर पर देती है। दीप्ति एजेंसीज की बाजार में अपनी साख है, जिसके दम पर उत्पाद बिकते हैं। दीप्ति एजेंसीज का नेटवर्क आंध्र प्रदेश, तेलंगाना, केरल, कर्नाटक, तमिलनाडु और गोवा सहित पूरे दक्षिण भारत में फैला है। अन्य कंपनियों से जुड़ने संबंधी सवाल के जवाब में प्रदीप जी ने कहा कि यदि बेस्ट क्वालिटी के उत्पाद देने वाली ब्रांडेड कंपनियां कोई बेहतर उत्पाद लाती हैं, तो वह उनके साथ भी जुड़ सकते हैं।

सुगंध इंडिया से बातचीत में प्रदीप जी ने कहा कि 1990 तक अगरबत्ती उद्योग और मार्केट की नीति यह थी कि जिसे जरूरत होगी वह उनके उत्पाद ले जाएगा।

तब यह रिश्तों पर आधारित कारोबार था, लेकिन 1990 के आर्थिक उदारीकरण के बाद उद्योग के उत्पादन और डिस्ट्रीब्यूशन में भारी बदलाव आने शुरू हुए। उन्होंने बताया कि मैंने जब यह कारोबार संभाला, तो मैंने प्रत्येक शहर के ग्रामीण क्षेत्रों के दुकानदारों और फेरी वालों तक उत्पादों को पहुंचाना शुरू किया। फेरीवाले जो दूर-दूर तक गांवों में जाकर माल बेचते हैं। उन्हें हम 25 से 30% का सपोर्ट मार्जिन देते हैं। प्रदीप जी ने बताया कि मेट्रोपॉलिटन और बड़े शहरों में मार्केटिंग को लेकर कड़ा मुकाबला रहता है, लेकिन गांवों तक अधिकांश कंपनियां नहीं पहुंचती। इसलिए मैंने कारोबार में हाथ लगाते ही गांव पर ध्यान दिया। इस कारण जब मैंने कारोबार संभाला तब से आज एजेंसी का टर्नओवर 10 गुना बढ़ा है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बालाजी का सर्कल और कस्तूरी धूप सहित कई ऐसे उत्पाद हैं, जिनका बाजार में कोई मुकाबला नहीं है। उन्होंने कहा कि बालाजी के साथ काम करना जीवन का सबसे बेहतर अनुभव है। वह मार्केटिंग के लिए कभी दबाव नहीं डालते। यदि मैंने चार पेटी माल मांगा तो उतना ही माल वह देते हैं और एक से डेढ़ माह में पेमेंट हो जाता है। उन्होंने कहा कि जो भी कंपनी बेहतर उत्पाद लाती है वह जरूर चलते हैं। वैसे इस उद्योग में जो भी आता है, वह सभी थोड़ा कम या ज्यादा मुनाफा कमाते ही हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि मार्केटिंग इस दौर में कठिन हो गई है, क्योंकि तमाम बड़ी-बड़ी ब्रांडेड कंपनियां शहरों में सक्रिय हैं। इसके अलावा वहां उत्पादों की क्वालिटी, पैकिंग और रेट को लेकर बहुत सारे सवाल हैं, जबकि गांवों में ऐसा नहीं है।

दक्षिण भारत के मार्केट को लेकर उन्होंने कहा कि जेड ब्लैक, साइकिल, मोक्ष, बालाजी, फॉरेस्ट और उल्लास जैसी कंपनियां अच्छा कारोबार कर रही हैं। इन लोगों का मार्केट में अच्छा नेटवर्क है, लेकिन इनके एक खास रेंज वाले इकोनामी उत्पाद ही यहां चलते हैं। वैसे सभी कंपनी के कुछ ना कुछ उत्पाद चल ही जाते हैं, लेकिन 10 और रु.20 की एमआरपी में ही मुख्य मुकाबला है और यहां वो कंपनियां अच्छा काम कर रही हैं। उन्होंने कहा कि एकांनोमी रेंज में यदि आपने 100 पेटी माल उठाया और प्रीमियम का 1 पेटी माल उठाया तो प्रीमियम की कीमत

और मुनाफा दोनों ज्यादा है, क्योंकि इकोनामी का एक पेटी माल यदि 5000 का है, तो प्रीमियम की पेटी रु.80000 की है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि दक्षिण भारत में अगरबत्ती 70% चलती है तो 30% में धूप व ड्राई स्टिक आदि चलते हैं। इस 30 % में तमिल नाडु के सम्बरणी स्टिक ब्रांड सबसे अधिक चलते हैं और 10 प्रतिशत में वेत धूप की बिक्री है। दक्षिण भारत में गीला धूप कम बिकती है। यहां सिर्फ नॉर्थ कर्नाटक और कर्नाटक से लगे दूसरे राज्यों की सीमा के इलाकों में वेत धूप की मांग है। कुल मिलाकर दूसरे राज्यों के खासकर उत्तर भारतीय लोग ही यहां वेत धूप उपयोग करते हैं। तमिलनाडु का सांभ्राणी कप देश में काफी लोकप्रिय हो रहा है। 10% गीली धूप के मार्केट में जेड ब्लैक और बालाजी के उत्पाद चलते हैं। उन्होंने बताया कि जेड ब्लैक ने कई जगहों पर अपने डिपो बना लिए हैं। इसलिए उनके लिए सभी जगह अपने उत्पाद भेजना सस्ता पड़ता है। सांभ्राणी कप के बाजार संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि यहां सभी के उत्पाद बिकते हैं। क्वालिटी और रेट सबके एक जैसे हैं। वैसे सबसे ज्यादा यहां आशिका चलता है और उसके बाद डेल्टा है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग अब स्माल स्केल इंडस्ट्री नहीं रही। कहने को आप हजार रुपए में भी कारोबार शुरू कर सकते हैं, लेकिन वह चल नहीं पाते। हमारे ऑफिस में बालाजी के 200 से अधिक उत्पादों के रेंज डिस्प्ले किए गए हैं। 15 वर्ष पहले बालाजी ने जो उत्पाद निकाला था वह भी हमारे पास है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि पहले रु.10 के बॉक्स का चलन था अब 15, 20, 50, 70 और ज्यादा कीमतों के उत्पाद बाजार में आ गए हैं। यह 1990 के बाद के मार्केट में बड़ा बदलाव आया है। उपभोक्ता अब हाई क्वालिटी के उत्पाद चाहते हैं। पहले संदल में 1 या 2 वैरायटी थीं अब उसकी हजार रेंज है। कस्टमर जो भी मांगे वह बाजार में होना चाहिए।



स्व. एम एस आनंद  
संस्थापक, दीप्ति एजेंसी हाउस (1982 से )

सुगंध इंडिया के यह पूछे जाने पर कि ट्रेडिशनल सुगंध की मार्केट कितनी है? उन्होंने बताया कि बेला, चंदन, रोज, मोगरा और ऊद सदाबहार हैं। अब इसी में आप जितना अच्छा और नया फ्रेगरेंस दे सकें वही चलता है। नेचुरल उत्पाद हमेशा चलते रहेंगे। वैसे नए फ्रेगरेंस में मस्कमेलन जैसे कुछ हैं लेकिन वह सीमित हैं। रोल आन में भी लोग आए हैं। चेंज के लिए उपभोक्ताओं की मांग पर यह शुरू हुआ है। उन्होंने कहा कि रोल ऑन की शुरुआत मल्टीनेशनल कंपनियों ने की थी। अब लगभग हर कंपनी उसे बना रही है। यही नहीं अब केमिकल वाले भी अपने उत्पाद बनाकर लाते हैं कि इसे बाजार में चलाइए।

उन्होंने कहा कि दक्षिण भारत में प्रीमियम क्वालिटी के उत्पादों की मांग ज्यादा है और वह यहीं के उत्पाद होते हैं। नए उत्पादकों के लिए बड़ी चुनौती है, लेकिन यदि वह अच्छी क्वालिटी के उत्पाद लाते हैं, तो वह चलेंगे। उन्होंने कहा कि बंगलुरु के ब्रांड की मोनोपोली रही है, लेकिन अब वह धीरे-धीरे पीछे जा रहे हैं, क्योंकि यदि आप अपने उत्पाद में बदलाव नहीं करेंगे, तो पिछड़ जाएंगे। बंगलुरु से निकालने वाले कई ऐसे ब्रांड हैं, जो 20 वर्ष पुराने रेंज पर ही डटे हुए हैं, तो निश्चित तौर पर वह पीछे जाएंगे। उन्होंने कहा कि रु.10 की एमआरपी वाले नार्थ इंडिया के ब्रांड यहां आसानी से बिक जाते हैं, लेकिन रु. 300-400 की एमआरपी के उत्पाद केवल साउथ के ही चलते हैं। ●

**Mr. Pradeep E**  
M/s. Deepthi Agency House  
No. 136, 2nd Main, 4th Cross, Chamrajpet,  
Bengaluru-560 018  
**Mobile : 9980261616**

9027243598  
Vikas Agrawal  
9212626926,  
9412180215

**Happy Independence Day**

# CHAUDHARY SALTPETRE INDUSTRIES

Mfg. of : Nitrate Of Pottasium (Saltpetre) शोरा खार, Other Chemicals Etc

Above Material Use For Making All kinds of

● Dhoopbatti ● Agarbatti ● Masalabatti ● Whitebatti ● Moisquitobatti Etc.

**Factory : Sarswati Kund, Masani, Delhi Road, Mathura-281003**  
Email: [chaudharysaltmtr@gmail.com](mailto:chaudharysaltmtr@gmail.com)

**Our Sistern Concern:**

**1. JAGAN PRASAD PRITHIRAJ SHORA WALE**

M.L. Agrawal : 7417406668  
Gaurav Agrawal : 9319907597  
9690223522

**2. MUKUND TRADERS**

Govind Prasad Agrawal : 9027243598  
Vikas Agrawal : 9212626926  
9412180215

# ADVERTISEMENT TARIFF



**Sugandh India : Monthly Bilingual (English and Hindi)**

A first and one of its kind magazine dedicated to Agarbatti industry which along with being informative and useful for industry content wise, also acts as a medium to connect the industry.

- **Circulation** : Currently 12,000 per month hard copies with an aim to increase to 50,000. Also has a digital version as well.
- **Readership** : Manufacturers, Perfumers, Raw material suppliers, Agarbatti Distributors and Sellers and Allied industry across india. Average 50,000 monthly readership.
- **Content** : Brand News, Monthly City/State wise Market survey and reports, Industry News, Interviews and profiling of not just Manufacturers but also wholesalers and dealers. Also raises issues faced by industry like increasing production cost, duplicacy, etc. all possible through our ground level reporting.



POSITION	RATE PER ISSUE	Mechanical Data (w x h) Note : Keep text 5 mm inside
FRONT COVER	60,000	18.5 cm x 23.5cm
BACK COVER	50,000	21 cm x 30 cm
INSIDE COVER FRONT	35,000	21 cm x 30 cm
INSIDE COVER BACK	30,000	21 cm x 30 cm
GATE FOLD	50,000	42 cm x 30 cm
DOUBLE SPREAD	30,000	42 cm x 30 cm
FULL PAGE	15,000	21 cm x 30 cm
HALF PAGE	10,000	18.5 cm x 13.5 cm
QUARTER PAGE	7,000	9 cm x 13.5 cm
VISITING CARD	3,000	9 cm x 5 cm
STRIP	4,000	18.5 cm x 5 cm

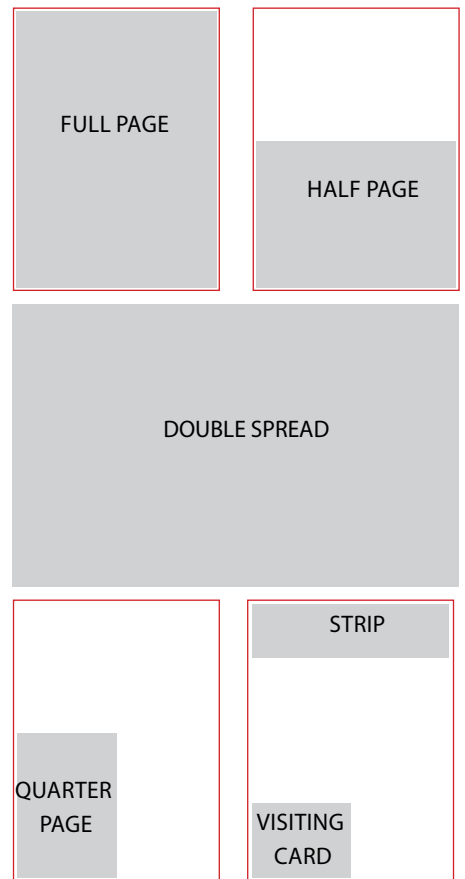
Note : 20% extra for Advt in first 20 pages. All rates are excluding 5% G.S.T.

**GST DETAILS**

GSTIN: 07AAECA3660K1ZN  
State Name : Delhi, Code : 07

**Bank Details**

Bank Name : YES BANK  
A/c No. : 070463400000052  
IFS Code : YESB0000704  
Branch : Noida Sector-62



**ANAS COMMUNICATION PVT. LTD.**

B-117A, 2nd Floor, Joshi Colony, I.P. Extension, New Delhi - 110092, M : +91 7838312431  
Email : sugandhindiam@gmail.com | Website: www.sugandhindia.in



**25**  
YEARS  
TRUST OF FRAGRANCE

**RATHORE**  
BRAND

# दीप सागर®

न्यू जिपर पैक धूप



Manufactured & Marketed by :  
**RATHORE POOJA PRODUCTS (P.) LTD.**  
Factory : DEEDARGANJ, KANNAUJ - 209725 U.P. INDIA  
Customer Care No. : 9044689606  
E-mail : info@rathorebrothers.com

For any complaints or feedback contact  
our customer care head at manufacturing  
Address Phone No.  
[www.rathorebrothers.com](http://www.rathorebrothers.com)  
[fb.com/deepsagar.in](https://www.facebook.com/deepsagar.in)  
**REGD. NO. 891969**

# पूजा हो या भक्ति दिव्यास्त्र अगरबत्ती...

## PREMIUM DHOOP ZIPPER BAGS



**Loban**  
Premium Dhooop



**Gugal**  
Premium Dhooop



**Keshav**  
Premium Dhooop



## OM SAI ZIPPER DHOOP ZIPPER BAGS



ROSE DHOOP



LAVENDER DHOOP



KAPOOR DHOOP

## DHOOP STICK



CHANDAN



LILLY



TULSI



LAVENDER



JASMINE



GULAB

## INCENSE CONE



ROSE



LAVENDER



MOGRA



GUGGAL



SANDAL



GULAB

Mfg. By :

**DPB PRODUCTS**

13, G.I.D.C., Nr. Jupiter Chokadi, Makarpura, Vadodara

E-mail : [feedback@dpb.co.in](mailto:feedback@dpb.co.in)

Web Site : [www.dpb.co.in](http://www.dpb.co.in)

Mfg.By. & (1) Branch Off.:

**DPB PRODUCTS**

I-5, Ispat Nagar Panki

Kanpur- 208020



CALL FOR BUSINESS ENQUIRY :

+91 7228847474 | +91 72280 18667

