

SUGANDH INDIA

MAGAZINE DEDICATED TO INCENSE INDUSTRY

सुगंध इंडिया

VOL.: 12, ISSUE : 09 SEPTEMBER 2023

सम्पूर्ण अगरबत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका

Blend of 3 jasmine variants

Mogra, Julii & Chameli – with a touch of rose

CELEBRATING 75 YEARS



CYCLE PURE AGARBATHI

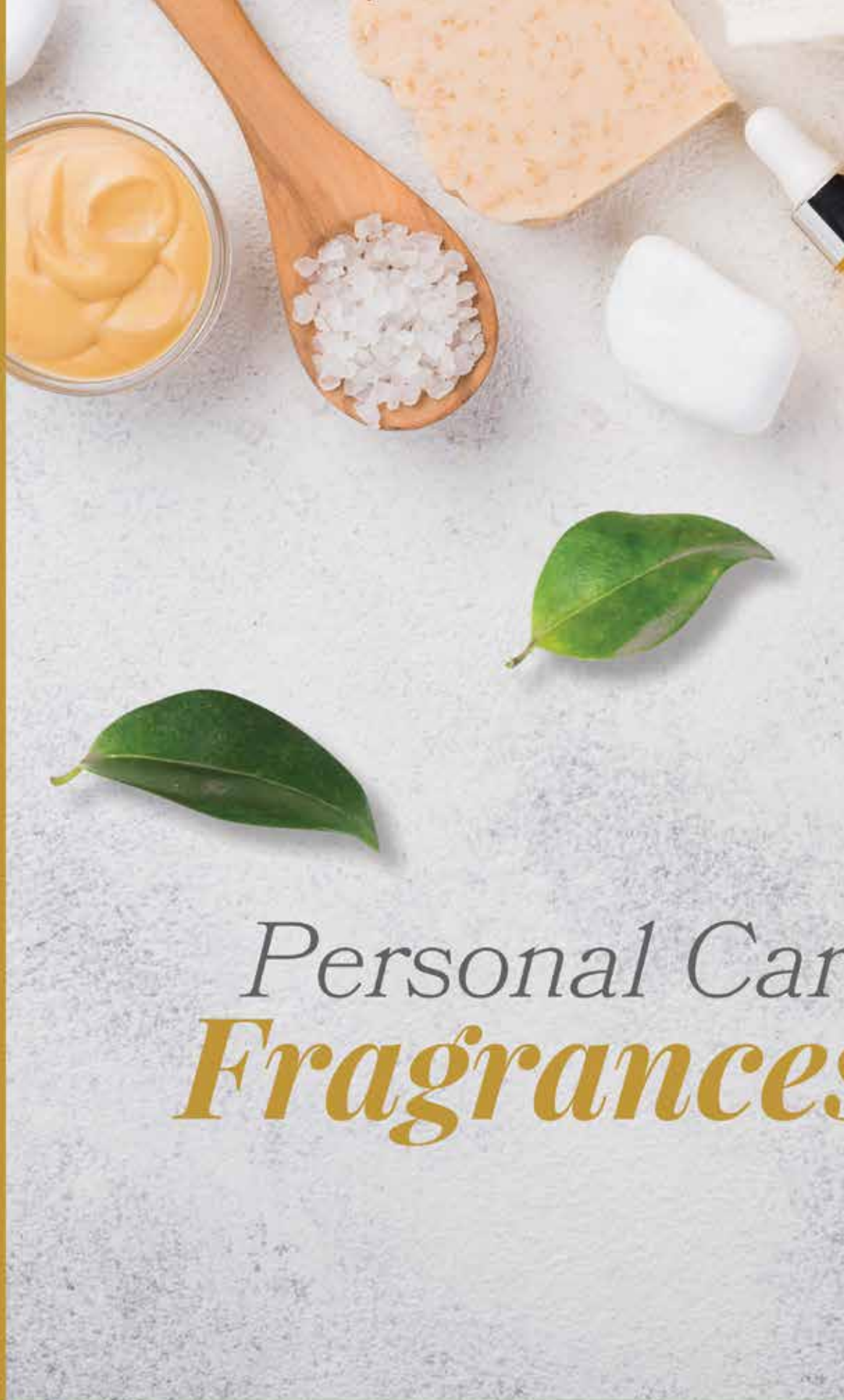


Shop Online **CYCLE.in**
THE ONLINE INCENSE STORE



SACHEE[®]
Fragrances

Crafting the finest Fragrances, Flavours
and Olfactory Experience since 1983



Personal Care *Fragrances*

SACHEE FRAGRANCES & CHEMICALS LTD.

D-11 & D-12, Sector 2, Noida - 201301
E: sales@sacheefragrances.com

T: (0120) 2536111 |
W: www.sacheefr



Elevate your brand beyond the ordinary.

With Sachee's exclusive fragrance concoctions, your personal care line will transcend mere products, becoming an embodiment of sophistication and luxury.

**BODY CARE | HAIR CARE | MOTHER & BABY CARE
MEN'S GROOMING | PERSONAL HYGIENE & more**



Hari Darshan

Mehke Mann, Hoke Prasann



HARI DARSHAN SEVASHRAM PVT. LTD.

519, Industrial Estate, Patparganj, Delhi 110092.

✉ info@haridarshan.com 🌐 www.haridarshan.com 📘 [haridarshanindia](https://www.facebook.com/haridarshanindia) 📷 [haridarshanindia](https://www.instagram.com/haridarshanindia)

For Trade Enquiries ☎ 98910 89000



Ocean's Deep Printers®
FOR FAST & ACCURATE PRINTING



Print Your Ideas,
Be The Inspiration to **The World.**

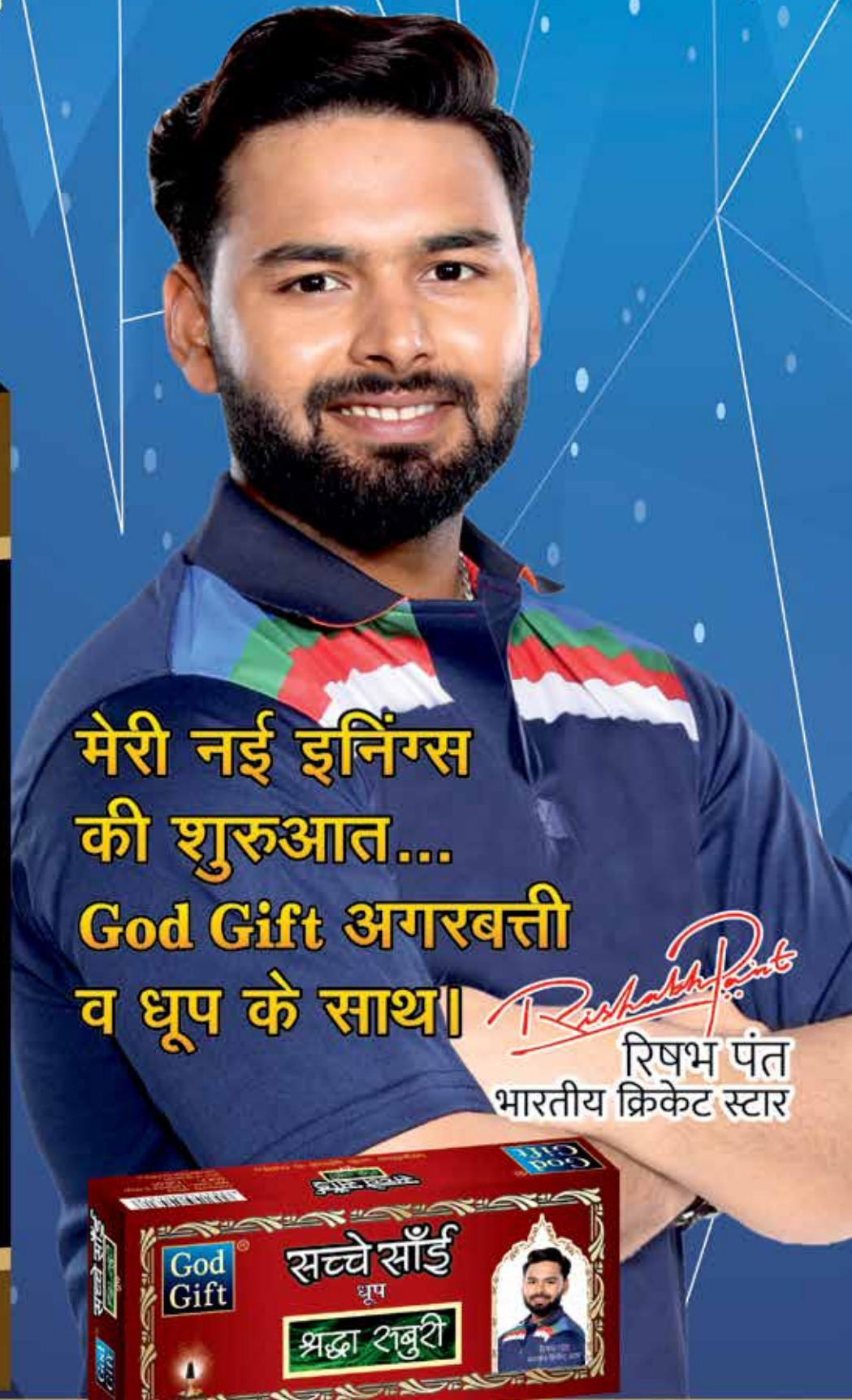
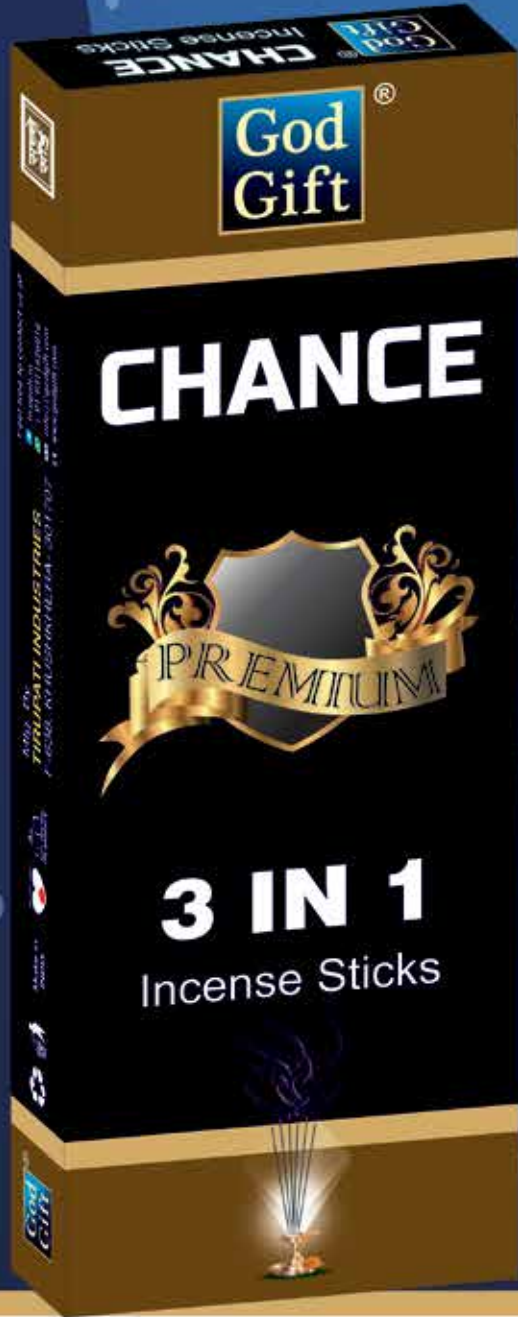
ALL TYPE OF PRINTING & PACKAGING SOLUTION

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, info@oceansdeepprinters.com
Customer Care : +91 75758 00978 | [@oceansdeepprinters](https://www.instagram.com/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

जेसल®

अगरबत्ती

जेसे खूशबू™
का उपवन



Premium WHITE Incense Sticks

Standy Zipper Pack Net Wt. : 120g. / 125g.



Premium BLACK Incense Sticks

Jumbo Standy Zipper Pack Net Wt. : 450g.

5in1



6in1



Jesal®

PRODUCTS PVT. LTD.

www.jesalproducts.com

Manufactured & Marketed By :

JESAL PRODUCTS PVT. LTD.

ZAK - 382 305, Tal.: Dahegam, Dist. : Gandhinagar.

Phone : +91 94260 02055 / +91 96014 18711

Customer Care No.: +91 88495 08118 | E-mail : jesalproducts@gmail.com



Naya Lakshya, Nai Soch

BIG BELL PREMIUM INCENSE STICKS



12 STICKS
₹ 30

ORDER NOW

Manufactured by & Consumer Care Address
Bigbell Incense
#391, Kanakpura Main Road, Kagglipura Colony,
Kagglipura Post, Bangalore, Karnataka - 560082.

Customer Care Manager :
+91 7070706666/9606021431/2/3/4/5
Email: customercare@bigbellincense.com
www.bigbellincense.com

[f](#) [i](#) [@bigbellincenses](#)

Editorial



M. A. Farooqui

Rising costs dangerous for the industry

The indomitable manufacturing cost is choking the Agarbatti industry. Maintaining quality over cost is like going to the moon. High inflation and exorbitant cost of raw materials and packaging is killing the manufacturer. This impediment is costing manufacturers of local and economic segments dearly. They have to tread on a very thin line of margin. The economy segment that constitutes 70% of India's working class buys; 5₹ and 10₹ dhoop-agarbatti. Since it is a volume business market—Manufacturers are going full scale delivering their produce to cities, towns and rural markets at whatever quality they can afford. The Premium market is different. Their manufacturers don't bother with costs and expenses. They don't dilute quality. They invest in innovation. They enjoy overseas markets. Their domestic market is also quite limited. They are a happy lot: MRP doesn't matter in the premium and luxury segments but this segment is limited.

Manufacturing dhoop and agarbatti requires; bamboo, charcoal, sawdust paste, essential oils and adhesives. Herbs and tree extracts are required for making Commiphora wightii (guggulu). These naturally available substances are falling short in quantity as raw materials, feeding the agarbatti industry. Moreover, mindless competition, especially in the economy segment is driving manufacturers and dealers to go for more attractive packaging. The cost of high-end packaging plus logistics involved; triples the overall cost.

COVID-19 and the two lockdowns changed the agarbatti industry completely. Demands soared during the pandemic and so did the cost of manufacturing. Shortage of raw materials and a trained workforce became the pain point, during and post lockdown. Albeit, a generous 15% growth rate and a CAGR of 8.8% are expected from this year till 2028 (Source: IMARC) for the agarbatti industry—the ensuing competition has engaged in a price war. Agarbatti retail prices have not increased as compared to the cost incurred by the manufacturers. The compromising factor is the weight of the agarbatti packet and the number of sticks contained. For the more hard-hit, they compromised on quality as well. Experts say; If it continues like this, the industry might not survive. ●

बढ़ती लागत उद्योग के लिए घातक

अगरबत्ती उद्योग कच्चे माल और पैकेजिंग के रॉ मैटेरियल की कीमतों में बेतहाशा हो रही वृद्धि से जूझ रहा है। अगरबत्ती सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्योग (एसएमई) सेक्टर में आता है। बल्कि शहरों और गांवों में घर-घर चल रहा यह उद्योग मूलतः कुटीर उद्योग की श्रेणी में आता है। अगरबत्ती, धूप, ड्राई स्टिक, कोन और सांब्रानी में इस्तेमाल होने वाले कच्चे माल और पैकेजिंग मैटेरियल की कीमतें उद्योग के लिए घातक साबित हो रही हैं। इससे घरेलू कुटीर उद्योग से लेकर राष्ट्रीय ब्रांड बन चुकी बड़ी कंपनियां भी प्रभावित हो रही हैं। अगरबत्ती उत्पादों की बढ़ती लागत की सबसे बड़ी कीमत इकोनामी और रेगुलर उत्पादों पर पड़ रहा है। देश की लगभग 70% से अधिक आबादी गरीब है, जो 5 और 10₹ की एमआरपी वाले उत्पादों की खरीदार हैं। इसीलिए उद्योग में घरेलू स्थानीय उत्पादकों के अलावा जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तर के भी ब्रांड भी कम रेट के उत्पादों का बड़े पैमाने पर कारोबार करती हैं, क्योंकि मार्केट सेल में 5 और 10₹ वाले उत्पादों का वॉल्यूम ज्यादा है। हालांकि उद्योग में हाई क्वालिटी के प्रीमियम ब्रांड के उत्पाद भी हैं, जिनकी एक अगरबत्ती की कीमत हजारों रुपए में है, लेकिन ऐसे उत्पादों के खरीदार सीमित हैं और उनका उत्पादन एवं बिक्री भी एक निश्चित दायरे में है।

उद्योग में आने वाले नये निर्माताओं को बाजार में अपनी जगह बनाने के लिए 5 और 10₹ की एमआरपी वाले उत्पाद काफी मददगार होते हैं, लेकिन कच्चे माल और पैकेजिंग मैटेरियल की कीमत बढ़ने से उनके लिए मुश्किल हो गई है। अगरबत्ती उत्पादों के निर्माण में बांस, चारकोल, चुरा पेस्ट, सुगंधित तेल और चिपकने वाले नेचुरल पदार्थ की जरूरत होती है। इसके अलावा कई अन्य तरह की जड़ी बूटियां और पेड़ के अर्क से तैयार होने वाले कामीफोरावाइटी की जरूरत होती है। इन कच्चे माल की उपलब्धता में कमी हो रही है और उनकी कीमतें भी बढ़ रही हैं। साथ ही पैकिंग मैटेरियल की कीमतें भी बढ़ी हैं, जबकि मार्केट में कंपटीशन के कारण आकर्षक पैकेजिंग की होड़ है। अगरबत्ती उद्योग औसतन 15% वार्षिक की दर से बढ़ रहा है। आईएमएआरसी समूह की ताजा रिपोर्ट के अनुसार भारत में अगरबत्ती उद्योग का रुझान, शेयर, आकार और विकास दर वर्ष 2023 से 28 के दौरान 8.8% की सीएजीआर रहने की उम्मीद है। वैश्विक महामारी कोरोना में अगरबत्ती उत्पादों की मांग जरूर बढ़ी थी, लेकिन लंबे लॉक डाउन के कारण अन्य उद्योगों की तरह अगरबत्ती उद्योग में भी उत्पादन लागत में भारी वृद्धि हुई है, जबकि उत्पादों की कीमतों में उसके अनुपात में वृद्धि नहीं हुई है। मार्केट में जमे रहने के लिए मैनुफैक्चरर्स प्राइज वार कूद पड़े हैं। कई बड़ी कंपनियों ने अपने उत्पादों का वजन और ग्राम में कमी की है, जबकि स्थानीय उत्पादकों ने क्वालिटी गिरा दी है। उद्योग के जानकारों का कहना है कि यदि लंबे समय तक ऐसा ही चलता रहा तो यह बहुत घातक साबित होगा। ●

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 SYNTHETIC MENTHA AND GOVT POLICIES ARE A CHALLENGE: VAIBHAV AGRAWAL

20 BAMBOO LESS IS THE FUTURE OF THE INDUSTRY: ANKIT DHORAJIYA

26 AGARBATTI INDUSTRY IS FACING PRICE WAR ISSUE: LAL CHAND PURSWANI

30 BRAND NEWS

38 SHRI SAI JALARAM AGARBATTI WILL OPEN 100 OUTLETS ACROSS THE COUNTRY: GANESH CHAUDHARY

40 SURAT IS DOMINATED BY LOOSE INCENSE PRODUCTS: NARESH

42 THE AGARBATTI-DHOOP MARKET HAS INCREASED IN SURAT: LAXMAN SOLANKI

43 MARKET REPORT-SURAT: SURAT IS A BIG MARKET FOR LOOSE INCENSE PRODUCTS



Balaji®

SINCE 1957



BALAJI AGARBATTI COMPANY
Sy. No.160, Kumbalgodu Village, Kengeri Hobli,
Chickellur Road, Off Mysore Road,
Bangalore south taluk - 560074-Karnataka, INDIA

Customer care: +91 85888 08914
Email: sales@balajiincense.com
Visit us: www.balajiincense.com

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 www.nishanproducts.in

SYNTHETIC MENTHA AND GOVT POLICIES ARE A CHALLENGE:

VAIBHAV AGRAWAL

► Norex is among top 5 producers of Menthol and Mint products



India is the global leader in mentha cultivation and production, accounting for the highest world's mentha production. Annually, India exports approximately 25 thousand metric tons of mentha products to other countries, which covers 99% of Natural Mint products exports of the world.. Norex Flavours Private Limited, based in Amroha (U.P.), is one of the top five companies in India producing Menthol and Mint Products. Norex has other product categories, including fragrances, flavours, essential oils, and aroma chemicals. The company exports its products to over 80 countries, including the USA, Japan, Europe, Russia, Latin America, Asian and African countries. In a special conversation with Sugandh India, Mr Vaibhav Agrawal, the Managing Director of Norex Flavours Private Limited, stated that despite India's position as the top producer of Mentha worldwide, the industry faces significant challenges due to the mass production of synthetic menthol. The government's policies create a bit of resistance in the situation. Nevertheless, Norex remains steadfast in its goal to transform the senses across the globe. The company has established a subsidiary and a warehouse in the USA for just-in-time delivery to clients. Mr. Agrawal further introduced other product categories that Norex comprises, i.e., Flavours, Fragrances and Essential oils; the company is also expanding its business in these respective categories across the globe. Norex is an ISO-9001, FSSC-22000 and WHO: GMP certified Company.



In an interview with Sugandh India, Mr Vaibhav shed light on the history of Norex, a family-owned and managed company. Established in 1994 as Narain Terpene & Allied Chemical Incorporated into a Private Limited Company in 2008 and renamed Norex Flavours Private Limited, Mr Vaibhav Agrawal himself took over the business in 1998 after completing his education in Engineering. Initially, Norex only produced menthol crystals and mint oils and operated only in the domestic market. However, the innovative mindset of Mr Vaibhav and continuous team efforts gradually transformed the company into an export-oriented one. In 1999, Norex received its first export order. Subsequently, the company underwent large-scale changes in production and technology. Instead of relying on “jugaad” (informal improvisation), Norex made many technical advancements needed to improve the product range’s quality standards.

Today, after 29 years, Norex has become one of the top players in the mint industry and is also growing in the F&F industry. The company supplies menthol and mint products,

flavours, Fragrances and essential oils to various FMCG, Oral Care, Confectionery, Cosmetics, Pharmaceuticals and Tobacco companies.

In response to a question about competition, Mr. Agrawal explained that while 30-35 companies export menthol from India, Norex stands out because they believe in quality rather than quantity; Norex manufacturing facilities are accredited with many prestigious international certifications and approvals. Norex was the first unit to get Pharmaceutical WHO: GMP and Written Confirmation for Menthol and mint oils in India as per the EU Government’s API Directive; these measures help Norex stand out and are the preference of most multinational companies.

Mr Agrawal, informing about the history of menthol cultivation in India, stated that the story of Mentha dates back to 1963 in India when M/s Richardson Hindustan, now (P&G) in the Rampur area, took some development and farming work. Gradually, volumes of Mentha Oil increased to a few hundred tonnes in India, but in the absence of institutional support, it was not growing much. To address the problems facing the farmers cultivating Corrmint, the Central Institute of Medicinal and Aromatic Plants (CIMAP) initiated a genetic improvement program. In the late 80s, Corrmint cultivation increased with the opening of various small and medium-sized distilleries spread throughout UP to Bareilly, Chandusi, Moradabad, Rampur, and Sambhal. Due to all-around progressive efforts, in the late 1990s, India produced about 75% of the international requirement for Arvensis oil. When asked about the future of mentha,

Mr Agrawal said that India is currently the top producer of natural menthol, but there is increasing production of synthetic menthol in China and Europe. As a result, the price of natural menthol has decreased. Even though synthetic menthol has gained many markets, Norex has always emphasised natural Menthol and mint product production. One of the reasons behind this is that the livelihood of



approximately 20 lakh families in Uttar Pradesh depends on mint cultivation. Additionally, thousands of people are employed in processing units as well.

On a question regarding varieties of Mint Crops, Mr Agrawal informed us that though there are many different types of Mint Crops, three varieties are best fit for commercial usage. Mentha Arvensis oil is Popularly known as “Shivalik” or “Kosi” among Indian farmers. Mentha Piperita Oil is Primarily exported in natural form, popularly known as “Peppermint,” worldwide. Mentha Spicata Oil is Primarily shipped in its natural state, popularly known as “Spearmint” worldwide.

Asking about the Awards and recognitions of Norex, Mr Agrawal stated that Norex has been Several Times “FIRST AWARD WINNERS” in the SME Panel for Exports from the Indian Government. The company has received over 15 awards from the Chemical Export Promotion Council (CHEMEXCIL), the Pharmaceutical Export Promotion Council (Pharmexil), the Federation of Indian Exporters

discounts on paying farmers by cheque, but small farmers who bring goods in small quantities want the payment in cash. Similarly, exporters who used to get GST refunds automatically, will now have to apply for GST refunds manually from October 1st.

Mr. Agrawal said that Norex works diligently to become a leading supplier of exceptional flavours and fragrances worldwide. He mentioned that there are both small companies and large MNCs in the flavours and fragrances market in India. Unfortunately, some smaller players lack the necessary technology and aren't consistently recognised for quality. Thus, Norex aims to become a progressive player capable of fulfilling everyone's needs. He shared that, in the past, 99% of Norex's business depended on exports, but we now export 85% and supply 15% to the domestic market.

Talking about being active in any social activities, Mr Agrawal said that Success brings responsibility, believes in growing and wants society to grow with him. Putting education above everything else, The Norex family has also established a school, providing good quality English medium education to rural and local students at a nominal fee. Norex Foundation is also engaged in many activities like organising regular free health check-ups, treatment camps for poor and underprivileged people, and distributing tricycles to people with disabilities. Norex also runs a sustainability project, SANKALP. The goal of this pilot project is to provide technical support and allied Agri inputs to smallholder farmers, including women (Women empowerment through Literacy and WaSH), by strengthening producer groups and local institutions and forging market linkages to support farmers meet the volume quality, and cost parameters of Mentha Oil buyers sourcing directly from farmers to increase farmers' income, Women Empowerment & Enhance Resource Optimization.



Organization Export and the First prize from the Export Promotion Bureau by the UP Government. Not only the Indian Government but also Mr Vaibhav Agrawal was also felicitated by the German Ministry of Economic Affairs for his outstanding contribution to increasing trade between India and Germany. He was part of the selected Ten CEOs invited for lunch by the Hon'ble US Ambassador to India at the US Embassy, discussing investment and bilateral trade between the USA and India.

On the question regarding the challenges in the business, he said that synthetic menthol and indifferent policies of the government are significant challenges for us. Mentha is an export-oriented industry, and while on the one hand, exporters are provided with subsidies by the government, there are many restrictions as well. For example, in UP, there is a mandi tax of 1.5%, due to which our cost increases compared to synthetic Mentha. The government gives us

Informing about the future of Norex, Mr Vaibhav stated that looking ahead, Norex's strategic focus revolves around innovation, sustainability, and global expansion. The main goal is to continue pushing the boundaries of product development, harnessing the latest technologies to create new and exciting offerings that resonate with evolving consumer preferences. Sustainability is a core value for Norex. The plan includes strategic international expansion to introduce our exceptional products to new regions and diverse audiences, recognising collaboration and partnerships' importance by fostering relationships with industry experts, research institutions, and clients. In the end, Vaibhav Ji said that the company does not do business only for profit. When it comes to business and implementation, even though you know it is never enough, every day is a new learning day. At the same time, you have your own expertise; as a businessman, you need to stay up to date with your environment. From what is new, what is not to what will happen in the coming day, you need to be well versed. ●

Spreading Fragrances Since 1965

JYOTI
products
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 | M. : 90540 33666, 98245 50361

www.jyotiprducts.com



Shah FrAGRANCE & FLAVOURS



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
Contact : +91 9737510555 | Web : www.arsiincensesticks.com



BAMBOO LESS IS THE FUTURE OF THE INDUSTRY: ANKIT DHORAJIYA

Krishna International Overseas manufactures machines as per customer's need

The "Make in India" initiative has not been successful in the agarbatti industry, as 80% of manufacturing equipment still is imported from Vietnam and China. According to Ankit Dhorajiya, a Partner in Krishna International Overseas, the domestic incense automation industry is struggling to keep pace with the booming agarbatti industry. According to Ankit, the credit of introducing high productivity fully automatic machines in the industry goes to Krishna International Overseas. He also believes said that the agarbatti industry would turn to bamboo less products in the next two years. Explaining the reason for this, he said that bamboo, the main component used in incense sticks, is still dependent on China and Vietnam. The bamboo produced in India cannot yet meet the needs of the industry. Along with this, for the last few years, a part of population is restraining from burning of bamboo in incense sticks. In such a situation, the market of non-bamboo products such as Dry Stick, Dhoop Cone and Sambra-ni Cup is growing rapidly. Therefore, as per to the need of the market, the dependence on machines will increase to produce such products. Apart from this, from past 1 year, the company is also manufacturing bamboo-less products, which are smokeless and under the guidelines of The International Fragrance Association and act as room fresheners. The company exports these products to 18 countries mainly through Amazon.





Ankit Dhorajia told Sugandh India that Krishna International Overseas was established in 2017 and he has been associated with the group since 2012. Earlier he was Marketing Manager in the company for about 10 years. Later in 2020, he became the partner of the company. He said that Krishna International Overseas manufactures machines for making and packing incense sticks, dry dhoop, Sambrani sticks, cones and sambrani cups. The company also manufactures backflow cones and other bamboo less products for export. The company also has its own export brand of bamboo-less products. He told that before designing a machine, we do a lot of research. For example, earlier there was no fully automatic machine to produce dhoop sticks, all the work had to be done through manual labour. Manufacturers want greater production and the shortage of labour is a major issue. Understanding these issues, we started producing full automatic machines, in which there is automatic feeding and automatically dhoop sticks come out in the tray. After this we made a cone making machine. For this, we researched the market and found that the machines available produce only 150 kgs, but there was a demand for 500-600 kgs from the manufacturers. In such a situation, the manufacturers had to increase the number of machines along with more workforce to run them. We acknowledged this and made the biggest machine which has the capacity to make 500-600 kg cones. This machine produces 1800 cones in 1 minute.

There has been a boom in Sambrani Cup market. Ankit informed that despite having machines, there was still a lot of manual labour work that had to be done. From pouring the ingredients into the machine then further pouring the spice into the cup, everything needed to be done manually. We designed a machine in which the ingredients need to be put in the machine and the machine does everything from making the cup to filling it with ingredients and





further stacking it up in the tray, ready for drying. Similarly, manufacturers had to use separate machines for packing and weighing or counting incense sticks and dhoop. We realized this and designed a single machine that can weigh/count and pack incense sticks, dhoop, cones, dry sticks. It also takes less space compared to multiple machines.

Informing Sugandh India about the incense sticks making machines, Ankit said that good quality incense sticks should be uniform. The handle and coating area should be uniform too. He told that the company has “6GPro” machine for making incense sticks. It is mostly for export and has been exported to many countries. The company’s engineers personally go there and install the machine. This machine has been the choice of some manufacturers in India as well. The quality of incense sticks stays the same in this as compared to other machines in the market along with 25-30 percent more production. The speed of imported machine is 180-240 sticks per minute while the speed of our machine is 300-320 sticks per minute. The hardware and motor speed in the machine are optimally designed, so that the machine does not malfunction even after maximum production. Apart from this, branded parts are fitted in our machines and they are available everywhere. Therefore, the manufacturer does not face any problem in getting the parts or servicing the machine. He can buy them from anywhere. Ankit told that we have done R&D on machines with higher speed than 6G Pro version. High speed machine producing 400 sticks per minute. Such machines have been installed by 10 to 12 manufacturers in the country, but they aren’t used much. The industry is not yet ready for this, because for that the bamboo stick should be of the best quality. Only then will it run successfully. He told that the company has made 6G eco machine for economy product. That too is of better quality than the machines coming from Vietnam. The Vietnam machine produces 50-60 kg, while

our 6G eco can produce 70-80 kg. Its speed is 260-280 sticks per minute.

Informing about machines for dhoop sticks Ankit said that he has a wide variety. The difference is based on the cavity. In this, if the diameter of the dye of 6 mm is taken, then the machines can be categorized into 28, 42, 52 and 72 lines. Generally, manufacturers prefer the 52 lines model. Further, there are different versions, one has manual feeding and collection, second has automatic feeding and collection manual and third has both feeding and collection automatic. 95% of the machines we sell are of high automation as most of the manufacturers want less dependency on labour.

For Sambrani cup making machine, Ankit told that after a lot of research on Sambrani cup, we made a machine of 20 cups per Stroke. It produces 3-4 thousand cups per day, but we further innovated it and increased the speed which increased the production to 6 to 7 thousand cups. Then, we made a version of 40 cups per Stroke, which can produce 14 to 16 thousand cups per day. We further introduced more automation in this and made a version of 50 cups per Stroke which can produce 72000 cups per day. We also added the feature of automatically filling the cavity with material and along with the feature of automatic tray collection and further added the feature of automatic filling of ingredient in the cups. Recently we have also designed 72 cups per Stroke machine. The cup making and cup filling material is to be fed into the machine and the rest of the work of cup forming, filling the material into the cup, setting the cup in the tray for drying is all automatic. In this way the entire production has become fully automatic and the machine will run nonstop. He said that these are for premium quality products. There is also an economy model of the machine and orders for it have started coming in. He told that it has 40 cavity



from domestic machine makers like us. The reason for this is that people have become accustomed to the machines from Vietnam and they have full knowledge about it. However, we don't just provide machines but also information regarding all the requirements such as raw material, packaging, etc to run a business in agarbatti industry to new comers.

Ankit said that the company is also exporting machines, but it is very limited. Only countries like Sri Lanka, Egypt, Malaysia, Turkey demand it. European and other developed countries find it cheaper to sell imported products. He said that the from installation of machines to complete training and time to time service, we provide all the services to our clients. We provide a 1-year warranty, but even after that we make sure that the client doesn't run into issues. This is also a reason we are not able to produce machines on a large scale, because our maximum staff is engaged in providing service.

with a production capacity of 14000 to 16000 cups and costs of 3.5 lakh. Adding one and a half lakh rupees more to this and the capacity can be increased to 45000 cups. This design was launched 4 months back.

Ankit commented that the cost of raw material, packaging, labor charge in incense sticks and incense industry is increasing day by day and manufacturers will have to do full automation of their industry to reduce the cost. We have automated the cup production process. Our premium machines are doing better. The starting price of premium agarbatti machines is 1 lakh 40 thousand rupees and for economy, machines can be made for ₹ 85000. For DhooP Cones, we have machines ranging from Rs 3 lakh 25 thousand to Rs 7.5 lakh. Their production capacity is up to 200-500 kg. Their speed is 600 cones per minute. Highlighting an issue, Ankit said that the cone after coming out of machine, falls and gets deformed. We have found a solution for that too. This will definitely increase the electricity bill, but the quality will be better. For producing dhooP stick, We have machine in economy range worth three and a half lakh rupees. Tray feeding is manual in this but the production of 150 kg per day can be easily achieved. Ankit confidently said that the company's full focus is on bamboo less products, as there is a problem of bamboo in incense sticks and also all the raw material for dhooP is available in India. That's why the industry is slowly moving towards bamboo less.



On the issues in the mechanization process of the industry, Ankit said that we have to make new discoveries every day. We design according to the needs of the manufacturers. We cannot work only for profit. We also have to look at our customer's satisfaction and requirement. For this, we do extensive research and give it to the consumer only after we personally are satisfied. He said that at present they have no competition with any other company as we make machines as per the demand of the consumer. He said that at present out of all the machines being used in incense industry in India only 20% machines are

In the end Sugandh India asked Ankit, being a machine manufacturer, what motivated him to produce products of his own? Ankit replied that people were firm that bamboo less products cannot be made by machines and so we took this challenge and designed machines that can produce bamboo-less products. Apart from this, our export clients also started demanding readymade products. That's why we are producing since last 1-year. Our products are of the best quality and we use natural raw materials. The chemicals and fragrances we use are based on the IFRA guidelines. Our products are like air freshener. They do not emit smoke and users do not feel suffocated or cough. Ankit informed that they have 20 products in Bamboo less and 20 more in Backflow type of products. We have also innovated fragrances, including Dragon Blood, Palo Santo, White Sage, etc. that are more preferred in foreign markets. People in foreign countries like the aroma of spices. The company is sending its finished products to 18 countries through Amazon. ●

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
 +91 72783 65146
+91 98210 83557
 www.indogsp.com



Quality. Service. Reliability.

PRAYER DHOOP AGARBATTI PVT LTD.

COMMITTED TO BUILDING BRANDS

CONTRACT MANUFACTURING & PRIVATE LABELLING FOR

- WET DHOOP
- AGARBATTI
- DHOOP STICKS
- DHOOP CONES
- CHANDAN TIKA
- HAWAN SAMAGRI



OUR CLIENTS



OUR BRANDS



www.prayerdhoopagarbatti.com

G-50, Sector-6, Noida-201301 (U.P) Contact: 9315690511, E-mail: info@prayergroup.in



AGARBATTI INDUSTRY IS FACING PRICE WAR ISSUE

LAL CHAND PURSWANI

► Future is bright but challenges prevail

Agarbatti manufacturers are struggling with sustainability. Rising inflation, constrained pricing, overheads, unavailability of raw materials and their exponential costs are adversely impacting midsize manufacturers. Worst of all... Monopolistic competition is killing the spirit of incense and the fragrance industry. Speaking to Sugandh India, Lal Chand Purswani said “, Despite being in the agarbatti business for over three decades I’m struggling. There seems no way out.” Detailing his struggles, he informed “, I’m part of such an industry that is fluid in all aspects, be it; production, pricing, packing, marketing, distribution and manpower. This makes it all the more challenging for a manufacturer to introduce new products and see his business grow.” Lal Chand Purswani owns Vidhan Fragrance. A Jaipur-based agarbatti manufacturing company. Feeling sympathetic towards the harsh reality... the condition of fellow manufacturers he commented “, a consensus among all the stakeholders of this industry is a must. We are not organised. We are not, by-laws regulated. Nobody follows norms. That’s the worst part.” Continuing further he remarked “, This industry has a lot of potential. We rank among the top exporters and yet, this industry is under total breakdown. This industry needs strict guidelines and good policy from the Centre and the state as well.”

Before Vidhan came into existence Lal Chand Purswani's family was into soap manufacturing. The company was established in 1989. The reason to get into the agarbatti business was simple. This business at that time was not cost-hungry. The production was manual. Today it's a different story. In three decades, the company's sales network has spanned; Maharashtra, Madhya Pradesh, Chhattisgarh, Gujarat, Bihar, Odisha, Haryana and Punjab besides its home state of Rajasthan. The company recently deployed distributors in UP. They make all kinds of incense products like; dhoop, agarbatti, dry sticks, cones, sambrani, jot batti, havan samagri and kapoor. Over 150 different types of products are sold under the banner of Vidhan Fragrance. Online sales provide a much-needed boost to overall sales. Lakshya Puraswani, son of Mr Purswani look after production, marketing and sales. Kishore Puraswani, brother of Lalchand ji and his son Sahil Purswani are also part of the business. Kishore bhai said that he has been in the company for around 5 years and takes care of production and marketing.

Recalling those times when Lal Chand Purswani was fresh in the agarbatti business, he said “, This industry was run by a handful of business houses. Even till the end of the 20th. Century, running an agarbatti business was manageable. South Indian brands especially from Mysore and Bangalore ruled the roost. Today it is Indore. Agarbatti manufacturing has grown rapidly in cities like; Ahmedabad, Mumbai, Nagpur, Surat, Delhi and Chandigarh. In Rajasthan, it is Jaipur and Ajmer. The raw material purchase comes mainly from Indore and Bangalore.” Adding further he remarked “, Ahmedabad being a major producer of incense-based products has lesser visibility in Rajasthan.” He reiterated that customers today want quality at a budget price. “Our business runs on quality, marketing and relations,” remarked Mr Purswani. Vidhan Fragrances has a good presence in Jaipur and supplies across the state through around one hundred distributors. Sugandh India wanted to know about his business outside Rajasthan. Commenting on this he said, “Traditional dhoop was less in demand in my home state a decade and a half ago; so we routed out our incense products in neighbouring states.”

Commenting on the nature of his business Mr Purswani remarked “, Only three to four products survive in a chain of hundreds. Every manufacturer has to deal with this reality. Inflation is another unavoidable challenge that we all deal; on an everyday basis.” Continuing further he said “, Before a new launch, MRP is tested across all competitive products in that segment. This is irrespective of the manufacturing cost and overheads. Since quality cannot be compromised, trade-off becomes a necessity. Packaging is changed from box packing to the zipper. Weight and material per packet are less than usual. Just imagine, a packet of agarbatti costing 50₹ is sold for 25₹ to 30₹: just to stay in the game.” He said... this trend has sparked borrowing. “We have to gift discounts to dealers, distributors and suppliers. The shopkeeper demands schemes and so do the customers,” remarked Mr Purswani quite grudgingly. This is what he meant by the industry breaking down.

Those suffering in the agarbatti business are mid-size manufacturers; remarked Kishore Purswani, brother of Lalchand ji. Local agarbatti manufacturers know their limits. They operate within a district or region. They don't go beyond their home state. I, as a mid-size manufacturer, don't have to worry about competing with them. The real problem is with big-time cash-rich companies. They start the price war. Big distributors work

for big manufacturers. They move their products by default. It is people like us, who have to come up with schemes and discounts for all in the chain despite making quality incense products. Even shopkeepers demand schemes from us. Mr Purswani said that state-level organisations are not able to do enough to protect the rights of mid-size companies. He appealed that all members have to sit together and chalk out a plan to find a resolution to immediate issues affecting this industry.

On the question regarding fragrance trends, Kishore bhai said that in Rajasthan, Rose, Mogra, Sandal are most popular. Oudh is also gaining popularity. New generation prefers French and Fine fragrances. The trend of bambooless has impacted agarbatti.

Lakshya Purswani, son of Lal Chand Purswani said, “Today, everything we relate to per se manufacturing is a problem be it; production, labour, sales and marketing. Raw materials are in heavy shortage due to excessive demands and it is costly. We are in a dichotomy of situations. Where costs of raw ma-



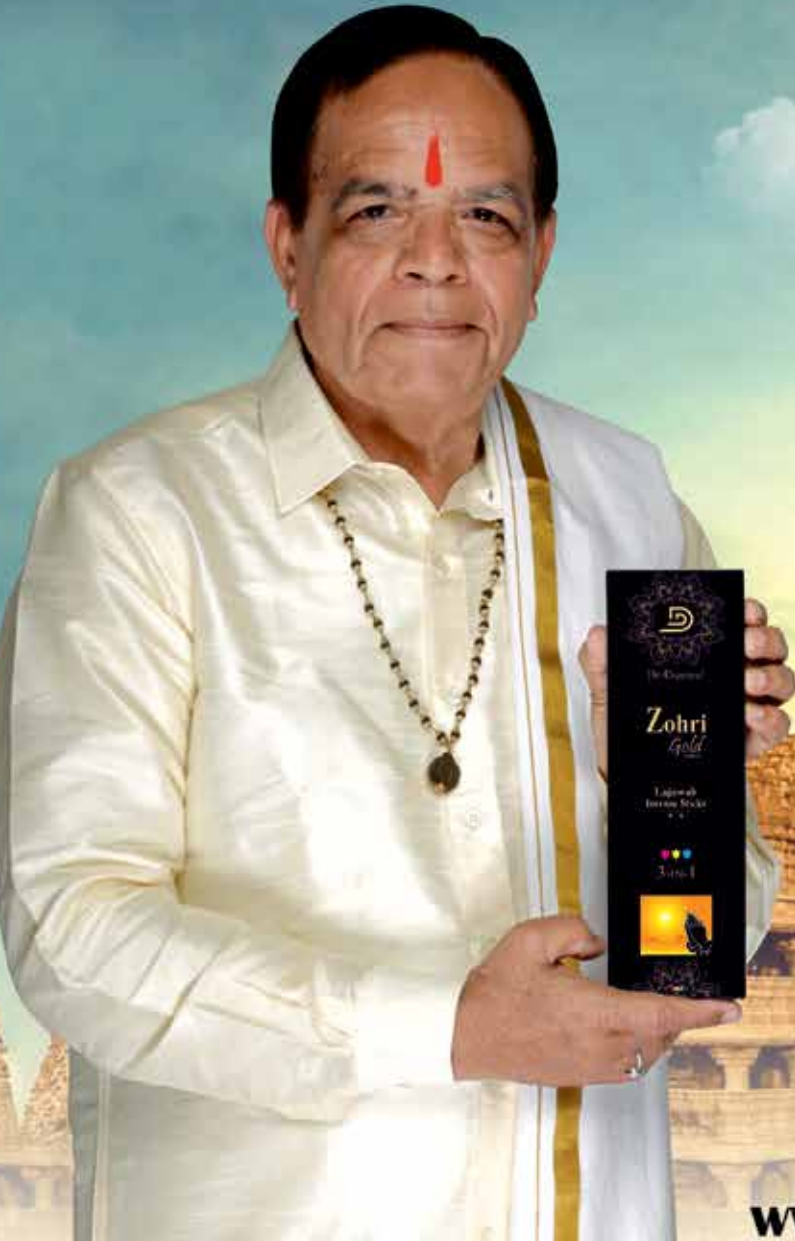
terials have doubled in the last two years, the selling price of incense products has come down. We cannot increase the MPR on the retail side either. This has led to a gap. We have to borrow money from the lenders to survive in the market. Selling products to other states is a costly affair due to high freight. High-quality premium incense seems a solution now for compensating for our losses. Premium products have a good margin to take care of other expenses.” He added, “We have stronghold in local market but there is an issue, the shopkeepers release the payments of big FMCG companies first. We get paid later. The reason being that agarbatti is a non-essential product.

Talking about youths as customers Sahil Purswani, son of Kishore bhai said “, They hardly use dhoop and agarbatti. Worshipping depends on one's faith. However, youths today do not shy away from paying premium price and so we are making premium products for them. We also sell our products through Amazon and Flipkart for the youth.” Lakshya said— Super market companies like D mart have become a challenge as well. For example, a dry stick that is sold for Rs. 10 by a shopkeeper is sold for Rs. 5 at D Mart. This disturbs the market and pricing.

In the end sharing his future plans, Lakshya said that they wish to establish Vidhan as a pan-India brand with more and better quality products. ●



INDIA's No.1
DEV DARSHAN[®]
 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



/devdarshandhoop





www.norex.in

Fragrances for

- Incense Sticks
- Dhoop & Cones
- Agarbatti



A Star Export House Recognised by Government of India.

NOREX FLAVOURS PRIVATE LIMITED

Gajroula Chandpur Road, MANDI DHANAURA - 244231 Distt Amroha, U.P., INDIA

Tel: +91-5924-273095 / 273241 Fax: +91-5924-273328/275318

email : sales@norex.in visit us at : www.norex.in

Contact Sales @ +91-7060297400

Noida Office : 616, 6th Floor, Wave Silver Tower, Sector 18, Opp. Sector 18 Metro Station, Noida - 201301, U.P. INDIA

A Subsidiary in USA - **NOREX FLAVOURS & FRAGRANCES LLC**

Member of



THE INTERNATIONAL FRAGRANCE ASSOCIATION



BIC adds more products to its High Quality Bouquet



Bengaluru based Bindu Incense craft has been stirring the market this year with a wide range of products from Incense sticks to bamboo less products. The company has gone through a total revamp post covid and increased its product bouquet to provide the customers with the best. With festival season just round the corner, BIC has launched 2 more products in under its brand Panchavati. BIC Panchavati Pure Attar and Pure Chandan are premium Incense Sticks on traditional evergreen notes with a refreshing touch. Both of these new offerings are charcoal free. These come in an attractive box packaging at an MRP of Rs.100/- for 90 Grams. With numerous products launched and more coming, BIC is all set to be part of the prayers in the households throughout the festival season. ●

Balaji upgrading the dhoop segment with new products

Quality and Trust are synonymous to Balaji Agarbatti Company. The company has a worldwide presence with best in class incense products specially in the premium segment. With the growing trend of bamboo-less products, Balaji Agarbatti Company has introduced several dhoop products in the last 2 years. Including wide range of fragrances for Cones and Dhoops in 100 gram Jar segment; MRP 80. This festive season, Balaji Agarbatti has introduced dhoop products in an untapped price segment of ₹30 with 3 fragrances - Kasturi, Bel Phool and Kesar Chandan. Kasturi and Bel Phool are already a hit in the thick dhoop segment. Along with these two, Balaji Incense has introduced a new fragrance - Kesar Chandan. a combination that never fails to mesmerise. All these products come in attractive box packaging. Each pack has 14 sticks - with premium quality & long lasting aroma. Adding to its ₹45 segment dhoop sticks, Balaji Agarbatti Company has introduced premium quality Pure Rose Dhoop Sticks after huge success of Pure Sandal in this range. Balaji Agarbatti Company with its high quality products has always set benchmarks in the premium segment across all markets. ●



RKT 5 ft incense sticks in high demand during festive season

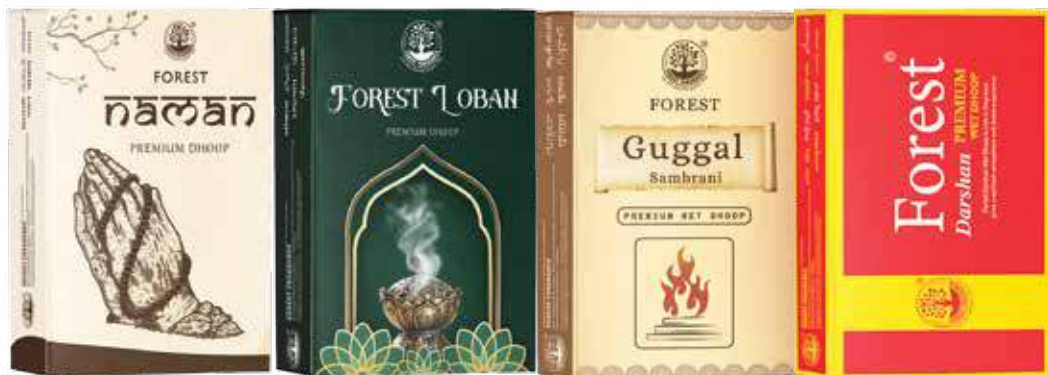
Nagpur based Thakral group is one of the leading brands from Maharashtra. With the onset of festival season the sales of Incense products go up specially the long incense sticks. Ganesh chaturthi marks the start of festival season in Western India and RKT Maha Jumbo-Kesarful - saffron-infused incense is witnessing remarkable demand in Western Maharashtra, particularly in Surat, Pune and Mumbai. RKT maha jumbo is of 5ft length and comes in 4 attractive colours and fragrances - Golden (Sandal), Purple (Kesarful), Pink(Dark Rose), Green (Intimate). Burning time is around 24 hours which lasts an entire day! RKT red flora, a shorter 2 feet variant, is also in high demand during this festive season. Thakral group is a renowned name in the incense industry with its 'Safari Big' brand pioneering the pouch packaging in the industry. The strong floral fragrance and the attractive design made Safari Big an instant hit in the Maharashtra market. The company revolutionized the packaging in the incense industry as pouch packaging is sleek and light in weight as compared to the box and carries higher content. That being said, it made it easier and cheaper to transport and store in higher quantities at a lesser cost of space. ●

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



Nishan filling the markets with new products

With the festive season around the corner, Nishan Products unveils a wide range of incense products. The popularity of Sambrani cup items is soaring nationwide. In response, Nishan introduces premium Sambrani dhoop cups in Pink Rose and Keshar Chandan fragrances. Packaged beautifully in box of 12 cups at Rs. 70 MRP. The market for premium wet dhoop has been expanding, driven by bamboo-less preference. Nishan seizes this by launching the Fancy Collection in premium jumbo wet dhoop, including Ambrosia, Royal Crown, Magnet, Natural Woods, The Fern and Keshar Chandan fragrances. Each box has 10 sticks, priced at Rs. 70 MRP. Nishan also launched premium dry dhoop sticks in jars, featuring six fragrances: Green Aroma, Royal Blue, Orange Aura, Yellow Star, Gray Heaven, and Red Desire. Company is offering a scheme of a free Rs. 35 MRP Incense stick pouch on a dozen premium dry dhoop sticks. Based in Ahmedabad, Nishan Products is a key player in the incense industry, particularly favored in Gujarat. The brand's distinct approach involves offering diverse rejuvenating fragrances at competitive prices, ensuring a delightful customer experience. ●



Forest Fragrances brings new products in the bamboo less segment

Bengaluru based Forest Fragrances has its presence in markets all over India as a leading brand. The company provides best quality across all the incense product segments. With the onset of festival season, Forest Fragrances has been filling up the market with attractive incense products. This month it has come up with four attractive bamboo less products. Forest Naman and Forest Loban are premium sambrani dhoop products while Forest Guggal Sambrani and Forest Darshan are premium wet dhoop products. The rich aroma of these products exude a sense of tranquility. Perfect for your prayers and making your home harmonious. ●

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



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

www.jbff.co.in

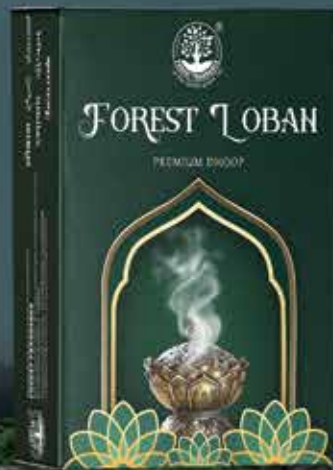
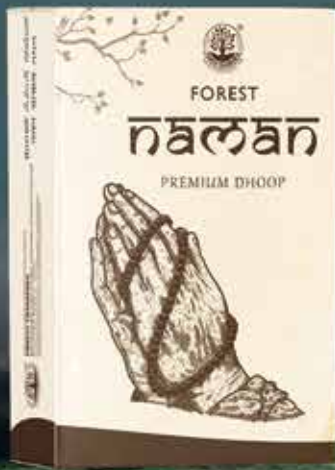


FOREST FRAGRANCE

New Launch

Premium Dhoop Sambrani

Premium Wet Dhoop





Jesal Products expanding its portfolio to Bamboo-less

Ahmedabad based Jesal products emerges as a leading incense brand from Gujarat. Renowned for an extensive assortment of Agarbatti products, characterized by a diverse array of invigorating scents, Jesal now unveils its entry into the bamboo-less segment, timed perfectly for the festive season. Jesal introduces an assortment of premium dry dhoop sticks, available in both 10-sticks and 100-gram box packaging. Fragrances on offer include Scentinol, Arabian Oudh, Bela Ke Phool, Kesar Kasturi, Chandan, Rose, and Guggal. Expanding further, Jesal presents its premium dhoop cup range, featuring two variants: Gugal and Loban fragrances, packaged with 12 cups per box, priced at Rs. 75 MRP. For the incense sticks segment, Jesal's offerings continue to captivate. The brand introduces two sets of fragrances available in 100-gram packages. The first set comprises Oscar, Ocean Waves, Morning Mist, and Scentinol, priced at Rs. 65 MRP. The second set features Vienna, Street Walk, Red Musk, and Denise, available for Rs. 90 MRP. Jesal's commitment to innovation is evident with the launch of two additional products: 3 in 1 Abhinandan and 2 in 1 Vihaan. These premium white sticks are presented in a 400-gram zipper packing, priced at Rs. 140 MRP. ●

INDIA'S NO.1 DEVDARSHAN SPECIAL DHOOP STICKS

Devdarshan specialises in Dhoop special pack in 20 & 10 sticks since its inception in 1954 and has established its legacy and holds the maximum share in India as the quality and ingredients used are the same throughout India. Except for north India, it is known as Wet Dhoop all over. According to the market survey, we find Devdarshan Special Dhoop 10 sticks version is un-competitive. Devdarshan has a monopoly on this item throughout India. They have used imported and Himalayan jadi-booti to maintain the quality. Devdarshan deserves special appreciation for maintaining the quality throughout India and abroad in these segments. This dedication has earned the trust of customers who confidently invest in this product. Devdarshan has also expanded its multiple ranges of products while maintaining quality and price in all the segments for remaining competitive in the market. They are a well-established brand in India because of the quality products and cater to the demand of the market as well. ●



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



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



MAHA JUMBO

**5 Feet (60 Inch)
Metallic Agarbatti**

Burning Time 24+ Hrs.

Available in 4 colors

**Green
Intimate**

**Pink
Dark Rose**

**Purple
Kesarful**

**Golden
Sandal**

SHREE SADGURU SUGANDHALAYA

K-43, MIDC, HINGNA ROAD,
NAGPUR-440016 (MH) INDIA

+91-7447243650

care@thakralgroup.in

www.indianagarbatti.com



Scan the QR CODE

5 Feet (60 Inch)





NOW AVAILABLE AT ALL LEADING STORES



For trade enquiries :

GT HOUSE New No.81 & 83 Old No.31 & 32, Dr.Alagappa Rd, Purasaiwakkam, Chennai - 600 084.

+ 91 90033 18000 : care@gtpproduct.in : www.gtproducts.in : www.gtgroup.in /gtproducts

SHRI SAI JALARAM AGARBATTI WILL OPEN 100 OUTLETS ACROSS THE COUNTRY: GANESH CHAUDHARY

▶▶ Premium brands are sold in 16 outlets of Shri Sai Jalaram Agarbatti



Shree Sai Jalaram Agarbatti is a highly respected showroom in Surat that offers a variety of products such as Agarbatti, Dhoop, Cone, and Sambrani Cup. With a total of 16 outlets, including 11 in Surat, one in Baroda, one in Nashik, and one in Sendhwa, Madhya Pradesh, Shri Sai Jalaram is dedicated to expanding its presence across the country. Mr Ganesh Chaudhary, the head of Shri Sai Jalaram Agarbatti, expressed his desire to establish over 100 outlets nationwide in the future. Shri Sai Jalaram Agarbatti has been in operation since 2003 and Mr. Ganesh Chaudhary shared that he started his workshop in a small 10x10 space. Today, they have four warehouses and 16 outlets. The showroom is known for offering only the best quality products, which is why there is a high demand for their premium quality agarbattis even outside of Surat. They produce Scented Agarbatti, Masala Agarbatti, and Handmade Agarbatti, all in-house, including the production of perfumes, fragrances, and attar. In addition to their products, their counters also feature products from other companies, primarily the full range of Delta and premium quality products like Balaji, Misbah, BIC, ITC, and Cycles. Customers frequently request high-quality products and their best-selling brand box pack of 100 grams is priced between 200 to 300.

Ganesh Chaudhary responded to a query from Sugandh India, stating that he has been receiving phone calls from individuals in Delhi, Hyderabad, and other major cities inquiring about Dhoop Agarbatti. He offers to courier products worth up to ₹ 1000 without any delivery charges. They have a wide range of dhoop, agarbatti and dry stick products with a value of over 500 rupees. Their store primarily offers premium quality items, but they also have budget-friendly options. He mentioned that his products range from ₹ 20 to ₹ 500 for a 100-gram pack. Furthermore, they offer products with an MRP of ₹ 60 to ₹ 250. He only keeps boxes and jars packed with 100 grams, and pouches are not available.

When asked about the challenges his business faces, he confidently stated that he doesn't see any. He believes that if you provide high-quality products, customers will naturally seek them out. He entered this industry after being told that it was a profitable venture, unlike his previous business which was incurring losses. His loose incense stick business in Surat has proven to be especially profitable. Quality is what matters to him, not price. As a result, he doesn't actively market his products; instead, retailers come to him to purchase them. He started his brand with the sole purpose of producing the best



quality products possible. As the number of satisfied customers grew, he found success in his business. Ultimately, he is fulfilled by providing customers with quality products.

“Despite soaring prices of raw materials, the MRP of our products are stable. We maintain strict quality control. This ensures volume sales,” said Mr Chaudhary. Customers prefer premium products to regular ones; that is 30% of sales of economy products against our premium stocks. He informed Sugandh India that demand for dhoop sticks has grown by 30%. Apart from company-manufactured incense products, they sell products from; Balaji, Misbah, BIC, ITC, and Cycle Pure in Surat. He has been distributor for Delta, supplying its products throughout Gujarat. Hari Darshan’s range of dhoop products enjoys a good market in Surat and ZED Black as well. Seventy percent of Surat’s wholesale market is unbranded, said Mr Chaudhary.

He said, BIC, Forest and Misbah enjoy good sales from his counter. Balaji being premium sells the most whereas; ZED Black and Cycle Pure, sell in the economy range. He remarked that 50₹ zipper packs are the most popular in Gujarat. 35 per cent of the Gujarat market comprises dhoop-related products; where customers give more credence to dry dhoop sticks. Balaji, BIC, Manthan, and Bansi brands of traditional wet dhoop priced between ₹20 to ₹25 also enjoy a brisk market in Surat. There’s a growing trend of traditional wet dhoop in the premium segment as well. He informed Sugandh India that the company-owned Shree Sai Jalaram brand has a growing market for dry dhoop sticks sold in 100g and 200g. Our packaging and quality are at par with any branded product. We recently upgraded one of our dry dhoop products from 100g to 250g. Earlier it used to sell at 100₹. In dhoop, the Rs.100 products sell more from our counter

whereas in general market they sell at Rs.50. Commenting on traditional wet dhoop brands, Mr Chaudhary remarked “, Manthan’s market share has grown but our brand sells more! Hardly one or two premium dhoop brands from Bangalore and Ahmedabad are doing business and they are; Nishan, Janak, Flourish, etc. Mumbai-based dhoop brands are also doing some business. Rajasthan’s Bansi is preferred. Bangalore’s Nikhil brand also has limited sales.” Furthermore, a growing demand for the Sambrani Cup is visible. Delta sambrani cup is sold the most, including some other brands from the South. Taking a dig at GST, he informed Sugandh India that refunds come late and this affects the business.

Adding more information about his repertoire, Mr Chaudhary said that Balaji’s Chandan good sales in Roll on. His roll-on attar is customers’ favourite. He informed Sugandh India that a customer on average spends around 300₹ to 400₹ buying incense from his outlets. Surat is a textile hub; besides being known as the nerve centre of the diamond-cutting industry, the world over—the city has a flourishing labour population. They spend around 100₹ to 200₹ a month on dhoop and agarbattis. The premium market attracts around four to five thousand on average per customer. Mr Chaudhary informed Sugandh India that he plans to open another hundred outlets in the future. The launch of four to five outlets is already in the pipeline. ●

Mr. Ganesh Chaudhari
M/s. SHREE SAI JALARAM AGARBATTI
Factory : 50-51, Navjeevan Industries, Near Sosyo Circle,
Udhna, Surat-395002
Mobile : 9898367444

SURAT IS DOMINATED BY LOOSE INCENSE PRODUCTS: NARESH



Agarbatti business is a costly affair. The cost of packaging, transportation, and marketing of incense products has quadrupled along with skyrocketing raw material prices to manufacture; agarbattis, traditional wet dhoop, dry sticks, sambrani cups and related products. The grim reality of inflated costs forced dhoop and agarbatti manufacturers to begin a new trend of making loose incense products. Mr Naresh, the owner of Aarti brand of Surat (Gujarat), in a conversation with Sugandh India, remarked: "This keeps tabs on controlling overall costs and expenses; keeping the retail price under control." Adding to his remark he said, "for example: selling premium quality agarbatti at 900 a kilo costs three times when boxed and transported. This is the reason why manufacturers are now focussing on selling in loose." Mr Naresh informed Sugandh India that; Aarti Trading, Aastha Manufacturing and Aarti Agarbatti Company, all fall under the Aarti Agarbatti Group. Although most of the products of the Aarti brand are in box packing, most of the company's business is in the production of loose incense sticks and incense sticks. Aarti agarbatti is also a distributor for Sachhe Sai Godgift brand in Gujarat.

Mr Naresh who hails from Junagarh has an exquisite retail space in Surat. His brand: Aarti has more than five hundred incense products; dhoop, agarbattis, dry sticks and sambrani cups et-al in regular and premium ranges. Mr Naresh said that he started this brand in 1993. He remarked, "A decade ago Gujarat and Maharashtra had no idea about traditional wet dhoop, dry sticks or sambrani cups. I got the first movers advantage." Besides Aarti (brand), he sells premium brands like GodGift, Cycle, Zed Black, Balaji, Hari Darshan, GT India, Shalimar, Amrutha and Ashika. His brand has a wide presence in Surat and all of Gujarat; including Maharashtra as well.

Detailing on the future plans Mr Naresh said, "My business is focused on producing high-quality incense and selling them loose in bulk. I've already discussed why. Incense, produced for loose sale, is bought by well-known agarbatti companies that sell it under their own brand and packaging. My business runs on reorders and I'm happy with it." The company sells premium quality agarbatti in, loose for 900₹ a kilo and the same would cost thrice if sold under branding. On the other hand, the same quality is enjoyed by customers under Aarti brand through our retail outlet. Most of the customers prefer non branded products on repeat from his outlet. However, In the premium segment, brand name sells.

In response to a question, Mr. Naresh said that the

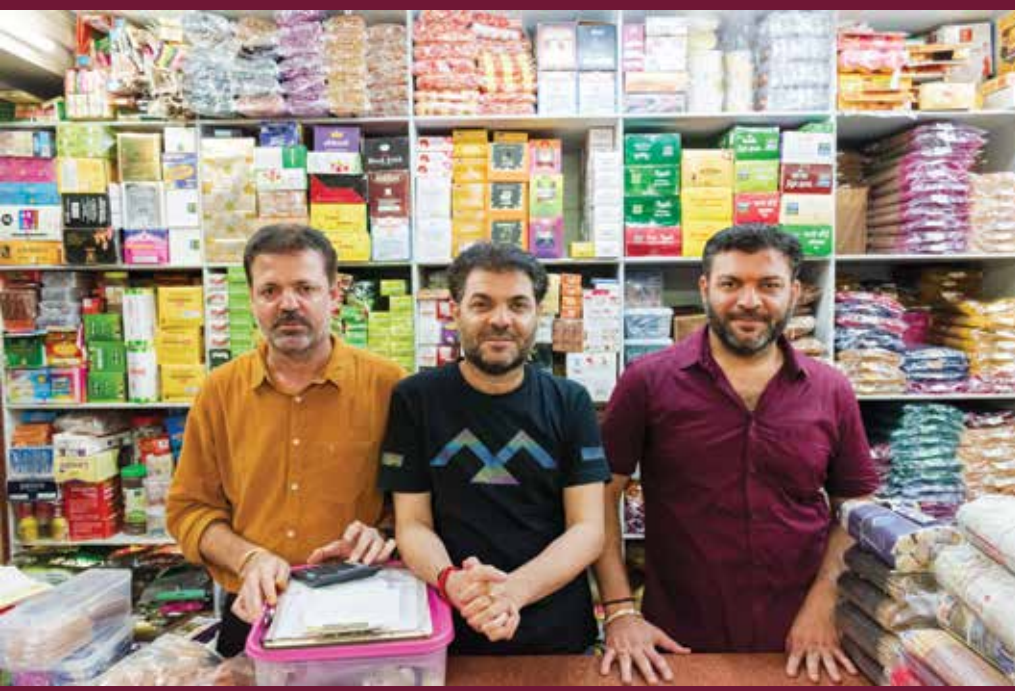


According to him, the market for dhoop products in Surat has increased by 10%. The demand for dry incense sticks is expected to rise to 50% over the next two to three years due to a controversy surrounding the use of bamboo in incense sticks. Premium brands such as Godgift and Balaji are among the bestsellers at his outlet. Balaji, Cycle Pure, and Zed Black are among the top-selling brands, while Shalimar, Sai Flora, and Forest are also in high demand. The products with an average MRP of 50₹ are the most popular here. Loose premium products have an even higher demand.

Mr Naresh remarked that 70 percent of Surat's market is flooded with local and loose products. Thirty per cent of the market caters to non-local brands. Surat is a mixed bag of regular and premium incense products. ZED Black Manthan and Sachhe Sai sell well in economic while premium is dominated by Balaji's Dhoop. The market for traditional wet dhoop is limited. On the contrary, dry dhoop sticks are growing in popularity. Major sales are of dhoop products costing 50₹ (100g). Balaji Premium Dhoop sells good at 100₹ for ten sticks. Zipper packing is in demand, especially the 200g pouches.

Talking about the trend of Sambrani Cups, he remarked: Apart from the sambrandi products of agarbatti brands and known brands like Delta and Karishma, the monopoly is; enjoyed by local sambrani manufacturers. Every

brand has an area in which it sells good. The company's Aarti brand of camphor along with Kolhapur's Rajkala sells good. In roll on Rose and Mogra are preferred fragrances. Balaji's Chandan is the choice in premium roll on. The market has both local and imported roll-ons are available. Aerocham Ratlam sells well. Hari Darshan is the best for chandan tika followed by Manohar and Kashi. ■



future of agarbatti industry is bright. Normally here a customer spends around 200₹ a month on dhoop and agarbatti. They always demand good-quality products. The trend of dry dhoop and long sticks is growing rapidly, "besides my home state and Maharashtra, my company is getting orders from Bihar, West Bengal and other states" said Mr Naresh.

Commenting on the challenges faced by the agarbatti industry, he said, "Maintaining product quality is a challenge so that we can offer best quality at best rates." He added, "When the government banned the import of raw agarbatti from China and Vietnam; I supplied high-quality agarbattis, in loose to many companies for two years. I offered the lowest possible rates." Talking about business expansion, he remarked "We are not moving with our business aggressively. It's a family matter."

Mr. Naresh

M/s. Aarti Agarbatti

Dinesh Niwas, Chamunda Nagar, 9-10, Lambe Hanuman Rd, opp. Trikamnagar-1, Shilpa Park Society, Green Park Society, Varachha, Surat, Gujarat 395006

Mobile : 9924161449

THE AGARBATTI-DHOOP MARKET HAS INCREASED IN SURAT: LAXMAN SOLANKI



The agarbatti-incense market has been on the rise in Surat, according to Chamunda Trading Company. This company has been supplying agarbatti and other worshipping items in bulk for the past 12 years and is a leading distributor of ZED Black products in Surat. Chamundra trading also has distribution rights for S A Agarbatti Bengaluru and 255 camphor. The owner of the company, Laxman Solanki, mentioned that they deal with all kinds of incense products, such as agarbatti, dhoop, dry sticks, sambrani cups and camphor. The trend of selling loose agarbattis by manufacturers is now a trade practice, said Mr Solanki. In Surat, the incense market is largely dominated by agarbattis, with the rest 20-30% comprising traditional wet dhoop, dry dhoop sticks and sambrani, among others. The city is a vibrant market for trading agarbatti, with ZED Black, Balaji Nishan, Arsi Flourish, Forest, etc being the most popular brands. Dhoop-based products are also growing in demand. Mysore Sugandha and Balaji from Bangalore sell a lot in the premium segment, while incense products from Maharashtra sell less.

Mr Solanki informed Sugandh India that regular brands with MRP ranging from 50₹ to 150₹ sell more in zippers. In dry stick Satya and Shah fragrances are in good demand but there is no competition with ZED Black, according to Mr Solanki. The sambrani cup market is also growing rapidly in Surat, with brands like Zed Black, Nishan, Delta, Cycle Naivedya being the most popular. In addition to incense products, worshipping items also have their market in Surat. 255 camphor, Hari Darshan's Chandan Tika, Manohar's Ashtagandha and Kashi's chandan powder are the most popular. Hari Darshan's Chandan is the most popular in the Chandan paste. Surat also has a market for roll-ons, with brands like Patel, Al-Nuaim, etc. Mr. Solanki also sells SH Kelkar products starting at MRPs of 40₹ to 50₹. ●

Mr. Laxman Bhai

M/s. Shree Chamunda Trading Co.
305 & 306, Swaminarayan Nagar, Soc., Part-2,
Opp. Renuka Bhavan, Bombay Mkt. Road, Surat
Mobile : 8000321650

SURAT IS A BIG MARKET FOR LOOSE INCENSE PRODUCTS

Surat, located in Gujarat, is the second cleanest city in India and is renowned for its diamond industry. This port city is home to the world’s largest diamond trading hub, spanning a bit less than a square mile. Diamond cutting, polishing and trading have been a part of Surat’s landscape and history for centuries. Apart from diamonds, Surat is also the nation’s largest textile market, with a daily turnover of around 19 million dollars. The city is also known for shipbuilding, gold, silver, gems, precious metals, and agricultural products. Surat’s urban scape is a blend of ancient, medieval, modern and ultramodern architecture. The city’s population of eight million encompasses the richest, migrant workers, and everything in between. Being on the world map for diamonds, textiles, shipbuilding, and other industries keeps Surat’s airport busy throughout the year. The quality of life is high, and the cost of living is lower compared to other major cities such as Mumbai, Bangalore, Delhi, Pune, and Ahmedabad. Surat is also known for its perfumes and fragrances, as the city is home to a vast unbranded wholesale market of premium incense products. The city has a preference for locally manufactured, unbranded products sold loose.

Loose incense producers occupy 70% of the market

According to a comprehensive survey conducted by Sugandh India, the incense market in Surat is primarily made up of unbranded loose incense products. The majority of sales come from loose incense, both in regular and premium segments. While pan-India and regional agarbatti brands hold a 30% share of the market, customers are demanding more premium incense products. This demand comes not only from the privileged class but also from the working and middle-class populations. Unfortunately, manufacturers and suppliers are unable to retail fully packaged items at the price demanded by the majority of the population, resulting in a threefold increase in price for boxed products. Premium agarbatti selling loose at 1000₹ a kilo becomes a 3000₹ a kilo product when packaged (including printing, labelling, cuts & commissions, and GST). As a result, the city consumes premium quality dhoop and agarbattis in loose form. The demand is substantial, given the million-sized population. Loose incense products are not just sold in retail shops but also in showrooms and malls.

There are many outlets for incense sticks in Surat

According to the market report, Surat is better in terms of the sale of incense products. On average, customers spend 200₹ to 400₹ every month on; dhoop, agarbatti, dry dhoop sticks, sambrani and traditional wet dhoop. The monthly spending goes up to four to five thousand rupees by premium customers. The market share for traditional wet dhoop is around 30% whereas; the market of dry dhoop sticks and sambrani cups is growing at ten per cent. Seventy per cent of Surat’s market is all agarbattis. Besides the loose sale of agarbattis, customers can buy incense products in box packing. Products with MRP of; 50₹, 70₹, 100₹ and 150₹ are sold mostly in zipper pouches. The survey found that manufacturers from all over India procure agarbattis and incense products in loose, directly from manufacturers in Surat. They then pack them in boxes or zippers and sell them under their brand name.

A trend from loose to branded in premium

ZED Black, Cycle Pure, Tirupati Godgift, Balaji, Delta, BIC, ITC, Forest, Nishan, etc are the most popular agarbatti brands in Surat. Following them are Shalimar, Sai Flora, Misbah, Flourish, Arsi, Amrutha, Aashika, etc. Shri Sai Jalaram and Aarti Agarbatti are



surat based manufacturers and they have a major hold on the market. Regular agarbatti from ZED Black and Cycle Pure sell for 50/60 rupees. Incense products from Bangalore, Mumbai, Ahmedabad, and Pune have their markets in Surat, especially Nikhil from Bangalore and Real from Pune. Outlets also sell bangalore brands like Parimal Mandir.

Dhoop products has 30% of the market share

According to the report; Traditional wet dhoop and dry dhoop sticks account for 30% of Surat’s incense market. Non-bamboo incense products, sambrani cups, dhoop cones and dry dhoop sticks continue to grow in popularity. Manthan by ZED Black is quite popular. GodGift and Hari Darshan is also present in the market. Other dhoop brands include Balaji, BIC and Bansi. These dhoop products cost between 20 to 25 rupees a packet. Apart from regular products, Shree Sai Jalaram’s Dry Dhoop is a premium traditional wet dhoop available in 100g and 200g box packing. Manthan (ZED Black), Sachhe Sai, Balaji’s wet dhoop and dry dhoop sticks, sold in the premium category are high in demand. A box of Balaji’s Premium Dhoop Sticks costs 100₹ containing ten sticks each. The traditional wet dhoop in market costs 50₹ (100g).

The sambrani cup market is growing rapidly

The market for Sambrani cups is rapidly growing in Surat, with local producers holding a significant share. The Delta brand is the most in-demand. Brands like Karishma, Cycle, Nishan and GT India along with other south Indian brands are also popular. Balaji, BIC, and Misbah’s cups are also popular. Branded camphor products are trending, with Rajkala from Kolhapur and Aarti’s camphor in high demand. The roll-on market is thriving, with Balaji Chandan being the preferred premium option. Local producers also offer important roles. Hari Darshan is the better choice for Chandan Tika, while Manohar and Kashi are popular choices. ●

मेंथा उद्योग को सिंथेटिक व सरकारी नीतियों से चुनौती:

वैभव अग्रवाल

► मेन्थॉल और मिंट उत्पादों के टॉप 5 उत्पादकों में है नोरेक्स



मेंथा की खेती और उत्पादन में भारत दुनिया में अद्वल है और वैश्विक उत्पादन में उसकी हिस्सेदारी सबसे अधिक है। भारत प्रतिवर्ष 25000 टन निर्यात विदेशों को करता है जो विश्व के 99 प्रतिशत मिंट उत्पादों के निर्यात को कवर करता है। देश की मेंथॉल और मिंट उत्पादों की शीर्ष 5 कंपनियों में नोरेक्स कंपनी शामिल है, जो रूस, अमेरिका, जापान, यूरोप, रूस, लैटिन अमेरिका, एशियन और अफ्रीकी देशों सहित 80 देशों में उत्पाद एक्सपोर्ट करती है। मिंट उत्पादों के साथ साथ नोरेक्स फ्रैग्रन्स, एसेंशियल ऑइल और एरोमा केमिकल्स का भी निर्माण करती है। नोरेक्स फ्लेवर्स प्राइवेट लिमिटेड के प्रमुख श्री वैभव अग्रवाल ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में कहा कि भारत मेंथा की खेती और प्रोसेसिंग में वैश्विक स्तर पर नंबर 1 पर है, लेकिन अब इस उद्योग के समक्ष बड़ी चुनौतियां आ रही हैं। खास तौर पर सिंथेटिक मेंथॉल एक समस्या है और सरकार की नीतियों से भी कुछ रुकावटें सामने आती हैं लेकिन फिर भी नोरेक्स, विश्व के स्वाद और सुगंध का अनुभव और बेहतर करने के अपने लक्ष्य की लगातार आगे बढ़ रहा है। समय पर उत्पाद की डेलीवरी के लिए कंपनी की यूएस में एक सब्सिडिरी कंपनी और गोदाम भी है। वैभव जी ने कंपनी में फ्रेग्रेंस, फ्लेवर्स और एसेंशियल ऑइल उत्पादों की ओर भी विस्तार किया है। नोरेक्स एक आईएसओ-9001, एफएसएससी-22000 और डबल्यूएचओ:जीएमपी सर्टिफाइड कंपनी है।



वै

भव अग्रवाल जी ने नोरेक्स के इतिहास पर रोशनी डालते हुए सुगंध इंडिया को बताया कि यह उनका पारिवारिक कारोबार है जिसकी शुरुआत 1994 में 'नारायण टेरपीन एण्ड एलाइड केमिकल' के नाम से हुई थी। 2008 में यह एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी बन गई और इसका नाम नोरेक्स फ्लेवर्स प्राइवेट लिमिटेड कर दिया गया। उन्होंने बताया कि 1998 में इंजीनियरिंग की पढ़ाई करने के बाद उन्होंने व्यापार की जिम्मेदारी संभाली। उस समय कंपनी केवल मेंथॉल क्रिस्टल का उत्पादन करती थी और केवल घरेलू मार्केट तक ही सीमित थी। कारोबार को और आगे बढ़ाने और कुछ नया करने की सोच के चलते वैभव जी ने नोरेक्स को एक एक्सपोर्ट ओरिएंटेड कंपनी बनाना शुरू किया। 1999 में कंपनी को पहला निर्यात का आर्डर मिला। इसके बाद कंपनी ने निर्यात ओरिएंटेड उत्पादन करना शुरू किया और बड़े पैमाने पर तकनीक में बदलाव भी किया गया। वैभव जी ने

बताया कि अपने उत्पादों की गुणवत्ता को और बढ़ाने के लिए जुगाड़ के बजाय हमने तकनीकी उन्नति की ओर ध्यान दिया।

आज 29 वर्ष के बाद नोरेक्स का नाम मिंट उद्योग अग्रणी कंपनियों में शुमार है और फ्रैग्रन्स और फ्लेवर उद्योग में भी काफी तेजी से आगे बढ़ रही है। नोरेक्स एफएमसीजी, ओरल केयर, कॉस्मेटिक्स, फार्मास्युटिकल और तंबाकू उद्योग को मेंथॉल, मिंट उत्पाद, फ्रेग्रेंस और एसेंशियल ऑइल सप्लाई करती है।

प्रतिस्पर्धा संबंधी एक सवाल के जवाब में वैभव जी ने बताया कि भारत से 30-35 कंपनियां मेंथॉल का निर्यात करती हैं, लेकिन हम उनसे बेहतर काम कर रहे हैं। हमारा फोकस उत्पाद की क्वालिटी पर है और ना कि क्वान्टिटी पर। नोरेक्स की मैनुफैक्चरिंग फेसिलिटी को कई प्रतिष्ठित अंतरराष्ट्रीय प्रमाणपत्रों और अनुमोदनों से मान्यता प्राप्त है। नोरेक्स यूरोपीय संघ सरकार के एपीआई निर्देश के अनुसार भारत में फार्मास्युटिकल डब्ल्यूएचओ: जीएमपी और मेंथॉल और मिंट ऑइल के लिए लिखित पुष्टि प्राप्त करने वाली पहली यूनिट थी; यही नोरेक्स दूसरों से अलग करता है और इसी कारण अधिकांश बहुराष्ट्रीय कमपनियां नोरेक्स प्राथमिकता देती हैं।



भारत में मेंथॉल की बड़े पैमाने पर खेती के इतिहास के बारे में वैभव अग्रवाल ने बताया कि 1984 में रिचर्ड्सन हिंदुस्तान लि. कंपनी थी जो बाद में प्रॉक्टर एण्ड गैम्बल कंपनी बन गई उसने रामपुर के पास मेंथॉल की खेती और विकास का कार्य शुरू किया। धीरे-धीरे भारत में मेंथा ऑयल की मात्रा बढ़कर कुछ सौ टन तक पहुंच गई, लेकिन संस्थागत समर्थन के अभाव में इसमें ज्यादा बढ़ोतरी नहीं हो रही थी। कॉर्नमिंट की खेती करने वाले किसानों की समस्याओं के समाधान के लिए, केंद्रीय औषधीय और संगंध पौधा संस्थान (सीमैप) ने एक आनुवंशिक सुधार कार्यक्रम शुरू किया। 80 के दशक के आखिर में, पूरे यूपी में बरेली, चंदौसी, मोरादाबाद, रामपुर और संभल तक फैली विभिन्न छोटी और मध्यम आकार की भट्टियों के खुलने के साथ कॉर्नमिंट की खेती में वृद्धि हुई। चौतरफा प्रगतिशील प्रयासों के कारण, 1990 के दशक के अंत में, भारत ने अर्वेन्सिस तेल की अंतरराष्ट्रीय आवश्यकता का लगभग 75% उत्पादन किया।

वैभव जी ने बताया कि भारत अभी नेचुरल मेंथॉल के उत्पादन में टॉप पर है, लेकिन चीन और यूरोप में सिंथेटिक मेंथॉल का उत्पादन बढ़ रहा है। इससे

अब नेचुरल मेंथा के रेट घट रहे हैं। कहने को सिन्थेटिक मेंथॉल का बाजार काफी बड़ा है लेकिन फिर भी नोरेक्स प्राकृतिक मेंथॉल और मिंट उत्पादों के उत्पादन की ओर जोर दिया है। उन्होंने इसकी एक वजह यह बताई कि मिंट की खेती से यूपी के लगभग 20 लाख परिवार जुड़े हैं। इसके अलावा प्रोसेसिंग यूनिट में भी हजारों लोग काम कर रहे हैं।

मिंट की फसल की वैरायटी संबंधित सवाल पर वैभव जी ने बताया कि जैसे तो मिंट की फसल कई प्रकार की होती है लेकिन इनमें से 3 प्रकार कमर्शियल रूप से महत्वपूर्ण। मेंथा अरवेनसिस जिसे भारतीय किसान शिवालिक या कोसी के नाम से जानते हैं। पाइपरीटा ऑइल अपने प्राकृतिक रूप में ही निर्यात होता है और यह पिपरमिंट के नाम से प्रसिद्ध है। मेंथा स्पाईकाटा ऑइल भी अपने प्राकृतिक रूप में निर्यात किया जाता है और इसे स्पीयरमिंट कहा जाता है।

नोरेक्स को मिले पुरस्कारों और मान्यता संबंधित सवाल पर वैभव जी ने कहा कि नोरेक्स भारत सरकार से निर्यात के लिए एसएमई पैल में कई बार “प्रथम पुरस्कार विजेता” रहा है। कंपनी को केमिकल एक्सपोर्ट प्रमोशन काउंसिल

को जीएसटी का रिफंड जो पहले खुद आ जाता था अब 1 अक्टूबर से जीएसटी रिफंड के लिए खुद अप्लाई करना पड़ेगा।

वैभव जी ने बताया कि फ्रैग्रन्स और फ्लेवर के क्षेत्र में दुनिया भर में अपना नाम करने की ओर हमारे प्रयास जारी हैं। उन्होंने उल्लेख किया कि भारत में स्वाद और सुगंध बाजार में छोटी कंपनियां और बड़ी बहुराष्ट्रीय कंपनियां दोनों हैं। दुर्भाग्य से, कुछ छोटी कंपनियों के पास आवश्यक तकनीक का अभाव है और उन्हें गुणवत्ता के लिए नहीं जाना जाता है। इस प्रकार, नोरेक्स का लक्ष्य एक प्रगतिशील कंपनी बनना है, जो हर किसी की जरूरतों को पूरा करने में सक्षम हो। उन्होंने साझा किया कि, अतीत में, नोरेक्स का 99% कारोबार निर्यात पर निर्भर था, लेकिन अब हम 85% निर्यात करते हैं और 15% घरेलू बाजार में आपूर्ति करते हैं।

सामाजिक गतिविधियों में कंपनी की सक्रियता के बारे में बात करते हुए वैभव जी ने कहा कि जब सफलता मिलती है तो साथ में जिम्मेदारी भी बढ़ती है। उनकी सोच है कि वो आगे बढ़ें तो उनके साथ समाज भी आगे बढ़े। शिक्षा को हर चीज से ऊपर रखते हुए, नोरेक्स परिवार ने एक स्कूल भी स्थापित किया है, जो मामूली शुल्क पर ग्रामीण और स्थानीय छात्रों को अच्छी गुणवत्ता वाली अंग्रेजी माध्यम की शिक्षा प्रदान करता है। नोरेक्स फाउंडेशन कई गतिविधियों में भी लगा हुआ है जैसे नियमित मुफ्त स्वास्थ्य जांच, गरीब और वंचित लोगों के लिए उपचार शिविर आयोजित करना और विकलांग लोगों को ट्राइसाइकिल वितरित करना। नोरेक्स एक स्थिरता परियोजना, “संकल्प” भी चलाती है। इस पायलट परियोजना का लक्ष्य उत्पादक समूहों और स्थानीय संस्थानों को मजबूत करना है। महिलाओं (साक्षरता और वॉश के माध्यम से महिला सशक्तिकरण) सहित छोटे किसानों को तकनीकी सहायता और संबद्ध कृषि इनपुट प्रदान करना है। साथ ही बाजार से संपर्क बनाना जिससे किसानों से सीधे सोर्सिंग करने वाले मेंथा ऑयल खरीदारों के मात्रा की गुणवत्ता और लागत मानदंड को किसानों द्वारा पूरा करने में सहायता मिले और किसानों की आय भी बढ़े। महिला सशक्तिकरण और संसाधन अनुकूलन बढ़ाने की ओर भी इसमें काम होता है।



(केमेक्सिल), फार्मास्युटिकल एक्सपोर्ट प्रमोशन काउंसिल (फार्मेक्सिल), फेडरेशन ऑफ इंडियन एक्सपोर्टर्स ऑर्गेनाइजेशन एक्सपोर्ट से 15 से अधिक पुरस्कार और यूपी सरकार द्वारा एक्सपोर्ट प्रमोशन ब्यूरो से प्रथम पुरस्कार प्राप्त हुआ है। वैभव जी ने बताया कि भारत और जर्मनी के बीच व्यापार बढ़ाने में उत्कृष्ट योगदान के लिए न केवल भारत सरकार बल्कि उन्हें भी जर्मन आर्थिक मामलों के मंत्रालय द्वारा भी सम्मानित किया गया। भारत में माननीय अमेरिकी राजदूत द्वारा अमेरिकी दूतावास में दोपहर के भोजन के लिए आमंत्रित चयनित दस सीईओ का भी वह हिस्सा थे, जिसमें अमेरिका और भारत के बीच निवेश और द्विपक्षीय व्यापार पर चर्चा की गई थी।

कारोबार में चुनौतियों संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि सिन्थेटिक मेंथॉल और सरकार की उदासीन नीतियां हमारे लिए महत्वपूर्ण चुनौतियां हैं। मेंथा एक एक्सपोर्ट ओरिएंटेड उद्योग है और जहां एक ओर सरकार कि तरफ से निर्यातकों को छूट हैं पर कई बंदिशें भी हैं। मसलन यूपी में 1.5% का मंडी टैक्स लगता है जिस कारण सिन्थेटिक मेंथा के मुकाबले में हमारी लागत बढ़ जाती है। किसानों को चेक से भुगतान करने पर सरकार हमें छूट देती है, लेकिन छोटे छोटे किसान जो कम मात्रा में माल लाते हैं। वह नगद भुगतान चाहते हैं। इसी तरह निर्यातकों

नोरेक्स के भविष्य के बारे में जानकारी देते हुए, वैभव जी ने कहा कि भविष्य में देखें तो, नोरेक्स का रणनीतिक फोकस नवाचार, स्थिरता और वैश्विक विस्तार के इर्द-गिर्द घूमता है। हमारा मुख्य लक्ष्य उत्पाद विकास की सीमाओं को आगे बढ़ाते रहना है, नई और रोमांचक पेशकशें बनाने के लिए नवीनतम तकनीकों का उपयोग करना है जो उपभोक्ता की बढ़ती प्राथमिकताओं के अनुरूप हों। नोरेक्स के लिए स्थिरता एक प्रमुख सिद्धांत है। योजना में हमारे खास उत्पादों को नए क्षेत्रों और विविध दर्शकों के लिए पेश करने, उद्योग के साथ संबंधों को बढ़ावा देकर सहयोग और साझेदारी के महत्व को पहचानने के लिए रणनीतिक अंतर्राष्ट्रीय विस्तार शामिल है।

अंत में वैभव जी ने कहा कि कंपनी केवल लाभ के लिए व्यवसाय नहीं करती है। जब व्यवसाय और अमल करने की बात आती है तो भले ही आप जानते हों कि यह कभी भी पर्याप्त नहीं होता है फिर भी हर दिन आप कुछ ना कुछ नया ही सीखते हैं। साथ ही, एक व्यवसायी के रूप में आपकी अपनी विशेषज्ञता है; आपको अपने परिवेश के साथ उपडेटेड रहने की आवश्यकता है। क्या नया है, क्या नहीं से लेकर आने वाले दिन में क्या होगा, इसकी जानकारी आपको अच्छी तरह से होनी चाहिए। ●

Cycle brand bags Exports Excellence award for the Third Consecutive Year in the category of Handicraft Exporter

NR Group, India's foremost agarbatti manufacturer, celebrated its popular Cycle brand's impressive achievement by securing the Excellence Award for the highest export of agarbatti products in the handicrafts category for the third consecutive year. This accomplishment marks a significant milestone for NR Group, receiving the Excellence Award as the leading exporters in the Agarbatti Industry for three consecutive years. The prestigious Karnataka State Export Excellence Award, organized by the Visvesvaraya Trade Promotion Centre (VTPC) in Bengaluru, was recently presented to NR Group. The company's distinguished contributions to the export sector were honored in the presence of Karnataka Chief Minister Shri Siddaramaiah, Deputy Chief Minister Shri DK Shivakumar, and Heavy and Medium Industries Minister Shri MB Patil. Mr. Selva Kumar, Vice President of Exports, accepted the award on behalf of Cycle Pure Agarbatti.

Mr. Arjun Ranga, Managing Partner of NR Group, expressed his delight at the company's recognition, stating, "At NR Group, we are deeply honored to receive this prestigious award for the third

time. Words cannot adequately convey our feelings. The combination of hard work and unwavering commitment has propelled the company to this remarkable achievement. This award is a tribute to all our partners, workers, and artisans who contribute to crafting our exceptional products. It stands as a shining testament



to their tireless dedication and efforts."

He continued, "We continuously strive for excellence every single day. We extend heartfelt congratulations to all our associates, artisans, and workers who have steadfastly placed their faith in us. The company is privileged to receive this honor, and their contributions and dedication have turned our brand into a symbol of boundless possibilities and un-

precedented growth within the agarbatti industry."

Distinguished industry figures were also in attendance at the event, where awards and citations were presented across various categories. These accolades are conferred by the Visvesvaraya Trade Promotion Centre (VTPC). Established in 1965, VTPC operates as the nodal agency for the Department of Industries and Commerce, Government of Karnataka, dedicated to promoting international trade from the state. The Center has played a pioneering role in supporting emerging exporters and entrepreneurs to establish their presence in the global trade arena. VTPC provides incentives to export units and special economic zones (SEZs) through a range of export programs, schemes, policies, incentives, and concessions. Additionally, it acts as a mediator between the government and traders to address trade-related challenges and concerns. The Center also facilitates state-level, national, and international trade fairs and exhibitions for SME artisans and stakeholders in Karnataka. The State further promotes exports by presenting Export Excellence Awards. ●

साइकिल निर्यात उत्कृष्टता में तीसरे वर्ष भी पुरस्कृत

भारत की प्रमुख अगरबत्ती कंपनी एनआर ग्रुप के लोकप्रिय साइकिल ब्रांड को लगातार तीसरे वर्ष भी हस्तशिल्प निर्यातक के रूप में अगरबत्ती उत्पादों का सर्वाधिक निर्यात करने के लिए उत्कृष्टता पुरस्कार प्राप्त हुआ है। अगरबत्ती उद्योग में शीर्ष निर्यात का उत्कृष्टता पुरस्कार तीसरे वर्ष प्राप्त करना एनआर ग्रुप के लिए बड़ी उपलब्धि है। पिछले दिनों वीटीपीसी (विश्वेश्वरैया व्यापार संवर्धन केंद्र) द्वारा बेंगलुरु में आयोजित कर्नाटक राज्य निर्यात उत्कृष्टता पुरस्कार कंपनी को दिया गया है। कर्नाटक के मुख्यमंत्री श्री सिद्धारमैया, उप मुख्यमंत्री श्री डीके शिवाकुमार और भारी एवं मध्य उद्योग मंत्री श्री एम बी पाटिल की उपस्थिति में एनआर ग्रुप को निर्यात क्षेत्र में विशिष्ट उपलब्धियों के लिए सम्मानित किया गया है। साइकिल प्योर अगरबत्ती की ओर से कंपनी के निर्यात उपाध्यक्ष श्री सेल्वा कुमार ने यह पुरस्कार स्वीकार किया।

कंपनी को मिले इस सम्मान पर अपनी प्रसन्नता व्यक्त करते हुए एनआर ग्रुप के मैनेजिंग पार्टनर श्री अर्जुन रंग ने कहा "एनआर ग्रुप में हम तीसरी बार इस प्रतिष्ठित पुरस्कार को प्राप्त करके बेहद सम्मानित महसूस कर रहे हैं। इस मौके पर मुझे जो, खुशी और कृतज्ञता महसूस हो रही है उसे शब्दों में व्यक्त नहीं

कर सकते। इस उल्लेखनीय उपलब्धि के लिए निरंतर प्रतिबद्धता के साथ कठोर परिश्रम ने कंपनी को इस शिखर तक पहुंचाया है। यह सम्मानित पुरस्कार हमारे असाधारण उत्पादों को तैयार करने में कंपनी के सभी



भागीदारों, श्रमिकों और कारीगरों का अथक समर्पण और परिश्रम का यह शानदार प्रमाण है।" उन्होंने कहा "हम प्रतिदिन उत्कृष्टता के लिए निरंतर प्रयास करते हैं। हम उन सभी अपने सहयोगियों, कारीगरों और श्रमिकों का हार्दिक अभिनंदन करते हैं, जिनका हम पर अटूट विश्वास है और कंपनी को यह सम्मान प्राप्त करने का सौभाग्य मिला है। साथ ही कामगारों के योगदान और समर्पण ने अगरबत्ती उद्योग में कंपनी के ब्रांड को असीम संभावनाओं और अभूतपूर्व विकास

का प्रतीक बना दिया है।"

इस मौके पर उद्योग की प्रमुख हस्तियां भी मौजूद थीं। कार्यक्रम में कई श्रेणियों में पुरस्कार और प्रशंसा पत्र प्रदान किए गए। यह पुरस्कार विश्वेश्वरैया व्यापार संवर्धन केंद्र द्वारा दिए जाते हैं। वीटीपीसी कर्नाटक सरकार के उद्योग और वाणिज्य विभाग की नोडल एजेंसी है, जो राज्य से अंतरराष्ट्रीय व्यापार को बढ़ावा देने के लिए 1965 में स्थापित की गई थी। यह केंद्र उभरते निर्यातकों को अंतराष्ट्रीय व्यापार के क्षेत्र में अपनी पहचान बनाने के लिए उद्यमियों की सहायता और सुविधा प्रदान करने में अग्रणी संस्था रही है। निर्यात कार्यक्रमों, योजनाओं नीतियों, प्रोत्साहनों और रियायतों की एक श्रृंखला के माध्यम से वीटीपीसी निर्यात इकाइयों और सेज को प्रोत्साहन प्रदान करता है। इसके अलावा यह व्यापार में हो रही कठिनाइयों और व्यापारियों की शिकायतों के समाधान के लिए सरकार के बीच मध्यस्थता भी करता है। वीटीपीसी कर्नाटक में अपने एसएमई कारीगरों और अन्य हित धारकों को राज्य स्तरीय, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेला और प्रदर्शनियों की सुविधा भी प्रदान करता है। राज्य निर्यात उत्कृष्टता पुरस्कार प्रदान करके निर्यात को बढ़ावा देता है। ●

ड्राई धूप में है उद्योग का भविष्य: अंकित धोराजिया

निर्माता की आवश्यकता के अनुसार मशीनें बनाती है कृष्णा इंटरनेशनल ओवरसीज

मेक इन इंडिया के नारे के बावजूद अगरबत्ती और धूप उद्योग में 80% मशीनें वियतनाम से आयात की जा रही हैं, जबकि देश की कई कंपनियां फुल ऑटोमेटिक मशीनें उद्योग के लिए बना रही हैं। कृष्णा इंटरनेशनल ओवरसीज कंपनी के प्रमुख पार्टनर अंकित धोराजिया ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि भारत का अगरबत्ती उद्योग जिस रफ्तार से बढ़ रहा है उस अनुपात में उद्योग में ऑटोमेशन कम हुआ है। उन्होंने कहा कि कृष्णा इंटरनेशनल ओवरसीज ने ट्रेड में हाई प्रोडक्टिविटी फुल ऑटोमेटिक मशीनों के चलन की शुरुआत की है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग अगले 2 वर्षों में बंबू लेस उत्पादों का हो जाएगा। इसकी वजह बताते हुए उन्होंने कहा कि अगरबत्ती में इस्तेमाल होने वाला प्रमुख कंपोनेंट बांस अभी भी चीन और वियतनाम पर निर्भर है। इसके अलावा भारत में भी बांस का अभी इतना उत्पादन नहीं हो रहा है कि वह उद्योग की जरूरतें पूरी कर सके। साथ ही बीते कुछ वर्षों से देश भर में अगरबत्ती में बांस जलाने को लेकर आपत्ति भी देखी जा रही है। ऐसे में बांस रहित उत्पादों ड्राई स्टिक, धूप कोन और सांब्रानी कप का मार्केट तेजी से बढ़ रहा है। इसलिए देश की जरूरत के मुताबिक उक्त उत्पादों का उत्पादन करने के लिए मशीनों पर निर्भरता बढ़ेगी। इसके अलावा बीते 1 वर्ष से कंपनी खुद भी ऐसे धूप उत्पादों को बना रही है, जो ह्यदी इंटरनेशनल फ्रेंगरेंस एसोसिएशन के गाइडलाइन के तहत धुआं रहित उत्पाद बनाती है, जो मुख्यतः रूम फ्रेशनर जैसा काम करते हैं। कंपनी इन उत्पादों का मुख्यतः अमेजॉन पर ऑनलाइन मार्केटिंग के जरिए 18 देशों में निर्यात करती है।





अं अंकित धोराजिया ने सुगंध इंडिया को बताया कि कृष्णा इंटरनेशनल ओवरसीज की स्थापना 2017 में हुई थी और वह 2012 से इस समूह से जुड़े हुवे हैं। पहले वह लगभग 10 वर्षों तक कंपनी में मार्केटिंग मैनेजर रहे। बाद में 2020 में वह कंपनी के पार्टनर बन गए। उन्होंने बताया कि कृष्णा इंटरनेशनल ओवरसीज में अगरबत्ती, ड्राई धूप, सांब्रानी स्टिक, कोन और सांब्रानी कप बनाने तथा पैक करने की मशीनें बनाई जाती हैं। साथ ही बैकफ्लो कोन और अन्य बम्बू लेस उत्पाद कंपनी एक्सपोर्ट के लिए बनाती है। कंपनी खुद के ब्रांडेड बम्बूलेस उत्पाद भी एक्सपोर्ट करती है। उन्होंने बताया कि मशीन बनाने से पहले हम बहुत रिसर्च करते हैं। मसलन पहले धूप स्टिक का उत्पादन करने वाली फुली ऑटोमैटिक मशीन नहीं थी। सारा काम लेबर करते थे। लेबर की समस्या हमेशा रहती है और निर्माता उत्पादन ज्यादा चाहते हैं। इसी को देखते हुवे हमने फुल ऑटोमैटिक मशीनें बनानी शुरू की जिसमें ऑटोमैटिक फीडिंग होती है और ट्रे में ऑटोमैटिक धूप स्टिक बन कर आजाती है। इसके बाद हमने कोन बनाने की मशीन बनाई। इसके लिए हमने मार्केट में रिसर्च कि और पाया कि जो मचीनें हैं वो केवल 150 केजी ही उत्पादन करती हैं लेकिन निर्माताओं की 500-600 किलो की भी मांग थी। ऐसे में निर्माताओं को मचीनें बड़ानी पड़ती और ज्यादा मशीन चलाने के लिए ज्यादा लेबर की भी जरूरत पड़ती। इसे देख कर हमने सबसे बड़ी मशीन बनाई जिसमें 500-600 किलो कोन बनाने कि क्षमता है। इस मशीन से 1 मिनट में 1800 कोन का उत्पादन होता है।

देश में सांब्रानी कप का बाजार तेजी से बढ़ रहा है। अंकित जी ने बताया कि सांब्रानी कप की मशीनों में भी काफी काम लेबर करती थी। मशीन में मसाला डालना फिर कप में मसाला डालना। हमने ऐसी मशीन डिजाइन की, जिसमें बस मसाला डालना होता है और कप तैयार होते समय ही मसाला खुद कप में डल जाता है और तैयार कप ड्राइंग के लिए बाहर आ जाता है। इसी तरह अगरबत्ती और धूप की पैकिंग और वजन अथवा गिनती के लिए अलग मशीन लेनी पड़ती थी। हमने एक ही मशीन ऐसी बना दी जिसमें अगरबत्ती, धूप, कोन, ड्राई स्टिक की वजन और गिनती के साथ पैकिंग हो जाती है। इससे निर्माता को अलग अलग काम के लिए कई मशीनों की जगह एक ही मशीन लगानी पड़ेगी और जगह भी कम लगेगी।





अगरबत्ती निर्माण कि मशीनों के बारे में उन्होंने बताया कि अच्छी गुणवत्ता वाली अगरबत्ती की एक पहचान होती है कि एक जैसी साइज की बत्ती होनी चाहिए और साथ ही हैंडल और कोटिंग का एरिया एक समान हो। उन्होंने बताया कि कंपनी के पास अगरबत्ती में “6जी प्रो” मशीन है। यह ज्यादातर एक्सपोर्ट के लिए है और कई देशों में निर्यात की गई हैं। कंपनी के इंजीनियर वहां खुद जाकर मशीन इंस्टॉल करते हैं। उन्होंने बताया कि इंडिया में भी कई कंपनियों ने यह मशीन लगाई हैं। मार्केट में दूसरी मशीनों के मुकाबले इसमें अगरबत्ती की क्वालिटी समान रहती है। प्रोडक्शन की बात करे तो इसमें 25-30 प्रतिशत ज्यादा प्रोडक्शन मिलता है। इंपोर्टेड मशीन की स्पीड 180-240 स्टिक प्रति मिनट होती है और इसकी स्पीड 300-320 स्टिक प्रति मिनट है। मशीन में हार्डवेयर और मोटर की स्पीड बेहतर ढंग से डिजाइन की गई है, जिससे ज्यादा से ज्यादा उत्पादन करने पर भी मशीन में खराबी नहीं होती। इसके अलावा हमारी मशीनों में ब्रांडेड पुर्जे लगाए जाते हैं और वह सभी जगह उपलब्ध होते हैं। इसलिए निर्माता को मशीन के पुर्जे लेने या सर्विस कराने में समस्या नहीं होती। वह कहीं से भी उनकी खरीद कर सकते हैं। उन्होंने बताया कि 6-जी प्रो वर्जन से ज्यादा स्पीड वाली मशीनों पर हमने आरएंडी की है। ज्यादा स्पीड की मशीन जो 400 स्टिक प्रति मिनट उत्पादन करती है। ऐसी मशीनों देश के 10 से 12 मैन्युफैक्चरर्स ने लगवाई हैं, लेकिन उसका चलन अभी ज्यादा नहीं है। इसके लिए उद्योग तैयार नहीं है, क्योंकि उसके लिए बांस की स्टिक बेस्ट क्वालिटी की होनी चाहिए। तभी वह कामयाब होगी। उन्होंने बताया कि कंपनी ने 6G इको मशीन इकोनामी उत्पाद के लिए बनाई है। वह भी वियतनाम से आ रही मशीनों से बेहतर क्वालिटी की है। वियतनाम की मशीन 50-60 केजी का उत्पादन करती है, जबकि हमारे 6G इको 70-80 किलो का उत्पादन कर सकती है। इसकी स्पीड 260-280 स्टिक्स प्रति मिनट है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि धूप में भी उनके पास कई प्रकार की मशीनें हैं। धूप की मशीनों के कैविटी के अनुसार अलग अलग प्रकार हैं। इसमें अगर 6 एमएम का डाई का डाइमीटर लेते हैं तो 28,42,52 और 72 लाइन

के हिसाब से अलग अलग मशीन आती हैं। आमतौर पर उत्पादक 52 लाइन का ज्यादा पसंद करते हैं। इसमें भी कई प्रकार हैं जैसे एक में फीडिंग और कलेक्शन मैनुअल है, दूसरे में फीडिंग ऑटोमैटिक है और कलेक्शन मैनुअल और तीसरे में फीडिंग और कलेक्शन दोनों ऑटोमैटिक हैं। हम 95% मशीन हाई ऑटोमेशन वाली ही बेचते हैं। क्योंकि ज्यादातर मैन्युफैक्चरर्स कम से कम लेबर पर निर्भर रहना चाहते हैं।

सांभ्राणी कप बनाने की मशीन के बारे में उन्होंने बताया कि हमने सांभ्राणी कप पर खूब रिसर्च करके पहले 20 कप प्रति स्ट्रोक की मशीन बनाई थी। इसमें 3-4 हजार का प्रतिदिन का उत्पादन होता था, लेकिन इसमें इनोवेशन करके स्पीड बढ़ाई और फिर उसे 6 से 7 हजार कप का किया। इसके बाद हमने 40 कप प्रति स्ट्रोक कि मशीन बनाई जिसमें 14000 से 16000 कप प्रति दिन उत्पादन हो सकता है। इसके बाद हमने इसमें और ऑटोमेशन किया और 50 कप प्रति स्ट्रोक कि मशीन बनाई जिससे 72000 कप प्रति दिन का उत्पादन किया जा सकता है। साथ ही इसमें कैविटी में ऑटोमैटिक मटीरीअल डालने का फीचर डाला। ऑटोमैटिक ट्रे में कलेक्शन का फीचर डाला और ऑटोमैटिक मसाला फिलिंग का भी फीचर डाला। हाल ही में हमने 72 कप प्रति स्ट्रोक कि भी मशीन तैयार की है। यह मशीन में बस कप बनाने और कप फिल करने का मटीरीअल डालना पड़ता है और बाकी सारा काम जैसे कप बनाने, कप में मटीरीअल डालने, कप को ट्रे में ड्राइंग के लिए सेट करने तक सब ऑटोमैटिक होता है। इस तरह पूरा उत्पादन फुल ऑटोमैटिक हो गया है और मशीन नॉनस्टॉप चलेगी। उन्होंने कहा कि इसमें ज्यादातर प्रीमियम क्वालिटी के उत्पादों के लिए है। इकोनामी मॉडल के लिए भी मशीन है और उसका आर्डर मिलने लगा है। उन्होंने बताया कि यह 40 कैविटी में है और साढ़े 3 लाख की मशीन है और इसमें 14 से 16000 कप का उत्पादन करने की क्षमता है। इसमें हमने डेढ़ लाख रुपए और जोड़कर इसकी क्षमता को 45000 कप का कर दिया। यह डिजाइन 4 माह पहले लांच किया गया है।

सुगंध इंडिया से बातचीत में अंकित जी ने कहा कि अगरबत्ती और धूप



और पैकेजिंग की भी जानकारी देते हैं।

उन्होंने बताया कि कंपनी मशीनों का एक्सपोर्ट भी कर रही है, लेकिन वह काफी सीमित है। श्रीलंका, इजिप्ट, मलेशिया, तुर्की जैसे देश ही उसकी मांग करते हैं। यूरोपीय व अन्य विकसित देश अपने यहां उत्पादन नहीं करना चाहते। वह उत्पादों को रेडीमेड चाहते हैं। उन्होंने बताया कि कंपनी निर्माताओं को मशीन इंस्टॉल करके देती है और उसके लिए उन्हें पूरी ट्रेनिंग और समय-समय पर सर्विस भी देती है। कंपनी 1 वर्ष की वारंटी देती है, लेकिन उसके बाद भी हम उनकी देखभाल करते हैं। इसलिए मशीनों का बड़े पैमाने पर उत्पादन नहीं कर पाते, क्योंकि हमारा अधिकतम स्टाफ सर्विस देने में लगा रहता है। उन्होंने बताया कि कंपनी का लक्ष्य है कि हम ज्यादा से ज्यादा बांस रहित धूपबत्ती उत्पादों के लिए मशीनों का निर्माण करें, ताकि उद्योग का पूरी तरह से ऑटोमेशन हो जाए।

सुगंध इंडिया के सवाल पर कि मशीन बनाने के साथ ही वह खुद भी धूपबत्ती उत्पादों के निर्माता क्यों बने? उन्होंने बताया कि लोगों ने कहा कि बंबू लेस उत्पाद मशीनों से नहीं बन सकते। इसलिए हमको

उद्योग में रा मटेरियल, पैकेजिंग, लेबर चार्ज के कारण लागत बढ़ती जा रही है और निर्माताओं को लागत कम करने के लिए अपने उद्योग का फुल ऑटोमेशन करना होगा। कंपनी ने कप का ऑटोमेशन कर दिया है। हमारी मशीनें प्रीमियम में बेहतर काम कर रही हैं। प्रीमियम मशीनों की शुरुआती कीमत 1 लाख 40 हजार रूपए है और इकोनामी के लिए रु.85000 तक की भी मशीन बना सकते हैं। उन्होंने बताया कि कप में साढ़े 3 लाख रूपए से लेकर साढ़े 7 लाख रूपए तक की मशीनें हैं। इनकी उत्पादन क्षमता 200 किलो तक है। कोन में 600 कोन प्रति मिनट का उत्पादन मशीन कर सकती है। उन्होंने कहा कि कोन मशीन से गिरता है। तभी हार्ड हो जाता है। हमने उसका भी उपाय निकाला है। इससे बिजली की लागत जरूर बढ़ेगी, पर क्वालिटी बेहतर होगी। धूप स्टिक में भी इकोनामी रेंज की मशीन साढ़े तीन लाख रूपए की है। इसमें ट्रे फीडिंग मैनुअल होती है। उन्होंने कहा कि कंपनी का पूरा फोकस धूप उत्पादों पर है, क्योंकि अगरबत्ती में बेहतर बांस की समस्या है। इसलिए उद्योग धीरे-धीरे बंबू लेस की तरफ बढ़ रहा है।



उद्योग के मशीनीकरण को लेकर आ रही समस्याओं पर उन्होंने कहा कि हमें रोज नई खोज करनी पड़ती है। निर्माताओं की जरूरत क्या है? उसके अनुरूप हमें उत्पादन करना पड़ता है। हम केवल लाभ के लिए काम नहीं कर सकते। हमें अपने उपभोक्ता की संतुष्टि और जरूरत को भी देखना होता है। इसके लिए बड़े पैमाने पर रिसर्च करते हैं और खुद संतुष्ट होने के बाद ही उसे उपभोक्ता को देते हैं। उन्होंने कहा कि फिलहाल उनका किसी दूसरी कंपनी से कोई मुकाबला नहीं है क्योंकि हम उपभोक्ता की मांग के अनुरूप मशीनें बनाते हैं। उन्होंने कहा कि भारत में अभी घरेलू उद्योग की सिर्फ 20% मशीनों का इस्तेमाल होता है। इसकी वजह यह है कि लोग वियतनाम की मशीनों के आदी हो चुके हैं और उसके बारे में उन्हें पूरी जानकारी है, लेकिन हम उद्योग में आ रहे नये निर्माताओं को मशीन के साथ ही अगरबत्ती उद्योग की जरूरतों, राँ मटेरियल

लोगों को प्रोडक्शन करके दिखाना पड़ा। इसके अलावा एक्सपोर्ट वाले ग्राहकों ने रेडीमेड प्रोडक्ट की भी मांग शुरू कर दी। इसलिए हम बीते 1 वर्ष से उत्पादन कर रहे हैं। हमारे उत्पाद बेस्ट क्वालिटी के हैं और हम नेचुरल रा उत्पादों का इस्तेमाल करते हैं। मुख्यतः हमारे केमिकल और फ्रेग्रेंस इंफ्रा की गाइडलाइंस पर आधारित हैं। वह एयर फ्रेशनर जैसे उत्पाद हैं। हमारे उत्पादों में धुआं नहीं होता। लोगों को सफोकेशन या खांसी नहीं आती। बंबू लेस में लगभग 40 से अधिक रेंज के उत्पाद हैं। इसमें 20 तरह की सुगंध है। हमने सुगंध को भी नए ढंग से तैयार किया है, जिसमें ड्रैगन गड, पालव सेंटो, सिनारेस्ट, व्हाइट सर्च और विदेशों में पसंद किए जाने वाले कई तरह के फ्रेग्रेंस हैं। उन्होंने बताया कि विदेशों में मसाले की सुगंध लोग पसंद करते हैं। कंपनी अमेजन के जरिए इजिप्ट, टर्की, श्रीलंका, मलेशिया, यूएसए, पोलैंड, चेक रिपब्लिक सहित 18 देश में अपने तैयार प्रोडक्ट भेज रही है। ●



महंगाई में प्राइस वार से जूझता अगर्बती उद्योग : लालचंद पुरस्वानी

►► बेहतर भविष्य के बावजूद चुनौतियों से जूझ रहा उद्योग

अगर्बती निमाता आज बड़ी चुनौतियों से जूझ रहे हैं। बेतहाशा बढ़ रही महंगाई, कीमत, गुणवत्ता और निरंतर नए-नए ब्रांड आने से बाजार में चल रही अंधाधुन प्रतियोगिता से मध्यम तबके के राज्य स्तरीय अगर्बती निमाता निरंतर स्थायित्व को लेकर संघर्ष करते रहते हैं। जयपुर के विधान फ़ेगरेंस फ़र्म के प्रमुख लालचंद पुरस्वानी 33 वर्षों से अगर्बती कारोबार में हैं। उद्योग में इतनी लंबी पारी खेलने के बाद भी उन्हें निरंतर स्थायित्व को लेकर संघर्ष करना पड़ रहा है। सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में उन्होंने कहा कि अगर्बती उद्योग में प्रोडक्शन, प्राइस, पैकिंग, मार्केटिंग और डिस्ट्रीब्यूशन को लेकर रोजाना बदलाव और उतार चढ़ाव होते हैं। इस कारण किसी भी निमाता के लिए नए उत्पाद लाना या कारोबार का विस्तार करना बहुत चुनौती पूर्ण हो जाता है। इन तमाम समस्याओं के लिए उद्योग के सभी पक्षकारों में एक सहमति बननी जरूरी है। लालचंद जी का मानना है कि अगर्बती उद्योग का भविष्य हमेशा रहेगा। इसलिए उसके समक्ष आ रही चुनौतियां से निपटने के लिए एक नीति की जरूरत है।

वि

धान फ्रेगरेंस फर्म की स्थापना 1989 में हुई थी। इससे पहले साबुन बनाने का पूषतेनी काम था। सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने कहा कि मेरी रुचि अगरबत्ती उद्योग में थी और क्योंकि यह कारोबार कम पूंजी में शुरू हो जाता था। इसलिए मैंने अपनी कंपनी शुरू की। विधान फ्रेगरेंस कंपनी का पूरे राजस्थान में नेटवर्क है। इसके अलावा वह महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, गुजरात, बिहार, उड़ीसा, हरियाणा और पंजाब तक अपने उत्पादों की आपूर्ति करती है। कंपनी ने उत्तर प्रदेश में भी अपने डिस्ट्रीब्यूटर नियुक्त कर रखे हैं। कंपनी के पास अगरबत्ती, धूप, गीला धूप, ड्राई स्टिक, कोन, सांभ्राणी, जोत बत्ती, हवन सामग्री और कपूर सहित 150 से अधिक उत्पाद हैं। कंपनी के उत्पाद ई-कॉमर्स वेबसाइट के जरिए ऑनलाइन सेल पर भी हैं। लालचंद पुरस्वानी के बेटे लक्ष्य पुरस्वानी और भाई किशोर पुरस्वानी और उनके बेटे साहिल पुरस्वानी उत्पादन, मार्केटिंग और सेल्स का काम देखते हैं। किशोर भाई के बेटे ने बताया कि वह बीते 5-6 वर्षों से प्रोडक्शन और मार्केटिंग का काम देख रहे हैं।

सुगंध इंडिया से बातचीत में लालचंद जी ने बताया कि वह जब इस उद्योग में आए थे तो, उस समय कारोबार कुछ लोगों के हाथ में था। पहले बंगलुरु प्रमुख था, लेकिन अब देशभर में इंदौर सबसे आगे है। इसके अलावा अधिकांश राज्यों में भी ब्रांडेड कंपनियां आ गई हैं। गुजरात में अहमदाबाद, महाराष्ट्र में मुंबई नागपुर, राजस्थान में जयपुर और अजमेर अगरबत्ती उत्पादन में तेजी से बढ़े हैं। उन्होंने कहा कि हालांकि राजस्थान में स्थानीय उत्पादकों के अलावा इंदौर और बंगलुरु का माल भी खपता है, लेकिन अहमदाबाद की कंपनियों का मार्केट कम है। उन्होंने कहा कि सभी कंपनियों के उत्पाद क्वालिटी, मार्केटिंग व रिलेशन से चलते हैं। विधान फ्रेगरेंस की जयपुर में अच्छी पकड़ है और वह लगभग 100 डिस्ट्रीब्यूटर के जरिए पूरे राज्य में सप्लाय करती है। दूसरे राज्यों में अपने उत्पाद पहुंचाने संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि 13-14 वर्ष पहले जब गीली धूप का काम शुरू किया तो उसका स्कोप राजस्थान में कम था। इसलिए हमने दूसरे राज्यों में इसकी मार्केटिंग की, जिसे लोगों ने पसंद किया।

लालचंद पुरस्वानी जी ने एक सवाल के जवाब में कहा कि एक उत्पादक के तौर पर 33 वर्षों से वह प्रतिदिन नई चुनौतियों का सामना करते हैं। अपने ब्रांड के कितने भी उत्पाद निकाल लो चलते सिर्फ 3-4 ही हैं। इसके अलावा महंगाई उद्योग के लिए सबसे बड़ी चुनौती है। कोई भी उत्पाद निकलने से पहले पूरा ध्यान इस पर रहता है कि उसकी कीमत किस तरह बाजार में चल रहे दूसरे उत्पादों के मुकाबले कम रखें। नई रेंज लाने से पहले सबसे पहले प्राइस वार से निपटना पड़ता है और इसका कोई समाधान दिखाई नहीं देता। कच्चे माल की कीमत प्रतिदिन बढ़ रही है। ऐसे में कभी अपने पैकेट में काड़ी या वजन कम करना, बॉक्स से जीपर पर लाना जैसे उपाय करने पड़ रहे हैं। उन्होंने कहा कि रु.50 वाले उत्पाद अब 25-30 रुपए में बिक रहे हैं। उधारी का भी ट्रेंड बढ़ रहा है और साथ में डिस्काउंट भी देना पड़ रहा है। उन्होंने सवाल किया कि आखिर अगरबत्ती उद्योग में यह कब तक चलेगा?

अगरबत्ती एसोशिएशन द्वारा इस पर ठोस कदम उठाने संबंधी सुझाव पर लालचंद जी के भाई किशोर भाई ने कहा कि राज्य का संगठन इस पर कुछ नहीं कर पा रहा है, लेकिन सभी उत्पादकों को इस पर बैठकर सोचना होगा। उन्होंने कहा कि लोकल निर्माता से ज्यादा समस्या नहीं है। असल चुनौती बड़ी कंपनियों से है, क्योंकि प्राइस वार उन्होंने शुरू किया है। इसलिए अब उन सभी को बैठकर स्थायित्व के लिए एक नीति बनानी होगी। उन्होंने कहा कि नए उत्पाद के लिए

मार्केट में बड़े डिस्ट्रीब्यूटर बड़ी कंपनियों के उत्पाद तुरंत ले लेते हैं, लेकिन मध्यम दर्जे के उत्पादकों को बेहतर क्वालिटी के बावजूद ज्यादा स्कीम और डिस्काउंट देना पड़ता है। वहीं लोकल उत्पादक अपने दम पर मार्केटिंग कर लेते हैं।

सुगंध के ट्रेंड संबंधी सवाल पर किशोर भाई ने कहा कि राजस्थान में गुलाब, मोगरा, चंदन ही मुख्य रूप से चलता है। उद का भी चलन बढ़ा है। नई जनरेशन फ्रेंच और फाइन फ्रेगरेंस पसंद करती है। उन्होंने कहा कि बंबू लेस के कारण अगरबत्ती का कारोबार थोड़ा डाउन हुआ है।

वहीं लालचंद जी के बेटे लक्ष्य जी ने कहा कि उद्योग में चुनौतियां बढ़ रही हैं। उत्पादन, मार्केटिंग, सेल्स और मजदूरों की समस्या कठिन होती जा रही है। कच्चे माल की कीमत बढ़ रही है, जबकि मार्केट में उत्पादों की कीमत घट रही है। अपने उत्पाद को दूसरे राज्यों में खसकर दूर के राज्यों में बेचने में काफी भाड़ा लग जाता है। उन्होंने कहा कि ऐसे में प्रीमियम उत्पादों में मार्जिन अच्छा होता है। अच्छे मार्जिन होने से बाकी खर्च भी हम अच्छे से देख सकते हैं। लोकल राजस्थान की मार्केट में हमारी पकड़ काफी अच्छी है लेकिन एक



समस्या यह सामने आती है कि दुकानदार बड़ी एफएमसीजी कंपनियों को भुगतान पहले करते हैं और हमें बाद में। इसका कारण है कि अगरबत्ती एक गैर जरूरी उत्पाद है।

किशोर भाई के बेटे साहिल जी ने बताया कि आज के युवा अगरबत्तियां नहीं जला रहे हैं। पूजा पाठ करना और अगरबत्ती जलाना अपनी आस्था पर निर्भर करता है। आज का युवा पैसा खर्च करने से कतराता नहीं है इसलिए हम उनके लिए प्रीमियम उत्पाद बना रहे हैं। युवा पीढ़ी के लिए हमारे उत्पाद ई-कॉमर्स वेबसाइट अमेज़ॉन व फ्लिपकार्ट पर भी उपलब्ध हैं। रूम फ्रेशनर के तौर पर भी उनके सामने बहुत सारे विकल्प हैं।

लक्ष्य भाई ने कहा कि आज डीमार्ट जैसे सुपर मार्केट कंपनियां भी एक चुनौती हैं। उदाहरण के तौर पर जो ड्राइ स्टिक एक दुकानदार 10 रु में बेचता है वही डीमार्ट में 5 रु में बिकती है और इससे मार्केट पर बहुत असर पड़ता है। अंत में भविष्य कि योजनाओं के बारे में बताते हुवे उन्होंने कहा कि फिलहाल वह पूरे भारत में अपने उत्पादों को स्थापित करना चाहते हैं और साथ ही और बेहतर क्वालिटी के उत्पाद मार्केट में लाना चाहते हैं। ●

बीआईसी ने अपनी उत्पाद श्रृंखला में जोड़े और नए उत्पाद



बंगलुरु स्थित बिंदू इन्सेंसे क्राफ्ट इस साल अगर्बत्ती से लेकर बांस रहित उत्पादों के सेगमेंट में कई नए उत्पादों के साथ बाजार में हलचल मचा रही है। कंपनी ने कोविड के बाद बिलकुल नए तरीके से काम शुरू किया और ग्राहकों को सर्वश्रेष्ठ गुणवत्ता प्रदान करने के लिए अपने उत्पाद श्रृंखला में वृद्धि की है। त्यौहारी सीजन नजदीक आने के साथ, बीआईसी ने अपने ब्रांड पंचवटी के तहत 2 और उत्पाद लॉन्च किए हैं। बीआईसी पंचवटी प्योर अत्तर और प्योर चंदन में पारंपरिक सदाबहार सुगंधों को एक नए तरीके से प्रीमियम अगर्बत्तियां के रूप में पेश किया गया है। ये दोनों उत्पाद चारकोल मुक्त हैं। दोनों ही उत्पाद 90 ग्राम की आकर्षक बॉक्स पैकेजिंग में 100/- रुपये की एमआरपी में हैं। कई नए उत्पादों के साथ बीआईसी त्यौहारी सीजन में घरों में होने वाली प्रार्थनाओं का हिस्सा बनने के लिए पूरी तरह तैयार है। ●

बालाजी ने धूप सेगमेंट को नए उत्पादों से किया अपग्रेड

गुणवत्ता और विश्वास बालाजी अगर्बत्ती कंपनी के पर्याय हैं। कंपनी की दुनिया भर में उपस्थिति है, विशेष रूप से प्रीमियम सेगमेंट में सर्वोत्तम अगर्बत्ती उत्पादों के साथ। बांस-रहित उत्पादों के बढ़ते चलन के साथ, बालाजी अगर्बत्ती कंपनी ने पिछले 2 वर्षों में कई धूप उत्पाद पेश किए हैं जिसमें 80 रुपए एमआरपी के 100 ग्राम जार में धूप और कोन सेगमेंट में कई सुगंध में उत्पादों शामिल है। इस त्यौहारी सीजन में, बालाजी अगर्बत्ती ने 3 सुगंधों में धूप उत्पाद- कस्तूरी, बेल फूल और केसर चंदन, रु.30 के नए सेगमेंट में जारी किए हैं। थिक धूप में कस्तूरी और बेल फूल पहले से ही हिट हैं। इन दोनों के साथ, बालाजी इन्सेंस ने एक नई सुगंध - केसर चंदन पेश की है। एक ऐसा कॉम्बिनेशन जो मंत्रमुग्ध करने में कभी असफल नहीं होता। ये सभी उत्पाद आकर्षक बॉक्स पैकेजिंग में आते हैं। प्रीमियम गुणवत्ता और लंबे समय तक चलने वाली सुगंध के इस उत्पाद के प्रत्येक पैक में 14 स्टिक हैं। इस रेंज में प्योर सैंडल की भारी सफलता के बाद, बालाजी अगर्बत्ती कंपनी ने अपने रु.45 सेगमेंट में प्रीमियम गुणवत्ता वाली प्योर रोज धूप स्टिक भी जोड़ दी है। बालाजी अगर्बत्ती कंपनी ने अपने उच्च गुणवत्ता वाले उत्पादों के साथ हमेशा सभी बाजारों में प्रीमियम सेगमेंट में मानक स्थापित किए हैं। ●



त्यौहारी सीजन के दौरान आरकेटी की 5 फीट की अगर्बत्ती की मांग ज़ोरो पर

नागपुर स्थित ठकराल समूह महाराष्ट्र से निकलने वाले प्रमुख ब्रांडों में से एक है। त्यौहारी सीजन की शुरुआत के साथ अगर्बत्ती उत्पादों, खासकर लंबी अगर्बत्तियों की बिक्री बढ़ जाती है। गणेश चतुर्थी पश्चिमी भारत में त्यौहारों के मौसम की शुरुआत का प्रतीक है और आरकेटी महा जंबो-केसरफूल - केसर युक्त अगर्बत्ती की पश्चिमी महाराष्ट्र में, विशेष रूप से सूरत, पुणे और मुंबई में उल्लेखनीय मांग देखी जा रही है। आरकेटी महा जंबो 5 फीट लंबी है और 4 आकर्षक रंगों और सुगंधों में आती है - सुनहरा (सैंडल), बैंगनी (केसरफूल), गुलाबी (डार्क रोज), हरा (इंटिमेंट)। जलने का समय लगभग 24 घंटे है जो पूरे दिन तक चलती है! 2 फीट लम्बाई में आरकेटी रेड फ्लोरा भी इस त्यौहारी सीजन के दौरान उच्च मांग में है। ठकराल समूह अगर्बत्ती उद्योग में एक प्रसिद्ध नाम है, जिसका 'सफारी बिग' ब्रांड उद्योग में पाउच पैकेजिंग में अग्रणी है। फूलों की तेज़ खुशबू और आकर्षक डिजाइन ने सफारी बिग को महाराष्ट्र के बाजार में तुरंत हिट बना दिया। कंपनी ने अगर्बत्ती उद्योग में पैकेजिंग में क्रांति लाई थी क्योंकि पाउच पैकेजिंग बॉक्स की तुलना में पतली और वजन में हल्की होती है और इसमें उच्च सामग्री होती है। इससे कम जगह में अधिक मात्रा में परिवहन और भंडारण करना आसान और सस्ता हो गया है। ●

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



निशान के नए उत्पादों की बाज़ार में एंट्री

त्योहारी सीजन नजदीक आने के साथ, निशान प्रोडक्ट्स ने अगरबत्ती व धूप उत्पादों की एक बड़ी श्रृंखला जारी की है। सांब्रानी कप की लोकप्रियता देश भर में बढ़ रही है। इसके चलते निशान ने पिंक रोज और केशर चंदन की सुगंध में प्रीमियम सांब्रानी धूप कप पेश किये हैं। 12 कप के आकर्षक बॉक्स पैकिंग की कीमत रु. 70 एमआरपी है। बांस-रहित उत्पादों के बढ़ते चलन के कारण प्रीमियम गीली धूप का बाजार बढ़ रहा है। इसके चलते निशान ने एम्ब्रोसिया, रॉयल क्राउन, मैग्नेट, नेचुरल वुड्स, द फर्न और केशर चंदन सुगंध में प्रीमियम जंबो वेट धूप में फेंसी कलेक्शन लॉन्च की है। प्रत्येक डिब्बे में 10 स्टिक हैं, जिसकी कीमत रु. 70 एमआरपी. निशान ने जार में प्रीमियम ड्राई धूप स्टिक भी लॉन्च की हैं जिसमें छह सुगंध शामिल हैं: ग्रीन अरोमा, रॉयल ब्लू, ऑरेंज ऑरो, येलो स्टार, ग्रे हेवन और रेड डिजायर। कंपनी स्कीम के तहत इसकी 1 डजन की खरीद पर 35 रु एमआरपी का अगरबत्ती पाउच फ्री दे रही है। अहमदाबाद स्थित निशान प्रोडक्ट्स अगरबत्ती उद्योग में एक प्रमुख ब्रांड है, जिसे विशेष रूप से गुजरात में पसंद किया जाता है। ब्रांड की विशेषता है ग्राहकों को वाजिब दामों में आकर्षक नयी सुगंध देने में है। ●



बांस रहित सेगमेंट में फॉरेस्ट फ्रेगरेंस के नए उत्पाद

बेंगलुरु स्थित फॉरेस्ट फ्रेगरेंस की पूरे भारत के बाजारों में एक अग्रणी ब्रांड के रूप में उपस्थिति है। कंपनी सभी अगरबत्ती उत्पाद श्रेणियों में सर्वोत्तम गुणवत्ता प्रदान करती है। त्योहारी सीजन की शुरुआत के साथ, फॉरेस्ट फ्रेगरेंस बाजार में आकर्षक अगरबत्ती व धूप उत्पाद ला रहा है। इस महीने यह बांस रहित सेगमेंट में फॉरेस्ट चार आकर्षक उत्पाद लेकर आया है। फॉरेस्ट नमन और फॉरेस्ट लोबन प्रीमियम सांब्रानी धूप उत्पाद हैं जबकि फॉरेस्ट गुग्गल सांब्रानी और फॉरेस्ट दर्शन प्रीमियम गीले धूप उत्पाद हैं। आपकी प्रार्थनाओं के लिए ये उत्पादों अपनी सुगंध से आपके घर में पवित्रता का एहसास कराते हैं। ●

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



जेसल प्रोडक्ट्स ने लांच किये बांस-रहित उत्पाद

अहमदाबाद की जेसल प्रोडक्ट्स गुजरात के एक प्रमुख अगरबत्ती ब्रांड के रूप में उभरी है। जेसल नयी नयी तरह की सुगंधों में अगरबत्ती उत्पादों की एक बड़ी श्रृंखला के लिए प्रसिद्ध है। त्योहारी सीजन के चलते जेसल ने बांस-रहित सेगमेंट में प्रवेश किया है। जेसल ने प्रीमियम ड्राई धूप स्टिक को 10-स्टिक और 100-ग्राम बॉक्स पैकेजिंग में जारी की है। सेंटिनोल, अरेबियन अवध, बेला के फूल, केसर कस्तूरी, चंदन, गुलाब और गुगल की सुगंध में यह उत्पाद उपलब्ध हैं। इसके साथ ही जेसल ने अपनी प्रीमियम धूप कप रेंज भी प्रस्तुत की है, जिसमें दो सुगंध हैं: गुगल और लोबन। 12 कप प्रति बॉक्स में इसकी कीमत रु 75 एमआरपी है। अगरबत्ती सेगमेंट के लिए, जेसल की पेशकश लगातार आकर्षित करती आयी है। 100-ग्राम पैकेज में दो अलग प्राइस सेगमेंट में जेसल ने उत्पाद जारी किये हैं। 65 रु एमआरपी में ऑस्कर, ओशन वेक्स, मॉर्निंग मिस्ट और सेंटिनोल और 90 रु एमआरपी में वियना, स्ट्रीट वॉक, रेड मस्क और डेनिस हैं। इनोवेशन के प्रति जेसल की प्रतिबद्धता दो अतिरिक्त उत्पादों के लॉन्च से स्पष्ट है: 3 इन 1 अभिनंदन और 2 इन 1 विहान। ये प्रीमियम वाइट स्टिक 400-ग्राम जिपर पैकिंग में हैं, जिनकी कीमत रु 140 एमआरपी है। ●

भारत की नंबर 1 देवदर्शन स्पेशल धूप स्टिक्स

1954 में स्थापना से ही देवदर्शन की विशेषता 20 व 10 स्टिक वाले स्पेशल पाउच में रही है। सम्पूर्ण भारत में अपनी एक समान क्वालिटी और उत्पाद में उपयोग की गयी सामग्री के चलते बाजार में देवदर्शन की सबसे अधिक हिस्सेदारी है और इसी के चलते समूह ने अपनी विरासत स्थापित की है। देवदर्शन स्पेशल धूप स्टिक्स उत्तर भारत को छोड़कर बाकी सभी जगह गीली धूप के नाम से जानी जाती है। मार्केट सर्वे के अनुसार देवदर्शन स्पेशल धूप का 10 स्टिक वाला पैक मार्केट में सबसे आगे है। देवदर्शन के इस उत्पाद की देशभर में मोनोपॉली है। क्वालिटी बनाये रखने के लिए कंपनी ने इसमें इम्पोर्टेड और हिमालय की जड़ी बूटी का उद्योग किया है। देश ही नहीं विदेशों में भी गुणवत्ता बनाए रखने के लिए देवदर्शन विशेष सराहना का पात्र है। देवदर्शन के इसी समर्पण के कारण ग्राहकों में ब्रांड के प्रति विश्वास बना है। क्वालिटी और कीमत बनाये रखते हुवे देव दर्शन ने कई उत्पाद श्रृंखला में विस्तार किया है। देव दर्शन भारत की एक अग्रणी कंपनी है जो अपने उत्पादों की गुणवत्ता बनाये रखने के साथ साथ मार्केट की डिमांड को भी पूरा करती है। ●



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

RSFTM
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 Chinhath Industrial Area, Deva Road, Lucknow-226019

Email: info@rsfragrances.com, rishi@rsfragrances.com, sagar@rsfragrances.com

Mobile: +91-9838003800, +91-9628811112 • Fax: +91-522-2230032 I Web: www.rsfragrances.co.in

श्री साई जालाराम अगरबत्ती के देशभर में खुलेंगे 100 आउटलेट्स: गणेश चौधरी

►► श्री साई जालाराम अगरबत्ती के 16 आउटलेट्स पर बिकते हैं प्रीमियम ब्रांड



श्री साई जालाराम अगरबत्ती के सूरत स्थित आउटलेट्स अगरबत्ती, धूप, कोन, सांब्रानी कप आदि उत्पादों के लिए बहुत ही प्रतिष्ठित शोरूम है। श्री साई जालाराम के 16 आउटलेट्स हैं, जिनमें सूरत में 11, बड़ौदा, नासिक और मध्यप्रदेश के सेंधवा में एक-एक आउटलेट्स चल रहे हैं। श्री जालाराम अगरबत्ती के प्रमुख श्री गणेश चौधरी ने सुगंध इंडिया से बातचीत में बताया कि भविष्य में वह देशभर में 100 से अधिक आउटलेट्स स्थापित करना चाहते हैं। श्री साई जालाराम अगरबत्ती की स्थापना 2003 में हुई थी। श्री गणेश चौधरी ने बताया कि पहले 10.10 की एक छोटी सी जगह से उन्होंने अपना कारखाना शुरू किया था। आज उनके पास चार गोदाम और 16 आउटलेट्स हैं। उनके शोरूम में बेस्ट क्वालिटी के उत्पाद बिकते हैं और यही कारण है कि सूरत से बाहर भी काउंटर पर प्रीमियम क्वालिटी की अगरबत्तियों की जबरदस्त मांग रहती है। वह खुद सेंटेंड अगरबत्ती, मसाला अगरबत्ती और हैंडमेड अगरबत्ती बनाते हैं। उनके सारे उत्पाद इन हाउस बनाए जाते हैं, जिसमें परफ्यूम, फ्रेगरेंस और इत्र का भी उत्पादन होता है। इसके अलावा उनके काउंटर पर दूसरी कंपनियों के उत्पाद मुख्यतः डेल्टा की पूरी सीरीज और बालाजी, मिस्बाह, बीआईसी, आईटीसी और साइकिल जैसे प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद रहते हैं। उन्होंने बताया कि उनके काउंटर पर ग्राहक हाई क्वालिटी के उत्पाद मांगने आते हैं। उनका अपना ब्रांड 100 ग्राम के बॉक्स पैक में 200 से रु.300 की एमआरपी में सबसे ज्यादा बिकता है।

सु

गंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में गणेश चौधरी ने बताया कि उनके पास दिल्ली, हैदराबाद व कुछ अन्य बड़े शहरों से भी फोन पर लोग धूप अगरबत्ती की मांग करते हैं, तो वह उन्हें रु.1000 तक की कीमत वाले उत्पाद बिना डिलीवरी चार्ज के कुरियर से भेजते हैं। उनके पास 500 रुपए से अधिक रेंज की धूप, अगरबत्ती, ड्राई स्टिक उत्पाद चलते हैं। उनके काउंटर पर मुख्यतः प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद बिकते हैं, लेकिन इकोनामी उत्पाद भी रखते हैं। उन्होंने बताया कि उनके यहां रु.20 से लेकर रु.500 तक के 100 ग्राम पैकिंग तक के उत्पाद बिकते हैं। इसके अलावा रु.60 से रु.250 की एमआरपी वाले उत्पाद भी चलते हैं। उन्होंने बताया कि 100 ग्राम में सिर्फ बॉक्स और जार पैकिंग ही वह रखते हैं। उनके यहां पाउच नहीं चलता।

कारोबार में आ रही चुनौती संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि उन्हें ऐसी कोई चुनौती नहीं लगती। यदि आप बेस्ट क्वालिटी का उत्पाद रखते हैं, तो ग्राहक खुद ढूंढते हुए आते हैं। वह बताते हैं कि इस उद्योग में वह इसलिए आए थे क्योंकि लोगों ने बताया कि इस कारोबार में घाटा नहीं होता, जबकि इससे पूर्व वह अन्य व्यवसाय कर चुके थे, जिसमें उन्हें घाटा हो रहा था। उन्होंने बताया कि सूरत में लूज अगरबत्ती का कारोबार बहुत फायदेमंद साबित हो रहा है। कस्टमर क्वालिटी की बात करता है। वह रेट नहीं देखता। यही कारण है कि वह खुद मार्केट में अपने उत्पाद बेचने नहीं जाते बल्कि रिटेलर खुद उनके पास माल लेने आते हैं। उन्होंने बताया कि बेस्ट क्वालिटी का उत्पाद देने के



लिए ही उन्होंने अपना खुद का ब्रांड शुरू किया। धीरे-धीरे कस्टमर जुड़ते गए और आज हम इसलिए सफल हो सके कि कस्टमर हमारे यहां से जो उत्पाद लेता है। उससे उसको पूरी संतुष्टि मिलती है।

उन्होंने कहा कि रा मटेरियल की कीमत बढ़ती है, तो हम पर असर नहीं पड़ता, क्योंकि हम क्वालिटी बेहतर दे रहे हैं। इसलिए उत्पाद की जो लागत है। कस्टमर भी उसे खुशी से देते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि उनके काउंटर से 70% प्रीमियम उत्पाद बिकते हैं। इकोनामी के उत्पाद 30% ही चलते हैं। उन्होंने बताया कि अब धूप स्टिक की मांग बढ़कर 30% हो गई है। यही कारण है कि वह धूप स्टिक और अगरबत्ती दोनों का उत्पादन करते हैं। इसके अलावा उनके पास डेल्टा का काम पूरे गुजरात का है। वह सूरत में बालाजी, मिस्बाह, बीआईसी, आईटीसी, साइकिल भी बेचते हैं। उन्होंने कहा कि धूप में हरि दर्शन यहां ठीक-ठाक चलता है। जेड ब्लैक का मंथन और कुछ अन्य अच्छी कंपनियों के भी धूप वह रखते हैं। उन्होंने बताया कि सूरत में लूज का मार्केट 70% है और केवल 30% ही ब्रांडेड कंपनियों के उत्पाद चलते हैं।

उनके काउंटर पर बालाजी, बीसीआई, फॉरेस्ट और मिस्बाह भी चलते हैं और कप में डेल्टा चलता है। जेड ब्लैक व साइकिल का अगरबत्ती का काम सीमित है। बालाजी प्रीमियम है इस कारण यहां नंबर 1 पर है। इकोनामी में ही साइकिल और जेड ब्लैक के उत्पाद चलते हैं। वैसे गुजरात में रु.50 का जीपर ज्यादा चलता है। उन्होंने बताया कि धूप का बाजार 35% हो गया है और उसमें भी ड्राई धूप की मांग ज्यादा है। सूरत की बात करें तो यहां गीला धूप ज्यादा चलता है। बालाजी, बीआईसी, मंथन, बंसी 20 से रु.25 की एमआरपी में चलते हैं। प्रीमियम में गीली धूप का अच्छा मार्केट है। उन्होंने बताया कि ड्राई धूप में श्री साई जालाराम उनका खुद का ब्रांड ज्यादा बिकता है। ब्रांडेड के रेट में ही हम 100-200 ग्राम का पैक उसी रेट पर देते हैं। इसलिए लोग हमारा माल ज्यादा लेते हैं। ड्राई धूप में ढाई सौ ग्राम का भी पैक लेकर हम आए हैं, जो 100 ग्राम में पहले चलता था। धूप में हमारे यहां रु.100 का ज्यादा चलता है, जबकि मार्केट में वह रु.50 का है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि मंथन का मार्केट बड़ा है, लेकिन हमारी धूप ज्यादा चलती है। यहां बेंगलुरु और अहमदाबाद के 1-2 प्रीमियम उत्पाद ही चलते हैं। खासतौर पर निशान, जनक, फ्लोरिश, आदि चलते हैं। मुंबई के भी कुछ ब्रांड चलते हैं और राजस्थान का बंसी भी पसंद किया जाता है। बंगलुरु के निखिल की भी एक दो रेंज चलती है। कप का मार्केट तेजी से बढ़ रहा है। उसमें भी डेल्टा की मांग ज्यादा है। इसके अलावा साउथ की भी कुछ कंपनियों के कप चलते हैं। उन्होंने बताया कि एक बार जो डेल्टा का कप लेता है वह दोबारा उसे लेने आता है। उद्योग की समस्याओं संबंधी सवाल पर चौधरी जी ने कहा कि जीएसटी में रिफंड देर से मिलता है। इससे पैसा फंसा रहता है और कारोबार बढ़ाने में दिक्कत होती है। उन्होंने कहा कि रिफंड तो आ जाता है, लेकिन उसमें देरी होती है।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि रोल ऑन अतर में भी उनके उत्पाद ही ज्यादा बेहतर बिकते हैं। बालाजी का चंदन सबसे बेहतर है। उन्होंने कहा कि यहां एक ग्राहक उनकी दुकान से औसतन 300 से रु.400 की खरीदारी प्रतिमाह करते हैं। उन्होंने कहा कि क्योंकि सूरत कपड़ा और डायमंड उद्योग का केंद्र है। इसलिए यहां श्रमिक भी ज्यादा है, जो 100-200 रुपए ही खर्च करते हैं। यहां प्रीमियम में हाईएस्ट रेट 4 से 5 हजार रुपए तक की भी खरीदारी लोग करते हैं। उन्होंने बताया कि भविष्य में उनकी योजना 100 आउटलेट्स खोलने की है। इस वर्ष तक चार-पांच और आउटलेट्स खोलने हैं, क्योंकि कई शहरों से आउटलेट्स खोलने की मांग आ रही है। ●

Mr. Ganesh Chaudhari
M/s. SHREE SAI JALARAM AGARBATTI
Factory : 50-51, Navjeevan Industries, Near Sosyo Circle,
Udhna, Surat-395002
Mobile : 9898367444

सूरत में लूज उत्पादों का सर्वाधिक मार्केट: नरेश



अगरबत्ती, गीली धूप, ड्राई स्टिक, सांब्रानी कप के उत्पादन में इस्तेमाल होने वाले रा मटेरियल की बेतहाशा बढ़ रही कीमतों के अलावा पैकेजिंग, ट्रांसपोर्टेशन, और मार्केटिंग नेटवर्क की लागत दिन दूनी रात चौगुनी बढ़ रही है। इसको देखते हुए सूरत के धूप और अगरबत्ती मैन्युफैक्चरर्स ने लूज अगरबत्ती और धूप उत्पादों का चलन शुरू किया है। सूरत के आरती अगरबत्ती ब्रांड के प्रमुख नरेश जी ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि लूज अगरबत्ती बनाने और बेचने से उत्पादों की कीमतें नियंत्रित रहती हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यदि कंपनी प्रीमियम क्वालिटी की लूज अगरबत्ती बेचती है तो वह 900 रूपए किलो में बिक जाती है और यही अगर ब्रांडेड में बेची जाए तो उसकी पैकेजिंग, ट्रांसपोर्टेशन और मार्केटिंग की लागत मिलाकर कीमत 3 गुना हो जाती है। अर्थात् अच्छी गुणवत्ता वाली रु .900 किलो की अगरबत्ती 2700 रूपए की हो जाएगी। यही कारण है कि कंपनी लूज अगरबत्ती, धूप और ड्राई स्टिक के उत्पादन पर ज्यादा काम करती है। आरती अगरबत्ती समूह के अंतर्गत तीन कंपनियां हैं, जिसमें आरती ट्रेडिंग, आस्था मैन्युफैक्चरर और आरती अगरबत्ती कंपनी हैं। हालांकि आरती ब्रांड के अधिकांश उत्पाद बॉक्स पैकिंग में हैं, लेकिन कंपनी का सबसे ज्यादा काम लूज अगरबत्ती और धूप के उत्पादन का है। आरती अगरबत्ती के पास सच्चे साई गॉडगिफ्ट के गुजरात में वितरण का भी काम है।

गु

गुजरात के जूनागढ़ से अगरबत्ती कारोबार सूरत में शुरू करने वाले नरेश जी का सूरत में अपना एक शानदार आउटलेट है। आरती ब्रांड के तहत धूप, अगरबत्ती, ड्राई स्टिक और सांब्रानी कप आदि उत्पादों के 500 से अधिक रेंज प्रीमियम एवं इकोनामी क्वालिटी में हैं। आउटलेट से बड़े पैमाने पर यह उत्पाद बिकते हैं। सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में नरेश जी ने बताया कि आरती ब्रांड की शुरुआत 1993 से हुई थी। उन्होंने बताया कि गुजरात में सांब्रानी कप, गीला व सूखा धूप की शुरुआत उन्होंने की थी। एक दशक पहले गुजरात और महाराष्ट्र में लोग गीला धूप, कप ड्राई धूप के बारे में नहीं जानते थे। इसकी शुरुआत सबसे पहले हमने की। आरती अगरबत्ती के आउटलेट पर उसके अपने उत्पादों के अलावा गॉडगिफ्ट, साइकिल, जेड ब्लैक, बालाजी, हरी दर्शन, जी टी इंडिया, शालीमार, अमृथा, आशिका सहित कई प्रीमियम क्वालिटी की ब्रांडेड कंपनियों के

उत्पाद भी बिकते हैं। कंपनी के उत्पाद पूरे सूरत के अलावा गुजरात और महाराष्ट्र में भी आपूर्ति किए जाते हैं।

कंपनी की भविष्य संबंधी योजना के सवाल पर नरेश जी ने कहा कि वह बड़े पैमाने पर हाई क्वालिटी के लूज उत्पादों के उत्पादन में जुटे हैं। कंपनी का पूरा ध्यान लूज उत्पादों के प्रोडक्शन पर रहता है। उन्होंने कहा कि लूज अगरबत्ती और धूप का चलन बढ़ने से उपभोक्ताओं को कम कीमत में प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद मिल सकेंगे। उन्होंने बताया कि जैसे उनके लूज अगरबत्ती और धूप उत्पादों का इस्तेमाल कई कंपनियों अपनी ब्रांडिंग, लेबलिंग व पैकेजिंग करके कर रहे हैं। कंपनी रु.900 में प्रीमियम क्वालिटी की खुली अगरबत्ती बेचती है। उन्होंने कहा कि इसी को अगर पैकेजिंग करके बेचते हैं तो उत्पादों की कीमत 3 गुना बढ़ जाता है। यह अलग बात है कि इससे हमारी ब्रांडिंग नहीं हो पाती, लेकिन आरती ब्रांड के जरिए हम अपने बेस्ट उत्पाद उपभोक्ताओं को दे रहे हैं। उन्होंने बताया कि अधिकांश



कम रेट में दें सकें। यही कारण है कि हम क्वालिटी से कोई समझौता नहीं करते। उन्होंने बताया कि गुजरात में छोटे उत्पादक और ब्रांडेड वाले उत्पाद भी हैं, लेकिन हमारी उनके साथ कोई प्रतिस्पर्धा नहीं है। उन्होंने बताया कि जब चीन से रॉ अगारबत्ती का आयात बंद हो गया तो वह 2 वर्ष तक उसी रेट पर बेस्ट क्वालिटी की लूज अगारबत्ती की आपूर्ति उद्योग को करते रहे थे। उन्होंने बताया कि कारोबार को बढ़ाने की योजना है, लेकिन काम देखने वाले पारिवारिक लोगों की संख्या कम है। इसलिए धीरे-धीरे ही कारोबार को बढ़ाया जा रहा है। उन्होंने कहा कि सूत में धूप का मार्केट अब 10% हो गया है। अगले दो-तीन वर्षों में धूप, ड्राई स्टिक का मार्केट 50% हो जाने की संभावना है, क्योंकि अगारबत्ती में बांस के इस्तेमाल को लेकर काफी विवाद है। उन्होंने बताया कि उनके आउटलेट काउंटर से ज्यादा बिकने वाली अगारबत्तियों में गॉडगिफ्ट और बालाजी जैसे प्रीमियम ब्रांड हैं। रेगुलर में प्रीमियम क्वालिटी की खरीद हमारे ही ब्रांड की होती है। उन्होंने बताया कि यहां सबसे अधिक बिकने वाले उत्पादों में बालाजी, साइकिल, जेड ब्लैक हैं। इसके अलावा शालीमार, साई फ्लोरा और फॉरेस्ट की मांग उनके काउंटर पर ज्यादा है। औसतन रु.50 की एमआरपी वाले उत्पाद यहां ज्यादा बिकते हैं। लूज प्रीमियम उत्पादों की मांग उससे भी ज्यादा है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यहां गुजरात के लोकल ब्रांड और लूज उत्पादों का बाजार पर 70% कब्जा है। 30% में बाहर के ब्रांड चलते हैं। वैसे भी सूत का बाजार आपसी संपर्क से चलता है और यहां सस्ते से सस्ते और महंगे से महंगे उत्पाद भी बिकते हैं। उन्होंने बताया कि धूप में एकाॅनोमी में जेड ब्लैक का मंथन और सच्चे साई चलते हैं और प्रीमियम में बालाजी का धूप है। ड्राई स्टिक की सबसे ज्यादा मांग है। गीला धूप उससे कम चलती है। प्रीमियम में बालाजी के रु.100 की एमआरपी वाले उत्पाद चलते हैं। ड्राई स्टिक में ज्यादा मार्केट रु.50 के उत्पादों की है। गीली धूप 100 ग्राम का पैक रु.50 में चलता है है। उन्होंने बताया कि जीपर में 200 ग्राम के पैक की मांग तेजी से बढ़ी है।

सांब्राणी कप के चलन संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि वह लोकल उत्पादकों का ही ज्यादा बिकता है। ब्रांडेड में डेल्टा, करिश्मा आदि कई अगारबत्ती ब्रांड के सांब्राणी उत्पाद अलग अलग इलाकों में चलते हैं। कैफर में ब्रांडेड राजकला कोल्हापुर का चलता है। इसके अलावा आरती ब्रांड का भी कैफर पसंद किया जाता है। उन्होंने बताया कि रोल आन का मार्केट यहां अच्छा है। रोज और मोगरा आदि की मांग है। बालाजी का चंदन प्रीमियम में पसंद किया जाता है। इसके अलावा लोकल और इंपोर्टेड रोल आन भी चलते हैं। ऐरोकेम रतलाम भी चलता है। चंदन टीका में हरिदर्शन सबसे बेहतर है। उसके बाद मनोहर और काशी का पाउडर टीका भी चलता है। ●

उपभोक्ता बिना ब्रांड नेम के उनके आउटलेट से उत्पाद खरीदते हैं, लेकिन इतना जरूर है कि वह उसका इस्तेमाल करने के बाद दूसरी बार उसको फिर ले जाते हैं। ज्यादातर प्रीमियम की मांग करने वाले उपभोक्ता ब्रांड के नाम से खरीदारी करते हैं।

सुगंध इंडिया से बातचीत में नरेश जी ने कहा कि अगारबत्ती उद्योग का भविष्य बहुत शानदार है। यहां आमतौर पर एक उपभोक्ता रु.200 प्रतिमाह धूप व अगारबत्ती उत्पादों पर खर्च करता है। यहां ड्राई स्टिक और लांग स्टिक का भी चलन तेजी से बढ़ रहा है। उन्होंने बताया कि उनके आउटलेट से उपभोक्ता हमेशा अच्छी क्वालिटी के उत्पाद मांगते हैं। उनके उत्पादों की मांग सूत, महाराष्ट्र, बिहार व अन्य राज्यों से भी होती है, लेकिन कंपनी मार्केट में लूज उत्पादों की आपूर्ति मुश्किल से कर पाती है। सिर्फ आरती ब्रांड ही पैकिंग में जाता है।

एक निर्माता होने के नाते चुनौतियों संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि प्रोडक्ट क्वालिटी को मॉटेन रखना एक चुनौती है। ताकि बेस्ट क्वालिटी कम से

Mr. Naresh
M/s. Aarti Agarbatti
 Dinesh Niwas, Chamunda Nagar, 9-10, Lambe Hanuman Rd, opp. Trikamnagar-1, Shilpa Park Society, Green Park Society, Varachha, Surat, Gujarat 395006
Mobile : 9924161449

सूरत में अगरबत्ती-धूप का बाजार बढ़ा : लक्ष्मण सोलंकी



सू

रत की श्री चामुंडा ट्रेडिंग कंपनी जेड ब्लैक की प्रमुख डिस्ट्रीब्यूटर है साथ ही उनके पास एस ए अगरबत्ती वर्क्स बेंगलुरु और टू-55 कपूर का भी काम है। और वह अगरबत्ती और पूजा सामग्रियों का देशभर में होलसेल सप्लाय करती है। कंपनी बीते 12 वर्षों से धूप, अगरबत्ती और सुगंध उद्योग में काम कर रही है। कंपनी के प्रमुख श्री लक्ष्मण सोलंकी ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि वह जेड ब्लैक के अलावा सहित अन्य कंपनियों के उत्पादों कैफर, अगरबत्ती, गीली धूप, ड्राई स्टिक और सांब्राणी कप का भी काम करते हैं। उन्होंने बताया कि सूरत में लूज अगरबत्ती का बड़े पैमाने पर चलन बढ़ा है। इसके अलावा अगरबत्ती की मार्केट 70 से 80% है। शेष में गीली धूप, ड्राई स्टिक आदि चलते हैं। इसके अलावा लक्ष्मण सोलंकी का खुद का भी ब्रांड है जिसकी अच्छी खासी मांग है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती और धूप उत्पादों का सूरत में बहुत बेहतर और निरंतर बढ़ रहा बाजार है। सूरत में सबसे ज्यादा बिकने वाली अगरबत्ती पर उन्होंने बताया कि जेड ब्लैक, बालाजी, निशान, आरसी, फ्लरिश, फॉरेस्ट, आदि चलते हैं। धूप का चलन इधर तेजी से बढ़ा है। बंगलुरु का मैसूर सुगंध और बालाजी प्रीमियम में काफी चलते हैं। उन्होंने बताया कि महाराष्ट्र के उत्पाद यहां कम चलते हैं। सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि सूरत में जीपर पैकिंग

के उत्पाद 50, 70, 100 और रु.150 की एमआरपी में चलते हैं। उन्होंने बताया कि धूप में मंथन का भी काम वह करते हैं। इसके अलावा सूखी धूप में सत्या, शाह फ्रेग्रेस काफी चलता है, लेकिन हमारे यहां जेड ब्लैक की मांग सबसे ज्यादा है। दूसरे वितरक अन्य ब्रांड भी चलाते हैं। उन्होंने एक सवाल के जवाब में कहा कि अगरबत्ती में ब्रांडेड के अलावा लूज अगरबत्ती का चलन भी काफी बढ़ा है। सांब्राणी कप में जेड ब्लैक, निशान, डेल्टा और साइकिल का नैवेद्य चलता है। उन्होंने बताया कि सांब्राणी की मार्केट तेजी से बढ़ रही है। इसके अलावा कपूर में बड़ौदा का 255 काफी पसंद किया जाता है। हरिदर्शन का चंदन टीका सबसे ज्यादा चलता है। इसके अलावा मनोहर का अष्टगंधा और काशी के पाउडर की भी मांग है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि हरी दर्शन का चंदन गीले में चलता है। रोल आन में पटेल, अल नुएम जैसे कई उत्पाद चलते हैं। वह एसएच केलकर के पपर्यूम भी बेचते हैं। यह सभी 35-40 रु. की एमआरपी से शुरू होते हैं। ●

Mr. Laxman Bhai

M/s. Shree Chamunda Trading Co.
305 & 306, Swaminarayan Nagar, Soc., Part-2,
Opp. Renuka Bhavan, Bombay Mkt. Road, Surat
Mobile : 8000321650

अगरबत्ती के लूज उत्पादों का बड़ा मार्केट है सूत

गुजरात का औद्योगिक शहर सूत मध्यकाल से अपने बंदरगाह के कारण प्रमुख व्यापारिक शहर रहा है, जहां मुगल शासकों, मराठों, पुर्तगालियों और अंग्रेजों का शासन रहा है। देश की आजादी के बाद सूत भी कपड़ा उद्योग के कारण गुजरात का मैनचेस्टर कहा जाता था। आधुनिक युग में भी सूत कृषि उत्पादों, कपड़ा उद्योग, जहाज निर्माण, सोने व चांदी के जरी के काम, सोने का निर्यात, हीरे की पॉलिश और कटिंग के लिए आज भी देश और दुनिया में चर्चित है। लगभग 50 लाख की आबादी वाले शहर में देशभर के कारोबारी और कारीगर यहां रहते हैं। व्यापारियों व कारोबारियों के इस औद्योगिक शहर में मध्यम वर्ग और श्रमिकों की भी एक बड़ी आबादी रहती है। प्राचीन शहर होने के कारण यहां के लोगों का खानपान, रहन सहन और उपभोक्ता वस्तुएं महंगी से महंगी और सस्ती से सस्ती इस्तेमाल होती हैं। अगरबत्ती, धूप और सुगंध उद्योग में यहां प्रीमियम से लेकर इकोनामी उत्पादों का भी अच्छा खासा बाजार है। सुगंध इंडिया ने सूत बाजार का व्यापक सर्वे के बाद पाया कि यह औद्योगिक शहर संभवतः देश का एकमात्र शहर है, जहां प्रीमियम क्वालिटी की अगरबत्ती, धूप, ड्राई स्टिक, और सांब्रानी कप का लूज में सर्वाधिक चलन है।

70% बाजार पर लूज माल का कब्जा

सुगंध इंडिया की मार्केट रिपोर्ट के अनुसार सूत में अगरबत्ती व धूप उद्योग का लगभग 70% बाजार लूज उत्पादों से चलता है। 30% में ही ब्रांडेड कंपनियों के उत्पादों का चलन है। सूत के स्थानीय उत्पादक हाई क्वालिटी के प्रीमियम उत्पादों से लेकर इकोनामी उत्पाद लूज में बेचते हैं। सूत में रु.100 प्रति किलो से लेकर हजार रुपए से अधिक किलो की कीमत के लूज अगरबत्ती और धूप बिकती है। सुगंध इंडिया टीम को सूत के कई मैनुफैक्चरर्स, डिस्ट्रीब्यूटर और रिटेलर्स ने बताया कि सूत में लोग प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद चाहते हैं, लेकिन मध्यमवर्ग और श्रमिक आबादी ज्यादा होने से उन्हें सस्ते में प्रीमियम उत्पाद चाहिए। अगरबत्ती, धूप व अन्य उत्पादों के उत्पादन में जो लागत आती है, उसमें 3 गुना लागत पैकिंग मटेरियल, डिस्ट्रीब्यूटर व रिटेलर के कमीशन और मार्केटिंग से बढ़ जाती है। इसलिए बड़े पैमाने पर लूज उत्पादों का चलन यहां शुरू हुआ है। एक मैनुफैक्चर ने बताया कि उनकी प्रीमियम अगरबत्ती 1000 रुपए प्रति किलो लूज में बिकती है। यदि यही माल वह पैकिंग करके मार्केट में डालें, तो उसकी कीमत रु.3000 प्रति किलो हो जाएगी। सूत में लूज अगरबत्ती सिर्फ दुकानों पर ही नहीं, बड़े शोरूम व मॉल में भी बिकती है।

सूत में अगरबत्ती धूप के हैं अनेक आउटलेट्स

सूत में अगरबत्ती उत्पादों के आउटलेट्स और रिटेल दुकानों का बहुत चलन है। खास-खास इलाकों में यहां कई आउटलेट्स हैं, जहां स्थानीय उत्पादकों के लूज उत्पादों के साथ ब्रांडेड कंपनियों के उत्पाद भी बिकते हैं। मार्केट रिपोर्ट के अनुसार सूत अगरबत्ती, धूप व अन्य उत्पादों के उत्पादन और खपत के लिहाज से बेहतर बाजार है। यहां अगरबत्ती, धूप, कप, ड्राई स्टिक उत्पादों के आउटलेट्स पर औसतन एक ग्राहक 200 से 400 रुपए की प्रतिमाह खरीदारी करता है। कुछ लोग 4 से 5 हजार रुपए तक की भी खरीदारी करते हैं। सूत बाजार में धूप की मांग लगभग 30% है, जबकि 70% में अगरबत्ती का चलन है। धूप में भी ड्राई स्टिक, गीली धूप और सांब्रानी कप का मार्केट 10% की रफ्तार से बढ़ रहा है। अगरबत्ती में लूज के अलावा यहां बॉक्स पैकिंग और जीपर दोनों का चलन है। जीपर में 50, 70, 100 और 150 रुपए की एमआरपी वाले उत्पाद ज्यादा चलते हैं। यहां के लूज अगरबत्ती उत्पादकों का माल देश भर की ब्रांडेड अगरबत्ती कंपनियों अपने उत्पादों में करती हैं और अपने ब्रांड के नाम से बेचती हैं।

प्रीमियम में लूज से लेकर ब्रांडेड तक का चलन

सूत में मसाला अगरबत्तियों का भी अच्छा खासा ट्रेंड है। अगरबत्ती में रिटेल काउंटर पर जेड ब्लैक, साइकिल, तिरुपति गॉडगिफ्ट, बालाजी, डेल्टा, बीआईसी, आईटीसी, फॉरेस्ट, निशान आदि के उत्पाद भी चलते हैं। इसके अलावा अमृता, आशिका, आरसी, फ्लरिश, मिस्बाह, शालीमार, साई फ्लोरा आदि के भी ग्राहक हैं। श्री साई जालाराम और आरती अगरबत्ती सूत के बड़े स्थानीय उत्पादक हैं जिनकी मार्केट मार्केट पर अच्छी पकड़ है। जेड ब्लैक और साइकिल अगरबत्ती का इकोनामी पैक 50 से 60 रुपए वाला



चलता है। इकोनामी में जीपर और प्रीमियम में बॉक्स पैकिंग का चलन है। यहां बंगलुरु, मुंबई और अहमदाबाद के कुछ प्रीमियम उत्पाद चलते हैं। बंगलुरु का भी निखिल का सीमित बाजार है और पुणे की रियल अगरबत्ती भी चलती है। बंगलुरु के पुराने ब्रांड जैसे परिमल मंदिर आउटलेट्स पर दिखाई देते हैं।

धूप का बन गया है 30% बाजार

रिपोर्ट के अनुसार यहां धूप और ड्राई स्टिक उत्पादों का बाजार 30% है, जिसमें बांस रहित उत्पादों कप, कोन और ड्राई स्टिक का चलन बढ़ रहा है। धूप में जेड ब्लैक का गीली धूप मंथन चलता है। गीली धूप में गॉडगिफ्ट और हरि दर्शन की भी मार्केट में उपस्थिति है। मंथन का 70% मार्केट पर कब्जा है, जबकि 30% में अन्य कंपनियों की गीली धूप चलती है। इसके अलावा बालाजी, बीआईसी, बंसी के उत्पाद 20 से रु.25 एमआरपी में चलते हैं। प्रीमियम में गीली धूप का भी अच्छा मार्केट है। ड्राई धूप में 100 से 200 ग्राम का पैक श्री साई जालाराम का चलता है, जबकि दूसरी ब्रांडेड कंपनियों का इतने ही ग्राम का पैक अधिक कीमत का है। धूप में जेड ब्लैक, सच्चे साई और प्रीमियम में बालाजी का धूप और ड्राई स्टिक की मांग ज्यादा है। बालाजी का 10 स्टिक रु.100 की एमआरपी में है। रु.50 की एमआरपी में ड्राई स्टिक और 100 ग्राम का गीला धूप रु.50 में है।

सांब्रानी कप मार्केट तेजी से बढ़ रहा

सांब्रानी कप का मार्केट सूत में तेजी से बढ़ रहा है, लेकिन इसमें स्थानीय उत्पादकों की ज्यादा हिस्सेदारी है। ब्रांडेड में सबसे ज्यादा डेल्टा की मांग है। करिश्मा, साइकिल, निशान और जीटी इंडिया के अलावा दक्षिण भारत की भी कुछ कंपनियों के उत्पाद चलते हैं। बालाजी, बीआईसी, फॉरेस्ट और मिस्बा के कप भी चलते हैं। कैंफर में ब्रांडेड का चलन है। कोल्हापुर का राजकला और आरती के कैंफर की मांग है। यहां रोल आन का मार्केट अच्छा है। बालाजी का प्रीमियम चंदन चलता है। इसके अलावा स्थानीय उत्पादकों के और कुछ इंपॉर्टेड रोल आन चलते हैं। चंदन टीका में हरी दर्शन का बेहतर है। इसके अलावा मनोहर और पाउडर चंदन में काशी का चलता है। ●

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

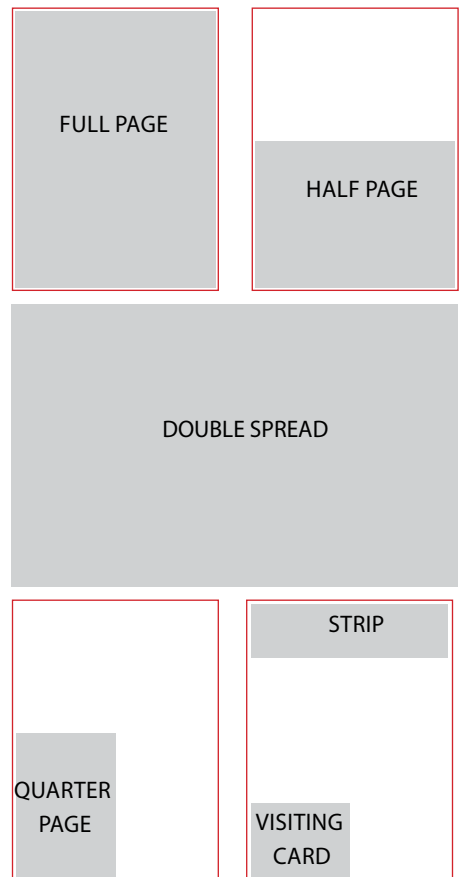
Note : 20% extra for Advt in first 20 pages. All rates are excluding 5% G.S.T.

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
fb.com/deepsagar.in

REGD. NO. 891969



प्रार्थना दिल से..

Available in Different Fragrance
& Different Products Like...



- Incense Stick
- Dhoop Cone
- Sambrani cup
- Pooja Oil
- Long Incense Stick
- Premium Dhoop stick
- Havan Samagri

Mfg. By :



Unit - 1

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

E-mail : Feedback@dpb.co.in

Web Site : www.divyastraa.com

Unit - 2

I-5 Ispat Nagar Panki
Kanpur - 208020, Uttar Pradesh

More Information Call Us

(M):+91 72288 47474

+91 72280 18667