

₹100/-

# SUGANDH INDIA


MAGAZINE DEDICATED TO INCENSE INDUSTRY

## सुगंध इंडिया


VOL.: 13, ISSUE : 03 MARCH-2024

सम्पूर्ण अगरबत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका


**NEW IMPROVED**



SINCE 1948  
CYCLE BRAND  
SYMBOL OF QUALITY




**Rhythm**



Exotic and sweet fragrance of amber.

**AMBER**



CELEBRATING 75 YEARS



SINCE 1948  
CYCLE  
CYCLE PURE AGARBATHI



**Rhythm**

Sweet golden fragrance of **amber**



Shop Online **CYCLE.in**



*Enter into the world of*  
**PERSONALIZED**  
**FRAGRANCES**  
*by Sachee*

Scents go beyond mere fragrance; they weave into the fabric of our identity, etch memories, and evoke emotions.

At Sachee, we honor this profound connection by crafting bespoke scents tailored to your essence.

SACHEE FRAGRANCES & CHEMICALS LTD.

D-11 & D-12, Sector-2, Noida

T: (0120) 2536111 | 25362223



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



+91-8851951516



E: s

in



ne  
tions.  
fting



ales@sacheefragrances.com  
fo@sacheefragrances.com



# Hari Darshan<sup>®</sup>

Mehke Mann, Hoke Prasann



**Hari Darshan Sevashram Pvt. Ltd.**

For Trade Enquiry: 9891089000 | admin@haridarshan.com

Facebook: HariDarshanIndia | Instagram: @haridarshanindia



Shop Now at  
[www.haridarshan.com](http://www.haridarshan.com)





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

# Where Technology Meets Printing Expertise



**Best Rate | Best Design | Fast Delivery**

**Premium Digital Foil (Scodix) Box At Lower Cost**

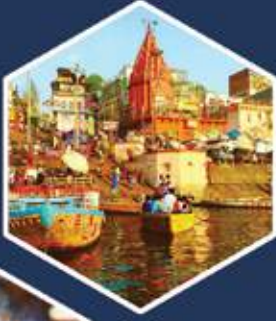
## ALL TYPE OF PRINTING & PACKAGING SOLUTION

Premium Agarbatti Boxes | All Type Of Boxes | Labels | Stickers  
Outer Box | Corrugated Box | Zipper Pouch | Poly Pouch | Paper Pouch  
Premium Canister (Metal Tint/Plastic or Paper) | Rigid Boxes | Catalogue  
Premium Stationery | Plastic Jar

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

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





1st Time In Uttar Pradesh

AT  
THE HOLY CITY  
**VARANASI**  
DEENDAYAL HASTKALA SANKUL

**SUGANDH INDIA**

MAGAZINE DEDICATED TO INCENSE INDUSTRY

सुगंध इंडिया

*International*

**EXPO**

Incense  
&  
Fragrance

22-23 June 2024




Deendayal Hastkala Sankul  
Varanasi

For More details: **Call Now-+91 7838312431**

E-mail: [sugandhindiam@gmail.com](mailto:sugandhindiam@gmail.com)

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

 [sugandhindia](https://www.facebook.com/sugandhindia)



Spreading Fragrances Since 1965



Experience the  
difference in fragrance  
and quality of your product  
with our Premium-Grade  
**RAW AGARBATTI AND  
DHOOP STICKS**

## **JYOTI PRODUCTS**

*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@jyotiproducts.com](mailto:info@jyotiproducts.com) | M. : 90540 33666, 98245 50361**

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





Real Festive Series  
Premium Incense Sticks

# Sacred Aromas

Immerse Your Home in the  
Essence of Tradition with our Authentic  
and Premium Incense Sticks.



Real Fragrances (Pune) Pvt. Ltd.  
Shagun Chowk, Pimpri, Pune-411017

+91 9028050063  
info@realfragrances.co.in  
www.realfragrances.co.in

# Editorial



M. A. Farooqui

## Higher Visibility : Higher Sales

**Z**illions of brands available in the consumer market make it difficult for retailers and consumers to make informed decisions on what to buy or sell. While customers may already be aware of what they want from popular consumer goods—the same does not apply to agarbatti and dhoop products that are produced on a large scale. As a result, it has become a challenge for companies to increase the value of their brand and effectively display their products in stores. To address this challenge—the industry has adopted the term merchandising, which involves prominently and creatively displaying products in a shop to attract customers. This practice involves visual display-merchandising, where products displayed are presented attractively, showcasing their design, selection, price and packaging. The principle of “what is visible is sold” has been adopted by smart producers and shopkeepers since the advent of the market, product, and consumer. In shops that sell a variety of consumer goods, displaying incense sticks can be challenging, but companies can invest in LED boards that can be displayed inside or outside the shop to make their products more visible. Additionally, artistic displays can be created using sculptures, religious images, and national symbols to showcase the products attractively. Talking about incense sticks — most companies provide quality products. Therefore, even if we leave aside the legacy companies whose brands enjoy a traditional reputation, dozens of popular brands that are not that old are party to consumer demand. In such a situation, a retailer can't sell all the products equally. The retailer will sell more of that brand which brings more commission. To attract the consumers directly, the companies must give commissions and schemes etc., but also display the beautiful packaging in decorative boxes, lighting and separate shelves at the shop. Under merchandising, promote your product according to the major religious, social, cultural and festivals. In America and European countries, marketing begins post-New Year celebrations on Valentine's Day with gifts like t-shirts, coffee mugs, pen stands or other useful items from retailers to customers to promote their products. Apart from Christmas and other festivals, National Independence Day, Mother's Day and Father's Day, gifts are also given. When children's schools open in July, there's Back to School Day gifts. In a multi-religious and cultural country like India, the incense industry should also experiment with special displays at retailers' stores and give gifts to customers on special festivals. With this, their product will stand out in the shop and their customers will gradually become permanent. Display and merchandising have played an important role in the story of any product becoming a brand across the world. ■

## जो दिखेगा वही बिकेगा

उपभोक्ता बाजार में एक उत्पाद के दर्जनों या सैकड़ों ब्रांड होते हैं। छोटे-बड़े और नए-पुराने ब्रांड के प्रोडक्ट्स की भीड़ में रिटेलर और कंज्यूमर के लिए यह तय करना मुश्किल हो जाता है कि वह कैसे उत्पादों को बेचे या खरीदे? प्रमुख उपभोक्ता वस्तुओं को लेकर ग्राहक पहले से जानकार रहता है कि उसे क्या खरीदना है, लेकिन अगरबत्ती और धूप उत्पाद जो बड़े पैमाने पर राज्यवार भी उत्पादित होते हैं उनके लिए उत्पादों की भीड़ में अपने ब्रांड का वैल्यू बढ़ाना और उसके लिए दुकानों पर सही डिस्प्ले करना आज एक चुनौती है। इसी समस्या के लिए मार्केटाइजिंग शब्द की उत्पत्ति उद्योग जगत ने की है। इसके तहत उत्पादों को दुकान पर प्रमुखता से कलात्मक व रचनात्मक तरीके से डिस्प्ले करना है जिससे ग्राहक आकर्षित हो। खुदरा व्यापार में विजुअल डिस्प्ले-मार्केटाइजिंग का मतलब प्रोडक्ट के डिजाइन, सिलेक्शन, प्राइज और पैकेजिंग को आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जाए। साफ शब्दों में कहें कि आज बाजार में वही बिकता है जो दिखता है। मार्केट, प्रोडक्ट व कंज्यूमर शब्द जब से चलन में आया है तब से यह सिद्धांत होशियार उत्पादक व दुकानदार अपनाते रहे हैं। केवल अगरबत्ती उत्पादों की दुकान हो तो समस्या कम है, लेकिन जनरल स्टोर, पान की दुकान अथवा अन्य उपभोक्ता वस्तुओं की दुकानों में अगरबत्ती का डिस्प्ले और चुनौती पूर्ण है, लेकिन थोड़ा खर्च करके कंपनियां एलइडी बोर्ड, जो दुकान के फ्रंट, अंदर या बाहर लगाया जा सकता हो, उनका इस्तेमाल कर सकती हैं। घड़ी या कैलेंडर के साथ एलइडी बोर्ड दुकान के अंदर या कैश काउंटर पर लगाया जा सकता है। कलात्मक मूर्तियां, धार्मिक चित्र और राष्ट्रीय चिन्ह के साथ डिस्प्ले बनाए जा सकते हैं। अगरबत्ती धूप और पूरे सुगंध उद्योग की बात करें तो अधिकांश कंपनियां क्वालिटी प्रोडक्ट दे रही हैं और बेस्ट से बेस्ट प्रोडक्ट का प्रोडक्शन कर रही हैं। इसलिए बहुत पुरानी कंपनियां जिनके ब्रांड की साख बन चुकी है, उनको एक बार छोड़ भी दें तो अन्य लोकप्रिय ब्रांड भी दर्जनों की संख्या में हैं। ऐसे में किसी रिटेलर के लिए सभी प्रोडक्ट समान रूप से बेचना नामुमकिन है। रिटेलर उसी ब्रांड को ज्यादा बेचेगा जिसमें उसे अधिक कमीशन मिलती है। कंज्यूमर को सीधे आकर्षित करने के लिए जरूरी है कि कंपनियां कमीशन और स्कीम आदि दें, लेकिन दुकान पर सजावटी बॉक्स, लाइटिंग व अलग शेल्फ में खूबसूरत पैकिंग को सजाकर डिस्प्ले करें। मार्केटाइजिंग के तहत देश के प्रमुख धार्मिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राष्ट्रीय पर्व के अनुसार अपने प्रोडक्ट का प्रचार-प्रसार भी करें। अमेरिका और यूरोपीय देशों में नए वर्ष के बाद मार्केटिंग की शुरुआत वैलेंटाइन डे से होती है। इस दौरान कंपनियां अपने प्रोडक्ट के प्रचार के लिए रिटेलर से लेकर कस्टमर तक विभिन्न तरह के उपहार-टीशर्ट, कॉफी मग, पेन स्टैंड या उपयोग की चीज उपहार में देती हैं। क्रिसमस और अन्य त्योहारों के अलावा राष्ट्रीय स्वतंत्रता दिवस, मदर्स-डे व फादर्स-डे के अलावा जुलाई में बच्चों का स्कूल खुलने पर बैक टू स्कूल डे, पर भी उपहार देती हैं। अगरबत्ती उद्योग भी भारत जैसे बहु धार्मिक और सांस्कृतिक देश में विशेष त्योहारों के मौके पर रिटेलर्स की दुकानों पर खास किस्म के डिस्प्ले के अलावा कस्टमर को भी उपहार उपहार देने का प्रयोग करना चाहिए। इससे उनका उत्पाद दुकान पर अलग से दिखेगा और उसके कस्टमर भी धीरे-धीरे स्थाई होते जाएंगे। दुनिया भर में किसी भी प्रोडक्ट के ब्रांड बनने की कहानी में डिस्प्ले एवं मार्केटाइजिंग की अहम भूमिका रही है। ■



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



44



46



48



50

- 14 TRANSFORMING TRADITION: THE EVOLUTION OF BALAJI AGARBATTI COMPANY
- 20 EAOI CONGRESS-EXPO CONCLUDED WITH AN AIM TO MAKE INDIA A GLOBAL HUB FOR FRAGRANCE
- 28 BADSHAH BRAND DOMINATES BIHAR AND JHARKHAND
- 34 BRAND NEWS
- 44 MARKET REPORT-MUZAFFARPUR: BIG MARKET FOR MEDIUM RANGE OF INCENSE STICKS
- 46 BRANDS RUNS ON COMPANY SUPPORT AND BACKUP: SAGAR KUMAR
- 48 MUZAFFARPUR IS A GOOD MARKET FOR MEDIUM-RANGE ZIPPER PACKS: DINESH PRASAD
- 50 INCENSE STICK BUSINESS IS CLEAN AND SAFE : CHANDAN KUMAR



Since 1998

TM



D&B Certified Company

# निशान™

## प्रीमियम सुगंधीत अगारबत्ती

# प्रेरणादायक दिव्य खुशबू

WET DHOOP REGULAR ZIPPER POUCH PACK Qty. : 20 STICKS

**OLD SERIES**

Regular Series



**NEW SERIES**

Fancy Series



**BHAGAT NISHAN PRODUCTS PVT. LTD.**

MFRS. OF AGARBATTI RAW MATERIALS, RAW AGARBATTIS,  
PERFUMES & PERFUMED AGARBATTIS

care@nishanproducts.com  
www.nishanproducts.com

For Customer Care Contact : +91 - 79 - 2282 3418





**FOREST**  
TROPICAL  
**PINEAPPLE**  
Dhoop Sticks



**Address:**

#24, Gangadhar nagar, 3rd main sarakki gate,  
Kanakapura main road, Banashankari,  
Bangalore-560078.

**E-mail:** [info@forestfragrance.com](mailto:info@forestfragrance.com)

**Customer care no:** 08026712538, 6362-547943

**Website:** [www.Forestfragrance.com](http://www.Forestfragrance.com)



# Transforming Tradition: The Evolution of *Balaji*® *Agarbatti* *Company*

Overcoming challenges,  
innovative strategies and  
zeal for the future:

*The Balaji agarbatti  
company story with*

## Ashish Shah



Balaji Agarbatti Company, a prominent brand in India celebrated for its top-quality incense sticks, underwent a significant transformation in 2016 with the arrival of a group of young leaders from diverse professional backgrounds. This collaboration infused the company with fresh energy and strategic direction, setting the stage for remarkable growth. By 2020, the leadership baton of Balaji Agarbatti passed to a dynamic quartet of leaders, each bringing their unique expertise and perspectives to the forefront. With a wealth of experiences behind them, they championed innovation and resilience, driving Balaji Agarbatti towards sustained success and recognition in the industry.

Market observers initially raised questions about the longevity of the “newcomers” at Balaji Agarbatti due to the fallout from the previous owners. Speaking with Sugandh India, Ashish Shah, Managing Partner of the Balaji Group, acknowledged the challenge of navigating unfamiliar terrain. At 33, Ashish stepped into a leadership role at Balaji, bringing with him a wealth of experience in other domains. Despite the complexities resulting from the fallout, Ashish embraced the opportunity wholeheartedly. He immersed himself in the agarbatti market, undertaking extensive tours across the country. Through direct engagement with dealers, distributors, stockists, and suppliers, he swiftly familiarized himself with the intricacies of the industry.



**Nainesh Shah and Ashish Shah (Left to Right)**

products. This meticulous process involves designing products that resonate with consumers while effectively conveying our brand's essence.

Our brand has consistently held a prestigious reputation. Over the past three or four years, our persistent efforts have further solidified this status. Today, when we unveil a new product, customers rarely request samples. Instead, they confidently place bulk orders upon seeing the launch poster. This enduring trust is our most prized possession, bringing us profound joy and satisfaction. It serves as our driving force, fueling our relentless pursuit of excellence. Quality always takes precedence in our approach, with product launches meticulously planned and executed. Ensuring impeccable quality remains our foremost priority, with cost considerations following closely behind.

When discussing new markets, Ashish highlighted the potential in Bihar and Rajasthan, previously untapped regions for Balaji. In terms of exports, he expressed satisfaction with South

**S**hah humorously reminisced about conducting distributor interviews, a task akin to the current interaction. He delved into learning various market specific packaging types, taking samples, and touring diverse markets to promote Balaji's products. Conducting a gap analysis, Shah identified segments where Balaji lacked presence, such as the absence of a 250g family pack in Maharashtra. Leveraging insights from surveyed customer buying behavior, Shah strategically filled these gaps, thereby boosting sales in prospective markets. For instance, addressing the limited availability of agarbattis packed in bundles, Balaji increased bundle SKUs. These strategies not only propelled Balaji's growth but also solidified its position in the competitive agarbatti market.

When asked about the challenges faced upon assuming control of Balaji management, he highlighted the uphill battle of proving their capability amidst market skepticism. Despite doubts surrounding their lack of experience, their family had been rooted in the agarbatti raw material business since the 1980s. This set them apart from other major brands in Bangalore, where the art of perfumery and masala incense stick production is passed down through generations, typically beginning in one's teenage years. However, their upbringing differed from this tradition. While he occasionally visited his father's office and factory during school days, he had little interest in this business. After college, he and his cousins pursued ambitions beyond the incense industry. For instance, Ashish completed CFA and worked as an Equity Research Analyst at a prominent Rating Agency. Despite their varied backgrounds, they were united in their determination to lead Balaji towards a prosperous future.

Managing money and running a business are weighty responsibilities that demand both intellect and passion. As we delved into product creation, some, like Banaras, Pure Sandal (zipper pack), and Oudh & Khus in our Royal Segment, found favor in the market while others didn't. Crafting fragrances for these products required extensive research, consultations with experts, and numerous experiments.

Beyond scent creation, designing packaging posed its own challenges. With a background in commercial photography, creativity comes naturally. In my previous role leading the exports department, I oversaw the creative aspects of packaging and labeling for Balaji



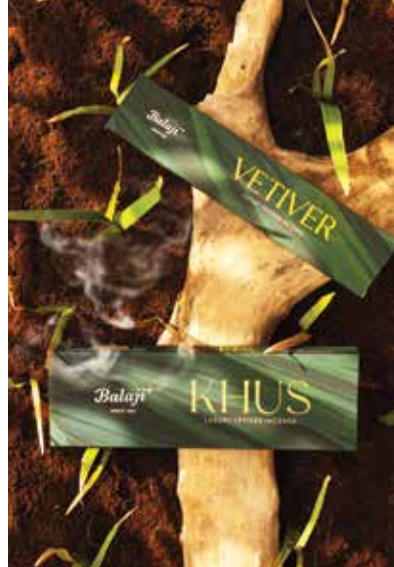
**Dixit Shah (Left)**

East Asia, Central America, and select South American countries, where Balaji receives consistent orders. Ashish emphasized the importance of tailoring incense products to fit the customs, traditions, and fragrance preferences of each region, a principle also applied domestically. He highlighted the complexity of managing inventory to address the diverse preferences of dozens of markets across India and abroad, necessitating careful consideration of fragrance, design, packaging, and pricing for each market.

Sugandh India noted that certain markets have price thresholds that they will not exceed, no matter the persuasion. Ashish agreed, acknowledging this challenge in several markets. To address it, they distributed dozens of samples to dealers and distributors for personal use and distribution. Knowing the quality of their products, they were confident that once tried, customers would be inclined to purchase and promote them at the retail level, emphasizing to dealers, "ek baar jala kar ke to dekho" (try burning it once and see).

Switching gears to aroma blending, Ashish explained that they stock over 200 aromatic chemicals for creating blends, with more than a hundred in-house blends, each comprising an average of 30 to 40 ingredients. The art of blending is intricate, overseen by his





cousin Dixit, who manages procurement and blending operations.

Sugandh India recalled a past fire incident, Ashish mentioned about the devastation of losing their ready-to-ship stocked premium products just before the peak buying season in July, a crucial time for Maharashtra's festive season. Despite the irreparable loss of thousands of cartons, they received swift support from printing vendors, ensuring a rapid turnaround in production. Though finished goods were lost, essential chemicals, perfumes, and raw agarbattis were spared. They dispatched the first lot within seven days post-fire.

Remarkably, the workforce, including the women, were present within hours of the fire. Their resilience and dedication were evident as they swiftly mobilized to aid in the recovery process. Through perseverance and collaboration, they not only weathered the setback but also emerged stronger, with reinforced logistical strategies and a deepened sense of solidarity among their workforce and partners.

Today, the Balaji Group stands as a testament to resilience, having emerged from the shadows of its past into a more streamlined and efficient organization. Ashish oversees various aspects of the business, ranging from product development and perfume creation to packaging design, procurement, sales, and international markets. He finds comfort in his role, stating, "This is where I belong. My office and factory, my comfort zone, surrounded by my loyal and hardworking team."

In addition to Ashish's role, his partners, including his cousin Dixit Shah and brother Nainesh Shah, play equally pivotal roles. Dixit manages finance and accounts, as well as process management, while Nainesh oversees day-to-day operations at the factory, managing manpower and raw material procurement.

Regarding daily operations, Ashish emphasizes the involvement of his partners at the factory, ensuring smooth functioning. He underscores the incorporation of state-of-the-art technology, skilled manpower, and innovative operational methods. Ashish remarks, "Agarbatti manufacturing demands ample space, and though our space is limited, we've leveraged our expertise, technology, work ethos, and market insights to refine our production processes."

Sugandh India asked about the challenges Balaji faces and how they're dealing with them.

Well, there are challenges, especially from local producers. They focus more on selling lots of products rather than making sure they're good quality. They don't have the same overheads as us and often sell things unbranded and in bulk without worrying about their scent or safety. Some even use inferior quality aroma chemicals or residue oil mixes in their products, which can be bad for customers' health. They don't care much about their brand reputation or how their products affect people. This makes it tough for companies like us who value quality. The competition on prices is so intense that some manufacturers don't even bother ensuring quality in their

products anymore, leaving customers feeling cheated.

It's a tough situation, but we're committed to sticking to our values and making sure our products are safe and of the highest quality, even if it means facing these challenges head-on. Another challenge we face is how consumers' preferences keep changing. They often choose products based on their attractive packaging and titles rather than their actual value for money. This makes it tough for brands like that focus on offering genuine quality. We need to stay alert to new products and trends in the market and constantly think about how to improve our designs, packaging, and prices.

Companies are always launching new products and variations, making it hard for customers to stay loyal to one brand or fragrance. Everything in the market—from packaging to flavors and scents—is always changing. Even the market for agarbattis is evolving rapidly, with more people preferring dry sticks and sambrani cups.

To stay competitive in this fast-changing market, we have to keep updating our products, including our range of perfumes, to meet the changing needs of consumers and stay ahead of the competition. When discussing the choice between regular/economy products and premium ones, he clarified that their focus is on premium markets. While premium and luxury brands help maintain their good reputation, they also must cover factory and overhead costs. The economy segment helps them manage expenses and stay balanced.

However, despite their focus on premium markets, Balaji understands the importance of offering options for different budgets. Banaras, one of their best sellers, is a popular choice in the Economy Zipper Pouch category because of its quality and quantity. Buyers wanted a good quality agarbatti in the Economy zipper segment, and Balaji delivered.

When asked about the company's future plans, Ashish explained that they aim to develop new products appealing to youngsters. They plan to expand beyond incense sticks to include a wider range of lifestyle products. In particular, they're focusing on the roll-on segment, with the intention of launching one or two new products every six to eight months, all meeting their high-quality standards. Ashish stressed that customers have high expectations from a reputable brand like Balaji, especially regarding perfumes, so they're dedicated to ensuring excellence with every new launch.

Sugandh India observed that the Balaji Group has become more proactive and assertive, particularly in the past three years. When questioned about changes in their approach compared to the previous administration - Ashish highlighted their commitment to market research to identify new opportunities. They have been introducing new product segments to fill gaps in the market, ensuring prompt supply, and actively responding to feedback from dealers and distributors. ■



**Balaji**<sup>®</sup>

SINCE 1957



balajiincense

**Balaji**<sup>®</sup>

SINCE 1957

**Black Dudh**

Premium Incense Sticks

**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





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





LAUNCHING

Soon



Time to pray...



SHOP ONLINE



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



# EOAI congress-expo concluded

## with an aim to make India a global hub for fragrance

### ► Advancements in Aroma Crop Cultivation in India will boost exports: Sanjay Varshney



The Essential Oil Association of India (EOAI) recently organised the World Aroma ingredients Congress & Expo-2024 in Hotel ITC Chola, Chennai from 8th to 10th February. The essential part of the event was to promote and develop the fragrances, flavour and ingredients industry in India and to market their products worldwide. The event saw the participation of approximately 1400 representatives from India and abroad, with 100 foreign guests from 26 countries also in attendance. India-Global Hub for Essential Oil, Fragrance and Flavour was the theme. Manufacturers of essential oil, flavour, fragrance, aroma, incense sticks, cosmetics, pharma, and veterinary along with raw material suppliers and ICMR scientists also participated in the event. The event witnessed twice the participation as compared to the previous event by the association. On the success of the event, Sugandh India had a one-on-one dialogue with EOAI President Mr Sanjay Vaishnav and congratulated him for the same.

The main parts of the conversation are as follows:

**Q. The event came out to be a huge success under your leadership. What is the theme for the 25th congress and expo and the future roadmap?**

A. The theme, India-Global hub for Essential Oils, Fragrances and Flavours is akin to the efforts that are being put in different parts of the country. Prime Minister Narendra Modi has given the vision of creating “Self-reliant India” and “Make in India”. Therefore, the industry is also active in this direction. In Arunachal Pradesh, Tripura, Uttarakhand, Himachal Pradesh and other areas, the government is encouraging farmers to cultivate aromatic herbs and spices instead of traditional farming. For example, work is being done on many crops like agarwood oil in Tripura, rose oil in Himachal, lemongrass, citronella in Arunachal, cinnamon oil in Uttarakhand, etc., through which all the essential oils which are imported can be produced in India. This will also increase the inflow of foreign currency.

**Q. What was the objective of the association behind organizing the event in Tamil Nadu?**

A. Chennai was chosen because South India and Chennai in particular is the hub of SouthEast Asia. A lot of countries like Singapore, Malaysia etc do business from here. The offices of big corporate companies are here. Moreover, South India and Kerala have been the centre of traditional cultivation of herbs and spices. Essential oils, fragrances and aroma products are traded on a large scale here. Also, the association also wants to increase its presence in South India.

**Q. What is India’s position in the production and export of essential oils, fragrances and aromas?**

A. As of today we are number one in Mentha, Lemongrass and Basil Oil. More and more efforts are being put in Geranium as well and in the coming few years we will overtake the production and export of countries like China and Egypt. Government institutions, especially CSIR and CIMAP, are also doing a lot of work in this direction providing guidelines and direction to the industry and farmers to work together on many types of spices and ingredients. The Aroma Mission is being run under the supervision of CSIR and we are continuously working with them. This is why CSIR directors have come to the program and shared a lot of knowledge with the people in the technical sessions.

**Q. India has been successful in limiting the import of many types of oils, but there are many issues in export also. What do you expect from the government for this?**

A. Central Government has taken many steps for “Ease of Doing Business”. Earlier there were many problems. Import policies need to be further simplified. Conditions have improved in exports, but clearings in imports should be more swift.

**Q. As the President of the Essential Oil Association of India, what target have you set for the year 2024?**

A. The year 2023 was a little slow after the Covid, but the start of the year 2024 has been very good. The production, demand and consumption of essential oils, ingredients and flavours are increasing rapidly. So hopefully this year will be good.

**Q. How much dependence is there on imports of essential oil and what measures are being taken to reduce it?**

A. Many types of aroma crops are being developed in the country for essential oil. So that they do not have to be imported. The production of many aroma chemicals has increased. The export of essential oil has also increased. However, the challenge is that while India is number one in mint, a lot of synthetic menthol is also entering the market. Due to this, industry and farmers are suffering huge losses. The government should increase the duty on imports so that both farmers and industry can benefit.

**Q. It is often heard that Indian goods face quality issues in foreign countries. What are you doing in this direction?**

A. Quality is being taken care of in exports. Our standards have increased a lot compared to before. A lot of work has been done in this direction not only at the industry level but also at the government level. Work is also being done on food safety and currently Indian products have reached global standards. So there is no challenge in this now.

**Q. What is your message to the industry?**

One of the objectives of this event has been to make people pay attention to quality. The more work they do in this direction, the more they will progress, because in the end, only quality products remain in the market whether in India or abroad.

















Karnataka Aroma is also an event sponsor of the Congress and Expo. It has been very well done and the whole program has been an opportunity to learn a lot and meet new people. Representatives from India and abroad also said that India will definitely become a global hub. Apart from this, among the stalls set up in the expo, there were also stalls of many foreign companies. This is the beginning of making India a global hub of essential oil and we have to go a long way by working hard and I am sure that one day we will definitely be at the forefront.

**-Vinay S Raj, Karnataka Aromas**



I am also the Chairman of the Organizing Committee of EOAI, hence the responsibility for the success of this event was ours. The program was very amazing. A lot of registrations took place and a large number of people came from all over the country and abroad. Big suppliers of raw materials also attended. The meeting with them was very beneficial. Now India is progressing rapidly in the essential oils sector and in the next 10 years we will be established as a global hub. At present there is an anti-China atmosphere in the world. India will benefit from this. We are all working on a lot of ingredients. Lavender, rosemary and geranium etc. were earlier imported but now they are being produced in India.

**- Vaibhav Agarwal, Norex Flavors Pvt Ltd**







The event exceeded our expectations. Now people are moving towards natural ingredients due to which the essential oil industry is getting a lot of benefits. Prime Minister Narendra Modi has brought the Aroma Mission and through CSIR, emphasis is being laid on production of best quality products like palm rosa, lemongrass, geranium etc. The association is

also working closely with CSIR and farmers have also shifted from traditional farming to aroma crops. The purpose behind organizing the event in Chennai was that hundreds of people are working in this field here and also South India is a center of spices and the essential oils made from them. Today we are at the forefront in giving mint to the world and similar efforts are being put on many other crops like lemon grass, palm rosa, geranium etc. I have full hope that we will be at the forefront in the world in these also. Thanks also to Sugandh India and Tobacco Plus magazine for covering the entire event.

- Pradeep Kumar Jain, General Secretary EOAI



This Congress and Expo has been conducted very grandly. In the three sessions, the entire fragrance and aroma industry has benefited a lot and we all also got a chance to learn and understand a lot. The technical sessions were very informative and I was one of the speakers as well. Looking at this, the event really came out to be a global hub for the industry and the quality here is excellent.

-Dr. Blossom Kochhar,  
Chairperson, Blossom Kochhar Group of Companies







FEEL THE ART & INNOVATIONS  
ISO 9001:2015 Certified Company

## 4 Head Fully Automatic Incense Sticks Counting & Packing Machine



### Our Range of Packaging Machinery :

#### Incense Sticks Packaging Machinery

- (1) 2 Head Incense Sticks Counting Packing Machine
- (2) 2 Head Incense Sticks Weighing Packing Machine
- (3) 2 Head Incense Sticks Counting & Weighing Packing Machine
- (4) 4 Head Incense Sticks Counting Packing Machine
- (5) 4 Head Incense Sticks Weighing Packing Machine
- (6) 4 Head Incense Sticks Counting & Weighing Packing Machine

#### Dhoop Sticks Packaging Machinery

- (1) 2 Head Dhoop Sticks Counting Packing Machine
- (2) 2 Head Dhoop Sticks Weighing Packing Machine
- (3) 2 Head Dhoop Sticks Counting & Weighing Packing Machine
- (4) 4 Head Dhoop Sticks Counting Packing Machine
- (5) 4 Head Dhoop Sticks Weighing Packing Machine
- (6) 4 Head Dhoop Sticks Counting & Weighing Packing Machine

#### Backflow Incense Cone /Dhoop Cone Packaging Machinery

- (1) 2 Head Dhoop Cone Counting Packing Machine
- (2) 2 Head Dhoop Cone Weighing Packing Machine
- (3) 2 Head Dhoop Cone Counting & Weighing Packing Machine
- (4) 4 Head Dhoop Cone Counting Packing Machine
- (5) 4 Head Dhoop Cone Weighing Packing Machine
- (6) 4 Head Dhoop Cone Counting & Weighing Packing Machine

#### 2 in 1 Incense Sticks & Dhoop Sticks Packaging Machinery

- (1) 2 Head Incense Sticks & Dhoop Sticks Counting Packing Machine
- (2) 4 Head Incense Sticks & Dhoop Sticks Counting Packing Machine
- (3) 4 Head Incense Sticks & Dhoop Sticks Weighing Packing Machine
- (4) 4 Head Incense Sticks & Dhoop Sticks Counting & Weighing Packing Machine

Visit [www.kiosurat.co.in](http://www.kiosurat.co.in) for more products details

### Specifications :

- Machine Speed : 5 to 50 Pouch/Minute (Depends on Size & Qty.)
- Production Capacity : 2400 to 24000 Pouch/ 8 Hours.
- Required Power : 6 hp Single Phase. (3 hp Compressor)
- Length of Incense Sticks : 8" to 12"
- Diameter of Incense Sticks : 2.8 to 3.5mm.
- Roll : 80mm to 250mm BOPP Heat Sealable (22 to 50 Micron)
- Center Sealing Or Side Sealing As Per Requirement.
- 1 Suite Installed and 2 Suite Free with Machine As Per Requirement

- 4 Head Design For Incense Sticks Counting
- PLC Based Programing with 7" HMI
- Automatic & Manual Both Operating System.
- Temperature Indication Display for Cutting and Sealing Temperature
- Heavy Rigid Structure
- Easy Operating System for Machine
- Machine Auto Stop While Incense Material Finished.

## KRISHNA INTERNATIONAL OVERSEAS

### MACHINE WORKSHOP

Shed No.: 88, Road No. 6,  
New Industrial Estate, Udhna Udhog Nagar,  
Surat - 394 210 (Gujarat) India

GSTIN: 24AARFK9364N1ZF | IEC/PAN NO.: AARFK9364N

### CORPORATE OFFICE

Shed No.: 23-24, 2nd Floor,  
Road No. 6, New Industrial Estate,  
Udhna Udhog Nagar, Surat - 394 210 (Gujarat) India



Ankit Dhorajiya : +91 95125 53333 | KIO Marketing : +91 75748 56078 | KIO Sales : +91 72270 61616

kiosurat@gmail.com | [www.kiosurat.co.in](http://www.kiosurat.co.in) | [www.kioindia.com](http://www.kioindia.com) | [Facebook](https://www.facebook.com/kiosurat) | [Instagram](https://www.instagram.com/kiosurat) | [YouTube](https://www.youtube.com/kiosurat) /kiosurat | ©2023 All Rights reserved



# PRAYER DHOOP AGARBATTI PVT LTD.

Committed To Building Brands

## CONTRACT MANUFACTURING & PRIVATE LABELLING FOR

Wet Dhoop      Flora Dhoop      Agarbatti  
Dhoop Sticks      Dhoop Cones      Hawan Samagri



## OUR CLIENTS



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

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





# Badshah brand dominates Bihar and Jharkhand

► Few Big brands are trying to eliminate small local players: Jagjivan Singh

Local manufacturers in the agarbatti and incense industry are being overshadowed by big national-level companies. This is similar to the concept of big fish eating small fish. Head of Patna based Badshah Industries, Mr Jagjivan Singh expressed his dismay in a conversation with Sugandh India. He stated that state-level or regional-level companies make products that cater to the local market and people's preferences. However, some national-level companies create similar products and flood the market with them, which threatens the existence of local producers. Mr Singh said that national-level companies use advertising on TV and in newspapers to promote their products, and their brand names are well-known. However, this competition is unfair to local brands. While healthy competition is good for the industry, some national level companies flood the market with cheap and low quality products and aim to eliminate small producers from the market. Mr Singh believes that this strategy of big producers is very unfair. There should be space for expensive, cheap, and different-quality products to coexist in the market.





**M**r. Jagjivan Singh, founder of the Badshah brand from Patna, has made his place in this industry through hard work. Around 1990, he used to be a hawker and would roam from street to street carrying the products of other companies on his bicycle. He said that at that time his friend Ranjit Singh advised him to set up his own factory, but he did not have money. At the same time, a manufacturer from Bihar did a business fraud with him. This is when a friend invested money and we started the business. Our younger brother's name was Badshah which also became our brand name. The business did well for the first year, but then it went down. Then we launched Damru brand incense sticks and it became a hit. My friend suggested linking it with Baba Dham and thus large-scale posters, banners and hoardings were put up along the 90 km pilgrimage route from Sultanganj to Deoghar. At that time people used to say other than Coca-Cola, our product was promoted the most. The Damru brand became a hit and then we also launched Ghanti and that too was liked by the consumers.

Mr Jagjivan Singh was asked about the challenges he faced in business, to which he replied that while challenges are a part of any business, their biggest challenge, in the beginning, was the people whose goods they used to sell on cycle. However, with hard work and dedication from his family, particularly his brothers Manveer Singh and Swaran Singh, they were able to establish their business. He mentioned that their business is a joint family effort, with all members contributing towards its success. We started by making incense sticks ourselves and today we have over 200 workers and all of them are women. Today, the Badshah brand boasts over 100 product range, with the company introducing 8 to 10 new products every year. When asked about the success rate of new products, he mentioned that not all of them are successful. Out of 10-12 new



products, only one or two may become hit, just like the success of our brand named Hindustani. He also mentioned that the Damru, Ghanti, and 50-50 brands are very popular.

While talking to Sugandh India, he said that Bihar is a very good market. Earlier in the beginning we had to sell a lot of goods on credit, but now we have understood that it is the brand that works. His payment also keeps coming. Earlier there was a lot credit in the market, but now it is okay. The company has also made a policy that it will give 2% discount on advance and on time payments. This way, credit has been reduced. He said that along with incense sticks, we also produce camphor, sesame oil, dhoop, hawan material and many other worship products under Badshah brand. Badshah brand has products ranging from ₹5 to ₹100. He said that the market of ₹5 has now reduced considerably, but products with MRP of ₹10 to 20 are sold more. In response to Sugandh India's question regarding the challenges of the industry, he said that one has to compete with big companies because many companies

start offering goods similar to your product at a cheaper rate in that particular market. In this way, it becomes difficult for small companies to compete on quality and rates and their very existence is in danger. He said that the Badshah brand is most popular mainly in Bihar and Jharkhand. Apart from this, some people also supply in Kolkata and Bangladesh. He said that the company runs a blood bank through Maa Vaishno Devi Seva Samiti, through which blood is supplied to children suffering from thalassemia along with their treatment. He said that the majority of donation to Seva Samiti comes from Coal India, the Prime Minister and the Chief Minister Fund. Apart from this, the Samiti also organizes mass marriage programs along with many social service works. He said that the incense sticks business is related to worship and God, so entrepreneurs in this sector should also invest time and money in social service work. ■



सुशुभ हर परिवार की

  
**Tarivaar**®

*The Pure and Auspicious Incense Products of  
Parivaar Elevates the Atmosphere,  
Uplifting and Purifying the Surroundings*



Manufactured by :

**INCENSE PARIVAAR PVT. LTD.**

Beside Radhe Krishna Industrial Park, Zak-Jalundra Road, Mota Jalundra, Dist. Gandhinagar-382305

Ph : 9898000948 | parivaaragarbatti@gmail.com | www.parivaargroup.com





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







# Shah Fragrance & Flavours



All kinds of  
Raw Agarbatti  
Manufacturer  
&  
Supplier

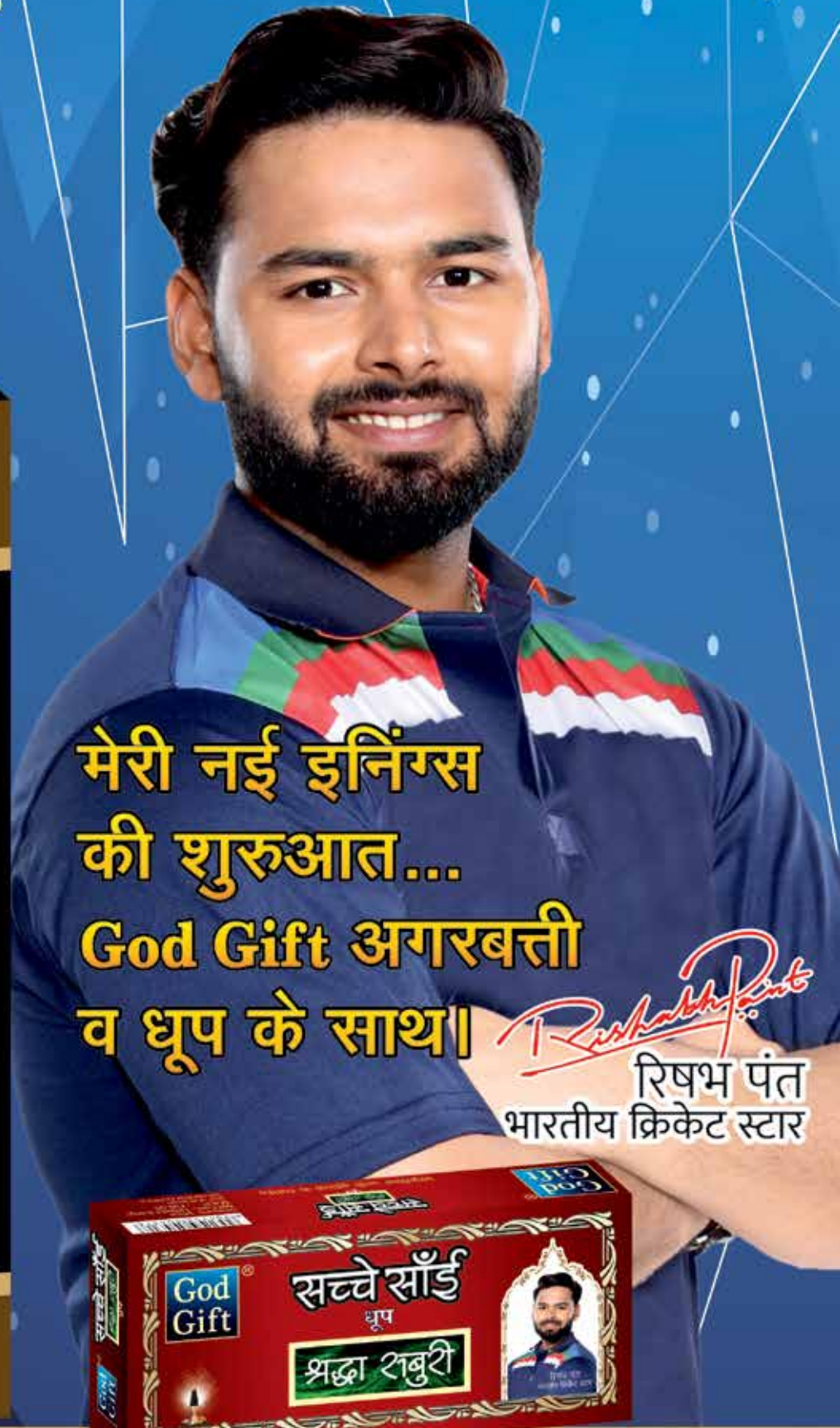
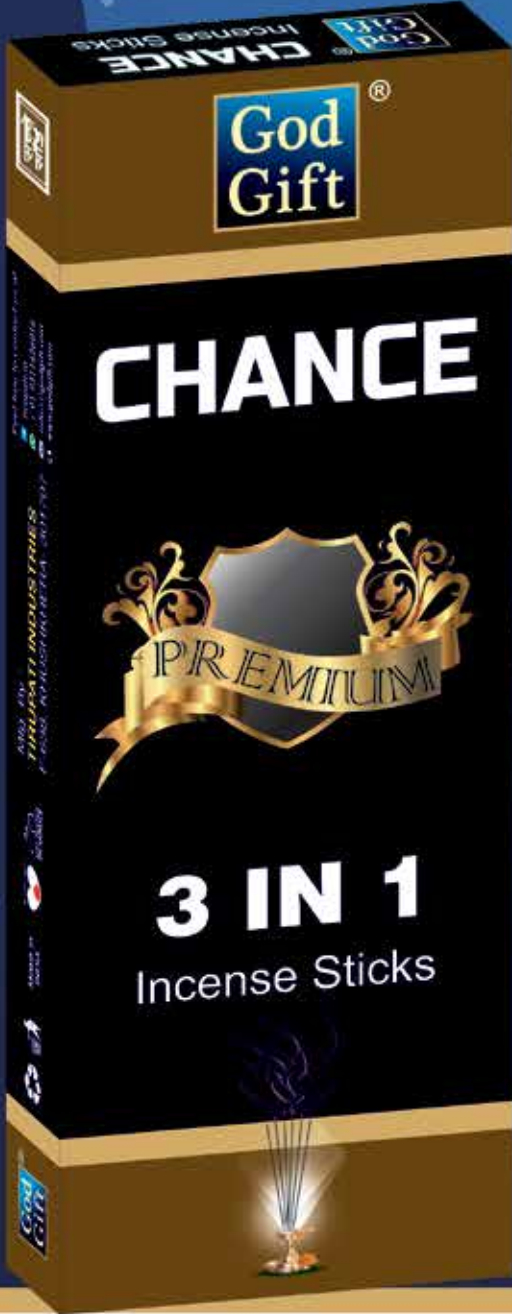
For More Details

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

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



# 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

✉ info@godgift.com

☎ +91 9312626013

🌐 www.godgift.com



## Hari Darshan's Chandan Tika: A Southern Sensation



Embraced by the South Indian states, Hari Darshan's Chandan Tika stands tall as a beacon of purity and tradition. Based in Delhi, Hari Darshan has entrenched itself as a stalwart in the incense industry, renowned for its specialty in wet dhoop products that have captivated consumers for decades. At the heart of its offerings lies the revered 4-in-1 wet dhoop, a testament to the brand's commitment to infuse every home with the divine aura of a temple. While wet dhoop predominantly finds favor in North India, Hari Darshan's reach extends far beyond, resonating with diverse cultural palates across the nation. In the southern states, where sandal products hold sway, Hari Darshan's Chandan Tika emerges as a cherished companion, revered for its refreshing properties. Beyond its aromatic allure, Chandan Tika is celebrated for its myriad health benefits, fostering concentration, positivity, and tranquility. Beyond Chandan Tika, Hari Darshan presents an eclectic array of offerings, including Kumkum Tika, White Chandan Tika, Chandan Kesar Tika, Ashtagandha, and Sindoor, each a testament to the brand's unwavering dedication to purity and tradition. ■

## New Oriental Agarbatti: Enchanting Chennai's Senses

From the heart of Bangalore emerges New Oriental Agarbatti, a jewel in the crown of The Mysore Agarbatti and Perfumery Company. Steeped in tradition and revered for its commitment to excellence, this distinguished brand has earned accolades not just in India but across the globe. At the core of New Oriental Agarbatti's allure lies its time-honored craftsmanship, passed down through generations. From the revered Jamuna Agarbatti, honored with a gold medal by the Maharaja of Mysore in 1933, to modern-day marvels like Golden Wood and MysoreSandal, every offering is a symphony of scent, crafted with utmost care and reverence. In Chennai, the fragrance aficionados have spoken, embracing New Oriental Agarbatti as a symbol of sophistication and refinement. Sugandh India's market survey attests to the brand's unwavering popularity, a testament to its enduring legacy of quality and craftsmanship. ■



## Jayant Premium Dhoop Sticks: choice of Bihar's Elite



Dhoop sticks market has been seeing an uphill with the trend of bambooleess products. In the majority of markets bambooleess products have gained as much as 50% market share. Seeing the trend, the majority of the agarbatti companies have rolled out different ranges of bambooleess products. Jayant is a Mumbai based incense company that has over 4 decades of experience in the industry. The brand has products ranging from agarbatti to dhoop sticks and is present in various markets across the country. Talking about Bihar market, it has price conscious customers and therefore mostly cheap and economical products run in this market. Contrary to that, jayants premium dhoop sticks also have a market here. Packaged in distinctive packaging that sets it apart from the competition, Jayant's President Rose and Arihant dhoop sticks exude an air of sophistication. These come in 50 grams packs for Rs. 125 MRP. While Bihar may be synonymous with affordable products, Jayant's premium segment products signal a shift in consumer preferences. As tastes evolve and demand for quality grows, the brand stands poised to capture the hearts and minds of Bihar's elite. ■

\*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of January-2024-February-2024 or as mentioned by the respective companies

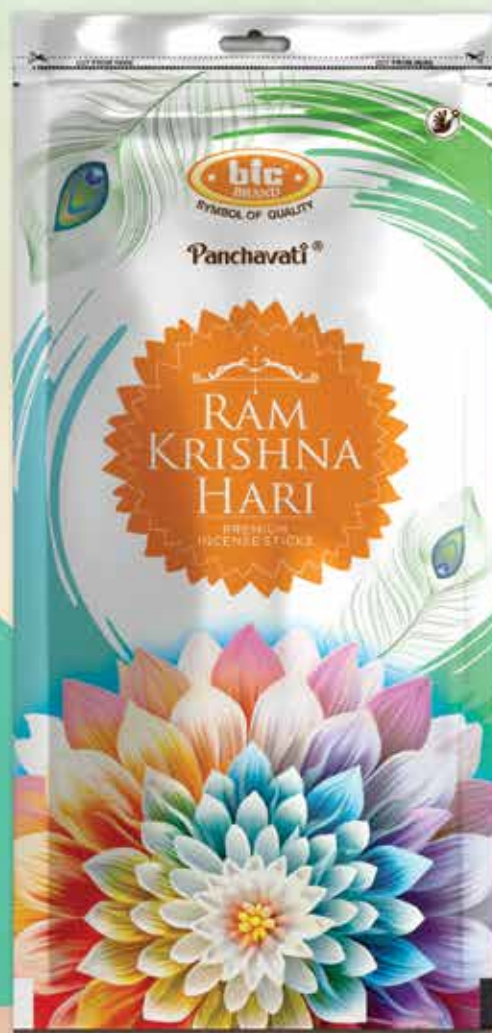




Panchavati®



RAM KRISHNA  
HARI  
PREMIUM INCENSE STICKS



*Taking Forward The Divine Celebrations!*

Brand Owned By :  
**BHARAT INDUSTRIAL CORPORATION**  
P.O. BOX No. 2104. BANGALORE - 560 021  
Customer Care No. : 91 80 2312 8433



Manufacture and Exporter :  
**BINDU INCENSE CRAFT LLP**  
157/1, 5th Main Road, Prakash Nagar,  
Bangalore - 560 021 (INDIA)



## BRAND NEWS

### Real Mahayagya Dhoop: Elevating Spiritual Experiences

Pune's Real Fragrances stands as a beacon of olfactory excellence, enriching homes across the nation with its premium offerings. Among its revered creations, the Real Mahayagya series emerges as a divine indulgence, elevating every ritual into a transcendent experience. Real Mahayagya Dhoop, with its enchanting aroma, weaves a tapestry of purity and sanctity, refreshing minds and sanctifying spaces. Its ethereal fragrance, a blend of tradition and innovation, captivates the senses, leaving an indelible mark on all who encounter it. While Pune serves as its home, Real Fragrances' reach knows no bounds, resonating with discerning consumers nationwide. From its exquisite Dhoop sticks to the aromatic allure of Sambrani cups, every product in the Mahayagya range is a testament to the brand's unwavering commitment to quality and spirituality. Other popular bamboo less products include hina, nivedan, upasna, devaa, firdaus, etc. ■



### Dhanlaxmi jumbo zippers popular choice in Bihar

Ahmedabad based Dhanlaxmi industries is one of the prominent brands from Gujarat that has its footprints across various markets in India. Speaking of the Bihar market, the brand has a good presence . Bihar being a market for low priced products is perfect for dhanlaxmi industries which specializes in providing best quality in less price making it a choice of customer. Among the most popular products of dhanlaxmi in Bihar are 300 and 600 gram packs of Ram Darbar 4 in 1, Radha Raani All in one and Varanasi 6 in 1. These packs are value for money for price sensitive customers of Bihar. Dhanlaxmi being a popular agarbatti brand with various varieties in different price segments also makes dhoop products under the brand Jai Ganesh. ■

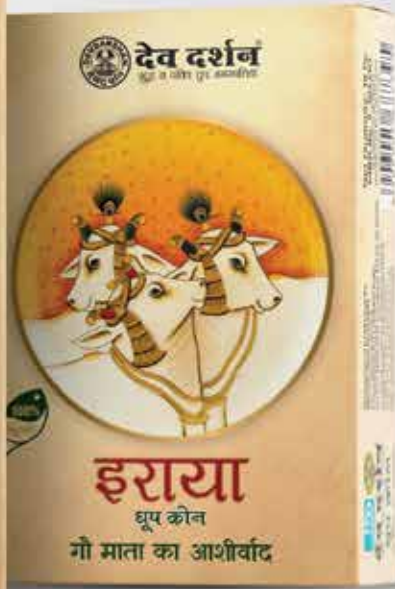
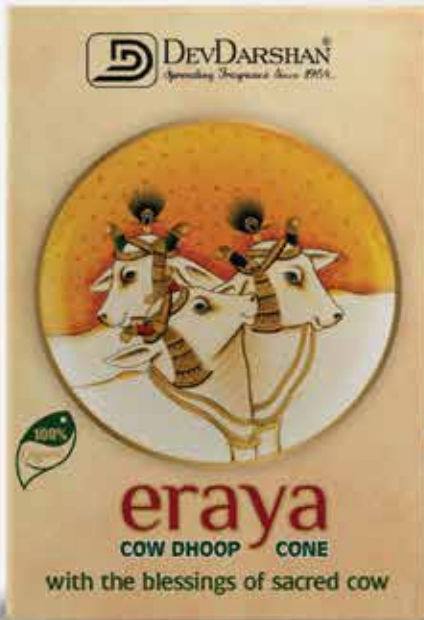
### Amrutha Dhoop Sticks: Captivating Bihar's Customers

Amrutha aromatics from Bangalore is a name that has spread its fragrance across the country over decades and is till date a popular choice among the incense consumers. Amrutha is among the most liked brands in almost all markets across the country. The brand is not just popular in incense sticks but has also gained market share in the dhoop stick segment as per the bamboo less trend. Amrutha's pack of Kasturi, champa and firdaus fragrance dhoop sticks has a special popularity in Bihar markets. Each stick is a testament to the brand's unwavering commitment to quality. This 3 in 1 pack weighs 90g and comes at an MRP of Rs.75. ■





पा कर देवदर्शन का सुगंधित उपहार,  
महक उठेगा मन्दिर का भव्य दरबार



- रासायनिक एवं कृत्रिम सुगन्ध रहित
- शुद्ध एवं पवित्र वन औषधियों एवं गंगाजल से निर्मित
- वातावरण को प्रदूषण मुक्त करके पवित्र एवं शुद्ध बनाता है
- शिव गौशाला जागेश्वर धाम की बदरी गाय के गोमय से निर्मित



गौ माता का आशीर्वाद बदरी गाय के गोमय से निर्मित

SCAN HERE



DEV DARSHAN INCENSE STORE  
ADDRESS: PLOT NO. 324, BUSINESS &  
INDUSTRIAL PARK-II, CHANDIGARH  
CONTACT: +91 9464215979  
TIMING: 8.30 AM to 6.00 PM

NIRVANA AROMATIC INDULGENCE  
SHOP NO. 39, INNER MARKET,  
SECTOR - 9D, CHANDIGARH  
CONTACT: 0172 4103999  
TIMING: 10.00 AM to 8.00 PM



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

/devdarshandhoop





## Zed Black Manthan Wet Dhoop: A One-Sided Success Story

For three decades, Zed Black has captivated consumers nationwide with its unparalleled offerings. Company's fast growth continues to inspire many. In the fiercely competitive world of incense brands, Zed Black's 3 in 1 incense sticks with brand ambassador star cricketer Mahendra Singh Dhoni continues to be among the top sellers in the mass segment. Zed Black's Manthan Wet Dhoop emerges as the most sellable in its segment across numerous states offering bang for the buck. Backed by the Bollywood icon Hrithik Roshan, Zed Black's Manthan Wet Dhoop stands tall, often dominating the competition and winning hearts with its enchanting aroma and divine appeal across India. From aggressive marketing strategies to competitive pricing, Zed Black leaves no stone unturned in its quest for excellence. Even the local manufacturers who have the logistic advantage find Zed Black a tough competition. ■

## Shah Fragrances: Perfuming Bihar's Hearts



From the bustling streets of Ahmedabad to the markets all over the country, Shah Fragrances spreads its aromatic charm far and wide. With a diverse portfolio boasting over 500 products, this esteemed brand has become a household name, revered for its quality and affordability. In Bihar's price-sensitive market, Shah Fragrances emerges as a beacon of quality and value. From the timeless allure of Loban to the enchanting fragrances of Sunday 7-in-1 and House of Flowers 6-in-1, each product is a testament to the brand's unwavering commitment to customer satisfaction. While its roots may lie in Ahmedabad, Shah Fragrances' reach extends far beyond Indian shores. With a presence in Sri Lanka, Nepal, South America, Bangladesh, and several African countries, the brand continues to spread its aromatic charm across the globe. ■

# Agarbatti & Dhoop Heat Dryer

**Drying Capacity: 32 Kgs to 9000 Kgs Per Batch**

**More than 150 Dryer Running Successfully Since Last 7 Years**

**Drying Time: 2 - 4 Hours, Also Uniform Drying in Rain**

**Pioneer of Agarbatti & Dhoop Heat Dryer**

### Benefits:

- High Speed Fully Automatic Fast Dryer
- Quick drying throughout the year
- Lowest drying cost technology
- All Agarbatti and Dhoop are dried evenly
- Proper drying prevents fungal development
- Large Production in Small Space
- Problem of bending in Agarbatti & Dhoop is solved
- Even in rainy season continue your Production by drying in Steamtech Heat Dryers.
- Even dipping ratio throughout the year.



**No Trial & Error, Guranteed Results**

611, Aalap- B, Limda Chowk,  
Rajkot, Gujarat 360001. India.

steamtechengineer@gmail.com  
www.steamtechengineers.com

**+91 85111 46990**



कल्पना करो तो  
माताजी भी नजर आएंगी

  
Kalpana  
Incense Sticks  
SINCE 1970



घर को मंदिर बनाए 'कल्पना की अगरबत्ती'®



## Cycle Naivedya Sambrani Cup: segment leader in Bihar

Sambrani cup, an innovative product from South India has now spread everywhere in the country and has gained a lot of popularity. Seeing the growing trend of this product, most of the agarbatti companies now manufacture sambrani cups in different sizes, fragrances and even colours. Cycle, the number one agarbatti company in its endless product range also has Cycle Naivedya Sambrani Cup, a leading product in the Sambrani cup market. "Naivedya" which means an offering to God; this product is a perfect worship item due to its high quality. Talking about Bihar market, Naivedya has a major share in the sales and sells one sided. A pack of sambrani cups contains 12 cups. Cycle brand has completed 75 years and in this journey, Cycle with its incredible quality products has won the hearts not only in the country but all over the world. Today, cycle brand products have become a part of people's worship in every household along with making the surroundings fragrant. Cycle Brand, the country's No.1 agarbatti company, has earned the trust and place in the hearts of its customers on the basis of its quality and service. Cycle is a certified carbon neutral company, all its products are eco-friendly and safe for health. ■



## DevDarshan Unveils Captivating Fragrance Collection

DevDarshan, a renowned brand in the Dhoop and Agarbatti industry, has been serving customers since 1954. With a rich legacy of over six decades, DevDarshan has established itself as a trusted name in the market. In a recent development, DevDarshan has expanded its product range by introducing a captivating line of perfumes. These perfumes cater to the diverse preferences of both men and women, as well as offering a range of unisex options. With this new addition, DevDarshan aims to provide its customers with a complete fragrance experience. The perfumes are available offline as well as online on website [www.devdarshandhoop.com](http://www.devdarshandhoop.com) in three different sizes to suit individual needs and preferences. Customers can choose from the 100ml, 50ml, and 20ml variants, ensuring that there is an option for every occasion and requirement. One of the key highlights of DevDarshan's perfumes is their suitability for gifting purposes. Whether it's a loved one's birthday or a special anniversary, these perfumes make for a thoughtful and memorable gift. The exquisite packaging and enchanting fragrances are sure to leave a lasting impression on the recipient. DevDarshan takes pride in its commitment to quality and customer satisfaction. Each perfume is crafted with utmost care, using the finest ingredients to ensure a delightful olfactory experience. The brand's dedication to excellence has earned it a loyal customer base over the years. With this new range of perfumes, DevDarshan continues to uphold its legacy of providing exceptional products that enhance the lives of its customers. The brand invites fragrance enthusiasts to explore its collection and indulge in the captivating world of DevDarshan perfumes. ■

## Black Musk: BIC's Next Flagship Product Redefining the Indian Incense Market



Bindu Incense Craft LLP (BIC), based in Bangalore, is a major player in the Indian incense market. It has established a strong brand portfolio with their signature product line, Black Musk. Over the past three years since its initial launch in 2021, Black Musk has witnessed remarkable growth across India. With Nine distinct variants catering to various market preferences, including Rs.15 MRP Pouches and Boxes, Rs. 25/- 30GM Boxes, Rs. 65 MRP Eco Boxes, Rs. 70/- MRP Zipper Packs, Rs. 150/- MRP 210 GM Family Packs, Rs. 70/- MRP Wet Dhoop Boxes, 5 Feet Extra Long Agarbatti Sticks and 50 GM Designer Dry Dhoop Sticks, Black Musk offers a diverse range of options for consumers. Its musky note is a signature blend from BIC that has garnered widespread acceptance and appreciation nationwide, positioning it as a standout product in the company's portfolio. Notably, Black Musk is poised to become the next flagship product for BIC, following in the footsteps of their esteemed offerings, Panchavati and Shivam. As per the market survey, the sellers who buy Panchavati and Shivam also show interest in Black Musk. Black Musk exemplifies significant potential for continuous expansion and market dominance. ■

\*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of January-2024-February-2024 or as mentioned by the respective companies





**S Mansukhlal and Company**

# EVOKE YOUR SENSES, EMBRACE THE ESSENCE



*Burning sambrani loban resin provides aromatic, spiritual, and therapeutic benefits, including purifying the air, promoting relaxation, and enhancing spiritual practices.*

S Mansukhlal and Company 194, Samuel Street, Masjid Bunder (W), Mumbai - 400 009

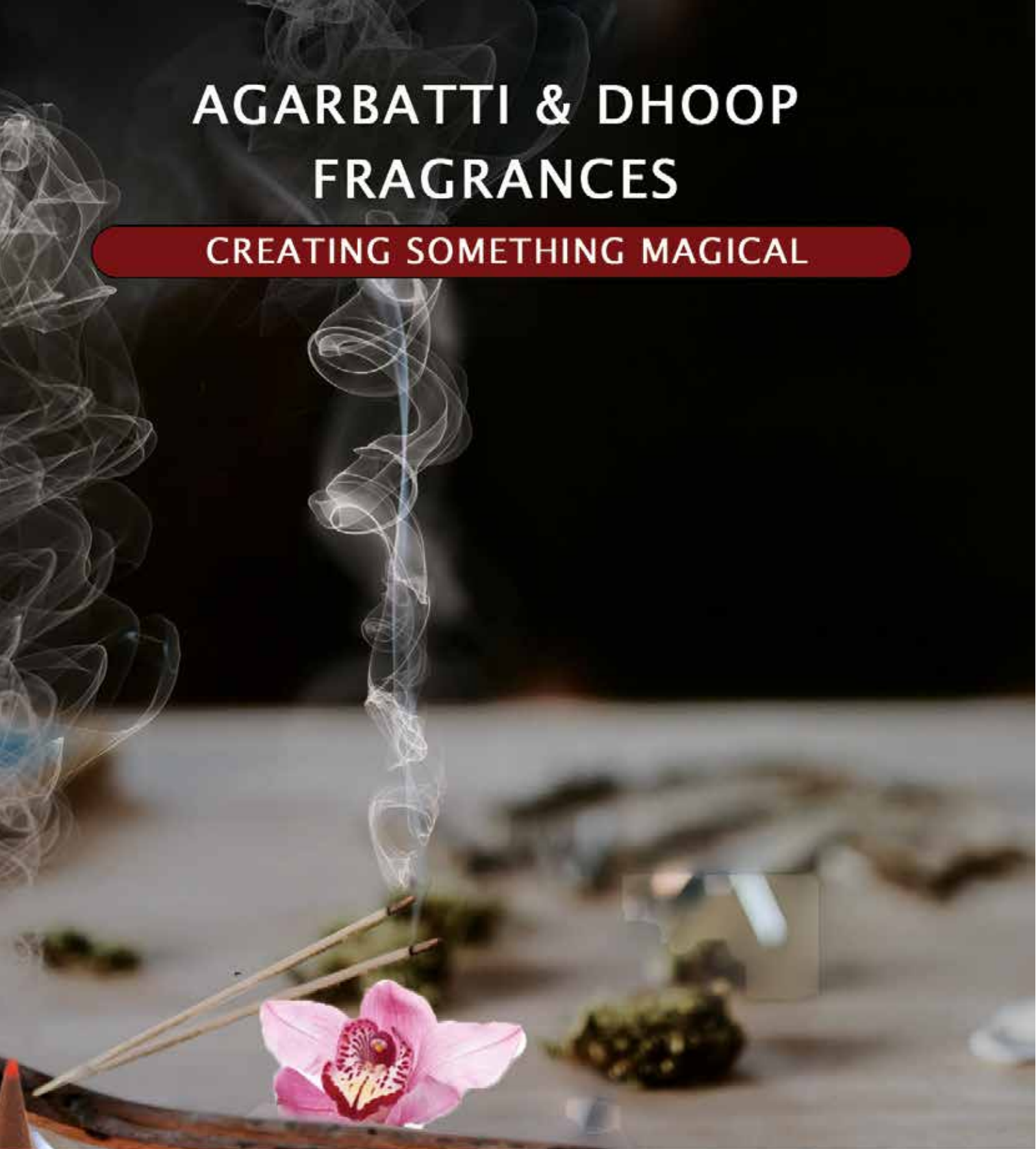
Email: [smansukhlalcompany@gmail.com](mailto:smansukhlalcompany@gmail.com) | Web : [www.incensedhoop.com](http://www.incensedhoop.com)

Customer care: ☎ +91 8169804060 +91 9920185666 Follow us on: 📷 🌐 @smansukhlalco



# AGARBATTI & DHOOP FRAGRANCES

CREATING SOMETHING MAGICAL



 **Ikta Aromatics Ltd.**  
The creator of **AROMA** Jewels



A unit of

**SOM VARSHNEY GROUP**



Ph: 011-42141579, 42141574

Email: [info@iktaaromatics.in](mailto:info@iktaaromatics.in) | [rnd@iktaaromatics.in](mailto:rnd@iktaaromatics.in)

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







# 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



# MARKET REPORT MUZAFFARPUR

## Big market for medium range of incense sticks

Muzaffarpur is a district in Bihar known for its textile industry, lakh bangles, litchi, mango, honey, paddy and magahi paan. It is the second largest district in Bihar and a centre for North Bihar. The district has many temples and historical places, attracting tourists and pilgrims. Jain followers come here to Baso Kund, a pilgrimage site and the birthplace of Lord Mahavir. Being an agricultural producing district, the market here is of economy and medium range. A survey conducted by Sugandh India found that incense sticks and aromatic products sell well here. However, due to the low income of the people, the population of farmers and the middle class is higher.

### 50% economy market

Did you know that Muzaffarpur is a thriving market for incense sticks and products? According to Sugandh India's market report, almost half of the market is for economy products, with medium and premium products making up the rest. The market offers brands from Indore, Bhopal, Delhi, Ahmedabad, Jaipur, Kanpur, and Bengaluru, and local-level brands also operate in their dedicated areas with different sales across different districts. The biggest market is for products with an MRP of ₹20, followed by heavy products with an MRP of ₹50 to 80. Box packing is the norm here, and the incense market has grown rapidly in recent years. Wet dhoop is more popular, with dry sticks accounting for only around 15% of the market. Don't miss the opportunity to tap into this fast-growing market!

### Demand for brands of Indore, Delhi, Jaipur, Bengaluru, Ahmedabad

Based on the market report, the top ten incense stick brands in the economy range include ZED Black, Cycle Pure, Moksh, ITC, Balaji, Darshan, Bharatvasi, BIC, Kavya, and Shah Fragrance. Some of these companies also offer products in the medium and premium price ranges. Products of Padmini, BIC, Balaji, Amrutha and Cycle are also available in the premium segment. Apart from this, Raunak Fragrance of Jaipur and Shreeji of Vadodara also have their market share. Indore's feelings also has a good presence in the market. In the ₹20 segment, ITC's Mangaldeep, Zed Black and Cycle dominate. Ahmedabad's Dhanalakshmi, Nishan, Parivar, Sri Siddhi Fragrance, Bengaluru's A Ravi Raga Rajlakshmi and Bicycle Flute, Bhopal's Pooja Path, Somnath, Hari Darshan, Dev Darshan, Jayant, Savitri, Hem, Shalimar, God Gifts, Kanpur's Divyastra, etc. also present in the market. Among the local companies, Ramayan, Munna Agarbatti are doing well and Badshah Agarbatti of Patna is at the forefront. Sugandhi of Patna dominates the Sambrani segment. Run Out is the leader in mosquito incense sticks, followed by Comfort, Encounter, Black Dragon, Sleepwell,



etc. among other brands.

### Schemes also play a vital role in Muzaffarpur

According to a report by Sugandh India, ZED Black's Manthan is the top-selling wet dhoop product in the market. It offer a scheme of four packets for twelve, which is valid for seven to eight months in a year. This offer has made ZED Black Manthan very popular in Muzaffarpur. Anant Products Avig is in second place, offering a similar scheme of four packets at twelve. God Gift has a scheme of two on twelve. Hari Darshan is also present in the market but its price is comparatively higher. ITC also has a scheme of two on twelve. Other brands sold in the market include Divyastra, Charbhujia, Shah Fragrance of Ahmedabad, and Shree Siddhi fragrances. Hari Darshan's wet dhoop is sold in ₹10, ₹20, and zipper packs. In the premium wet dhoop category, the Divyastra and Somnath products of Rajkot are very popular, while Balaji, BIC, and Cycle Pure have already established a good market.

### There are no branded companies in Roll-on Perfume and Camphor

According to the market report, brands are sold based on area. Even in dry sticks, products with an MRP of ₹ 20 are more popular. Balaji, BIC, Amrutha, Padmini, ZED Black, Moksh, Feelings, Charbhujia, and Denim are all available. Shalimar have a good market. Kavya of Delhi, Shah Fragrance and Shri Siddhi fragrance of Ahmedabad, Pooja Path Bhopal and Gajanand are also popular. There is a huge demand for the Cycle Naivedya Sambrani cup. Followed by Delta Panchavarnam and aradhna. Omega sambrani cup is also present in the market. Dry stick is preferred more in jar packaging. Apart from this, the Zipper pack with MRP of ₹50-60 are more in demand. Savitri Sambrani of Bengaluru is also in demand. The quality of ITC's Sambrani cup is considered better in the market. Sugandhi Sambrani of Patna has no match. The camphor market here belongs to local producers with no branded companies. Roll-ons and perfumes are less popular. Majmua is the most demanded roll on attar. ■

### The Secret of Scents

By **DK JOSHI** (PERFUMER)

**DKaromachemicals Services:**

- ✓ DK PERFUMERY TRAINING
- ✓ PRACTICAL DEMONSTRATION
- ✓ AROMA CHEMICALS
- ✓ GCMS FORMULATION
- ✓ GLC REPORT
- ✓ FRAGRANCE ANALYSIS
- ✓ ESSENTIAL OIL RCO
- ✓ RAW MATERIALS SUPPLIERS

Visit: [www.dkaromachemicals.com](http://www.dkaromachemicals.com)

• ESSENTIAL OIL RCO

• BASE BATTI FORMULA

• SMELLING TECHNIQUES

**IND: +91 8452886609**  
**UK: +44 7922 249679**

8, Prathamesh Apartment, Sinni Enclaves, Kasheli Village, Kasheli. Toll Naka, Bhiwandi, Thane - 421302





# SHREE YOGI SUPER <sup>®</sup> Sugandhi

INDIA'S OLDEST & ONLY CARBON FREE

Sambrani Dhoop Manufacturer Since 1991

## Our Products



- ✓ Peace of Mind
- ✓ 100% Satisfaction
- ✓ Natural product
- ✓ Trusted Company



Made from Natural Aromatic resin Non - Synthetic

Mfg. & Exported by :

**NILIMA HERBS PVT. LTD.**

Harni Chak, Anishabad, Patna - 800 002 (BIHAR)

For Trade Enquiry

+91 93 34 315252 | +91 87 89 377137

or mail us at [✉ nilima.2014a@gmail.com](mailto:nilima.2014a@gmail.com)



# Brands runs on company support and backup: Sagar Kumar

**T**here are hundreds of small and big companies operating in the agarbatti industry, apart from the top ten companies. However, to establish any product as a brand, it is necessary to create a marketing network and connect with wholesalers, distributors, retailers, and customers. Only after establishing contacts, the product can make its place in the market. Otherwise, the shopkeeper may have a monopoly and sell whatever they want. Sagar Kumar, the head of Chaudhary Sales Corporation in Muzaffarpur, shared with Sugandh India that for any product brand to be sold, the company must create a sales team for marketing and allow a distributor to work in one market for a long time. If the company thinks that its product is the best and will sell automatically, then it will not be possible to establish a brand. This is the reason why even low-quality products sell in the market, while high-quality products lag. Sagar Kumar's business involves four firms. Choudhary Sales Corporation which has the work of Nishan, An Ahmedabad-based brand, Raunak Fragrance Jaipur, Radheshyam Agarbatti Baroda, and soon they are going to take the work of Shree Ji of Baroda as well. Apart from this, they also work on 10-12 other products. Chaudhary Sales Corporation supplies 12-13 districts of North Bihar such as Motihari, Bettiah, Chhapra, Siwan, Darbhanga, Samastipur, Begusarai, etc.

Sagar Kumar, while talking to Sugandh India, revealed that his family business was that of a middleman in the rice and wheat market. However, he decided to venture into the incense sticks industry with the idea of doing something new. He worked at Cargill India for 13 years and later shifted to the agarbatti industry. With this experience, he started his own business with Nishan in 2021. Currently, he is a super stockist of incense sticks and puja materials in Muzaffarpur and several districts of North Bihar. In addition to this, Sagar also has businesses in rice, transport, and clothing. According to Sagar, running a brand is a challenge due to the lack of support from the company and the intense competition in the market related to pricing schemes. While the primary market is economy-based, Nishan is known for medium and high-quality products. To capture the sales volume in the economy segment, Sagar is also selling the Raunak brand. When asked about the importance of company support, Sagar explained that during festivals, stockists, distributors, wholesalers, and retailers all have to be provided with discounts and schemes. These schemes are not limited to just bags and packages; sales also increase when items such as blankets, jackets, umbrellas, or other essential products are offered during respective seasons. Sagar mentioned that Nishan had included a stool in their scheme, which was well-received by the people. Similarly, items such as laptop bags and trolley bags have also been popular among customers.

Sagar Kumar shared that Bihar has a large market for incense sticks. The market is divided into three segments; economy,



medium, and premium. The economy segment accounts for 40% of the market, while the medium and premium segments account for 30-35% and 15% respectively. The economy zip pack of 250, 500 grams and one kilo of incense sticks is the most popular. In this segment, Kavya and Raunak are in high demand. Mukta is a local brand and Pooja Path from Bhopal has a good market presence due to their active sales team. Cycle is considered premium here, but they have recently launched a medium-range product called Bansuri, which has helped them increase their market share. Black stone is also doing well. Despite being a big company, ITC is not able to compete with ZED Black, which has a marketing team of 32 people working continuously. While Sagar Kumar is a stockist of Moksh, he admits that ZED Black currently has the highest market share.

In response to a question, he said that the Divyastra brand has good sale in the wet dhoop segment. They are giving the scheme of 12 plus 6. ZED Black is also offering 12 Plus 4 and Moksh 12 Plus 4 schemes and they dominate this segment in terms of sales volume. Balaji being a premium product leads in terms of quality. Somnath product of Rajkot is also a premium brand. Sagar Choudhary also deals in it. Divyastra is an emerging brand and they also have a marketing team of 12 people. He said that incense sticks and incense products do not sell on their own. To sell goods, it is necessary to go to the market and create a network. Only then can the brand be established. He said that Sachhe Sai is fairly in demand in the wet dhoop. Black stone incense also sells. Dry sticks generate a demand of ten to fifteen per cent only. Sugandhi Sambrani of Patna has its own established market. ■

## Mr. Sagar Kumar

M/s. Chaudhary Sales Corporation  
Nal Bazar Sabji Mandi, Near Jumma Masjid,  
Muzaffarpur, Bihar-842001  
Ph: 8825274918, 9334193416





# 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 Freshners
- Attars
- Candles
- and many more...

## J.B. FRAGRANCES & FLAVOURS

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

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

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





## Muzaffarpur is a good market for medium-range zipper packs: Dinesh Prasad

There has been an increase in demand for medium-range products in Muzaffarpur and its surrounding districts in Bihar. Products in zipper packing have become especially popular. Earlier, box packing products worth ₹10 were sold, but now products with an MRP of ₹70 are sold the most for ₹50. The market for ₹5 and ₹10 products has almost vanished, and ₹20 products are the most popular in the economy range. Dinesh Prasad, the head of Sugandh Bihar, based in Muzaffarpur city, deals with all varieties and ranges of incense sticks and incense products from most of the major companies. He started this business 22 years ago with the idea of opening a dedicated agarbatti shop with incense products that would be liked by all types of customers.

In response to a question from Sugandh India, he said that initially he did not take any agency and started keeping small quantities of goods from all the major companies. When the business took off, he took the agency of Indore based company Feelings. Now he also does wholesale and retail work. Apart from this, he still sells the products of all the companies from his counter. Dinesh Prasad said that he supplies Feelings products all over Muzaffarpur. At his counter he sells all high-quality quality products from economy, medium and premium ranges. He does not stock products with MRP of ₹5 and ₹10. In the Muzaffarpur market, products with MRP of ₹20 are sold the most and the market share for this price is approximately 30%. Beyond this the customers buy products of MRP of ₹50 or more, that are of higher quantity. This price segment is selling very well. Premium quality products sell less.

When asked about the most popular incense stick brands in Muzaffarpur, he mentioned that BIC Panchavati is the best-selling in terms of quality. Balaji, Darshan, and Amrutha also enjoy a good sales. One can find ITC's Mangaldeep, ZED Black, Cycle Pure, and local brands from Bihar priced at ₹20. Other brands include Shri Ganesh, Parivar, and Natraj, while BadPrasad is not very popular

in the area. For premium quality incense sticks, one can opt for Cycle Eco Rhythm, Bigg Boss, Denim, and Pooja Path. Padmini is also in demand in the masala incense sticks segment. The premium range of incense sticks that are popular in Muzaffarpur includes Cycle Woods and Yagna, Mumbai's Jayant, and Balaji's Chandan and Oudh. Prasad also mentioned that Om and Ramayana from Patna used to be popular but not anymore. Indore based brands are the most popular here, followed by products from Ahmedabad, Delhi, and Bangalore.

Dinesh Prasad, in response to a question, said that earlier 90% of the market was dominated by incense sticks and only 10% comprised of dhoop, but now the market share of dhoop has increased to more than 30%. In dhoop products, the demand for wet dhoop is higher. The market for dry sticks is only about 15%. Dhoop products with MRP of ₹20 are in highest demand, among which ZED Black, Moksh, Feelings, Charbhujia, Denim, and Hari Darshan are in demand. Balaji, BIC and Cycle are in demand in the premium wet dhoop segment. Dry Sticks are present in box packing and jar packing for an MRP of ₹60. Feelings dominates this segment. He said that Sambrani Cup segment is dominated by Cycle, Feelings Daivik, Parivaar of Ahmedabad and Savitri Products of Bengaluru. On the question regarding the demand for camphor, he said that only local products of Patna are sold here. There are no branded companies. Apart from this, the demand for perfume and roll on is also very low here. Mostly only local perfumes of Kanpur and Kannauj are sold. ■

**Mr. Dinesh Prasad**  
M/s. Sugandh Bihar  
Raghuvansh Road, (Andigoal) Muzaffarpur  
Ph: 6202248379, 8340355138



# Quality has its own special fragrance

As a pioneer in the field, we have been supporting the fragrance and flavours industry since the early 1960's. Generations have counted on us.

With our state-of-the-art-manufacturing facilities, extensive warehouse network and international sourcing, we provide a wide range of high quality Pine Chemicals, including products customized to your requirements.



**AURACAM**<sup>®</sup>  
GOLD STANDARD  
Bhimsemi Camphor 6 Tablets



Camphor Powder

Isoborneol Powder

Bhimsemi Camphor

Dipentene

Pine Oil

Terpineol

Gum Rosin

Paraffin Wax

[svdpinechem.com](http://svdpinechem.com)



**SVD PineChem Private Limited** (Formerly SVD Resins & Plastics Pvt. Ltd.)  
208, 2<sup>nd</sup> Floor, Maker Bhavan III, 21, New Marine Lines, Mumbai-400 020.  
Tel: +91 22-2368 6252, +91 86557 68333 Email: [info@svdpinechem.com](mailto:info@svdpinechem.com)



# Incense stick business is clean and safe : Chandan Kumar



Chandan Kumar



Rajan Kumar

**M**r. Chandan Kumar Chaudhary is the head of Yuvraj Agarbatti Store in Muzaffarpur. He joined the incense industry because he found it to be a clean and safe business. His father, Shri Rambabu Chaudhary, started the incense stick business thirty years ago, and his brother Rajan Kumar Chaudhary manages that counter. Mr Chandan Kumar Chaudhary has opened another counter in the same area. He works as a wholesaler and retailer of many incense companies, including Divyastra of Kanpur, Dhanalakshmi of Ahmedabad, A Ravi Rag and Rajalakshmi of Bengaluru, Bansuri of Cycle Pure, and Devdarshan. When asked about his decision to join the incense industry, he replied that he saw that it was a safe business because incense sticks are a product that people will always use.

Regarding the state of the Muzaffarpur market, he mentioned that it is a thriving market with a lot of potential. Previously, the market mainly focused on economy products, but now the zipper packs of 90g and 100g priced at ₹50 are gaining demand. There is also a demand for 200g and 500g

products priced at ₹80. The people here are mainly looking for products that offer more quantity at a reasonable price in zipper packs. When asked about the quality of products available, he mentioned that the premium or medium-range quality products start from an MRP of ₹50. Earlier, box products priced at ₹10 and ₹20 were more popular here, but now people have shifted towards packs with an MRP of ₹50. Approximately 40% of the market caters to the medium range while about 15 to 20% of the market is dedicated to premium quality products.

In response to a question, he said that the top brands here include ZED Black 3 in 1, BIC, ITC, Cycle Pure, Darshan, Kavya and Mukta etc., which are economy range products. Balaji's ₹70 zipper pack is quite in demand in the premium segment. Apart from this, products of Nishan, Dhanalakshmi, Pooja-Path, Somnath, Bharatvasi and Shah are sold. He said that the market is dominated by the products from Bhopal and Indore. Munna Agarbatti, is in demand among local products. Badshah brand is popular in other areas of Bihar, but its demand is less in Muzaffarpur. It is more liked in rural

areas. Sugandhi Sambrani of Patna is the most popular.

ZED Black's Manthan dominates in wet dhoop followed by; Divyastra, Sachhe Sai, ITC, Charbhuj, Shah, Shri Siddhi, and Hari Darshan. Hari Darshan's wet dhoop is available in MRP of ₹10, ₹20 and zipper pack. Dry stick is dominated by Pooja Path, Cycle, ZED Black, Nishan, Siddhi, Balaji, BIC, DPB, Dhanalakshmi, and Prabhu Darshan. Sugandhi dominates the Sambrani stick followed by ZED Black Shrifal. Dhoop Cone has Divyastra, Dev Darshan, ZED Black, etc. Cycle dominates the Sambrani cup market with 50% share and the rest include Delta, Dev Darshan, Zed Black, etc. In roll on he only sells patna's ManMohini at his shop. In response to a question, he said that post festival season, there has been a slight slowdown in the market and this slowdown will continue for the next few months. ■

## Mr. Chandan Kumar

M/s. Yuvraj Agarbatti Store  
Infront of Bank of India Pankaj  
Market, Sariyaganj, Muzaffarpur,  
Bihar-842001  
Ph: 9334920425



symrise 

iff



**BIOLANDES**  
NATURAL EXTRACTS FOR CREATORS

kao

pfw 

Keva 

*Trusted Partner*

**AACIPL**

[www.aacipl.com](http://www.aacipl.com) | [info@aacipl.com](mailto:info@aacipl.com)

**LANXESS**  
Energizing Chemistry



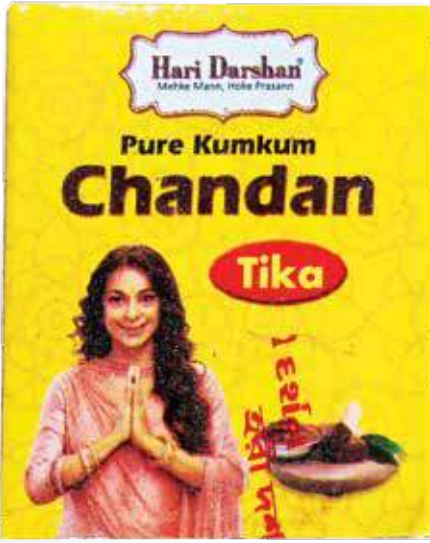
**SYNAROME™**  
FRAGRANCE INGREDIENTS & SPECIALTIES

**AARAV** Ingredients  
BALANCE | CLARITY | INTEGRITY

**KalpSutra™**  
CHEMICALS PVT.LTD



## हरि दर्शन चंदन टीका: दक्षिण भारत की पसंद



दक्षिण भारतीय राज्यों द्वारा अपनाया गया, हरि दर्शन का चंदन टीका पवित्रता और परंपरा के प्रतीक के रूप में स्थापित है। दिल्ली की हरि दर्शन कंपनी, अगरबत्ती उद्योग में एक दिग्गज नाम है, जो गीले धूप उत्पादों में अपनी विशेषज्ञता के लिए प्रसिद्ध है, जिसने दशकों से उपभोक्ताओं को आकर्षित किया है। कंपनी की 4-इन-1 गीली धूप हर घर को मंदिर की दिव्य आभा से सराबोर करने की ब्रांड की प्रतिबद्धता का प्रमाण है। गीली धूप वैसे तो मुख्य रूप से उत्तर भारत में पसंद की जाती है लेकिन हरि दर्शन की पहुंच देश भर में विविध सांस्कृतिक तालों के साथ गूंजते हुए देश के कोने कोने तक फैली हुई है। दक्षिणी राज्यों में, जहां चंदन उत्पादों का बोलबाला है, हरि दर्शन का चंदन टीका एक लोकप्रिय उत्पाद के रूप में उभरता है, जो अपने ताज़गी देने वाले गुणों के लिए प्रतिष्ठित है। अपने सुगंधित आकर्षण से परे, चंदन टीका अपने असंख्य स्वास्थ्य लाभों, एकाग्रता, सकारात्मकता और शांति को बढ़ावा देने के लिए भी प्रसिद्ध है। चंदन टीका से परे, हरि दर्शन की विस्तृत उत्पाद श्रृंखला में कुमकुम टीका, सफेद चंदन टीका, चंदन केसर टीका, अष्टगंध और सिन्दूर भी शामिल हैं, प्रत्येक शुद्धता और परंपरा के प्रति ब्रांड के अटूट समर्पण का प्रमाण है।

## चेन्नई को मंत्रमुग्ध करती न्यू ओरिएंटल अगरबत्ती

बैंगलोर की न्यू ओरिएंटल अगरबत्ती कंपनी, मैसूर अगरबत्ती और परफ्यूमरी कंपनी के ताज का एक रत्न है। परंपरा से जुड़े और उत्कृष्टता के प्रति अपनी प्रतिबद्धता के लिए प्रतिष्ठित, इस ब्रांड ने न केवल भारत में बल्कि दुनिया भर में प्रशंसा अर्जित की है। न्यू ओरिएंटल अगरबत्ती के आकर्षण के मूल में इसकी समय-सम्मानित शिल्प कौशल है, जो पीढ़ियों से चली आ रही है। 1933 में मैसूर के महाराजा द्वारा स्वर्ण पदक से सम्मानित प्रतिष्ठित जमुना अगरबत्ती से लेकर, गोल्डन वुड और मैसूर सैंडल जैसे अद्भुत उत्पादों तक, हर पेशकश खुशबू की एक सिम्फनी है, जिसे बेहद खास ढंग और श्रद्धा के साथ तैयार किया गया है। चेन्नई में, वर्षों से सुगंध प्रेमियों के दिल में न्यू ओरिएंटल अगरबत्ती के उत्पादों ने जगह बना रखी है। सुगंध इंडिया का बाज़ार सर्वेक्षण, ब्रांड की अटूट लोकप्रियता को प्रमाणित करता है, जो गुणवत्ता और शिल्प कौशल की इसकी स्थायी विरासत का प्रमाण है।



## जयंत प्रीमियम धूप स्टिक : बिहार के अभिजात्य वर्ग की पसंद

बांस रहित उत्पादों के चलन से धूपबत्ती बाजार में तेजी देखी जा रही है। अधिकांश बाजारों में बांस रहित उत्पादों ने 50% तक बाजार हिस्सेदारी हासिल कर ली है। प्रवृत्ति को देखते हुए, अधिकांश अगरबत्ती कंपनियों ने बांस रहित उत्पादों की विभिन्न श्रेणियां पेश की हैं। मुंबई स्थित जयंत अगरबत्ती कंपनी के पास उद्योग में 4 दशकों से अधिक का अनुभव है। ब्रांड के पास अगरबत्ती से लेकर धूप तक कई उत्पाद हैं और यह देश भर के विभिन्न बाजारों में मौजूद है। बिहार के बाजार की बात करें तो यहां कीमत के प्रति जागरूक ग्राहक हैं और इसलिए इस बाजार में ज्यादातर सस्ते और किफायती उत्पाद चलते हैं। इसके विपरीत, यहां जयंत प्रीमियम धूप का भी बाजार है। इसकी विशिष्ट पैकेजिंग इसे प्रतिस्पर्धा से अलग करता है, जयंत के प्रेसिडेंट रोज़ और अरिहंत धूप स्टिक परिष्कार की भावना का अनुभव कराती हैं। ये 50 ग्राम के पैक में 125 रु एमआरपी में है। बिहार मार्केट किफायती उत्पादों का पर्याय है, लेकिन फिर भी जयंत के प्रीमियम सेगमेंट के उत्पाद उपभोक्ता प्राथमिकताओं में बदलाव का संकेत देते हैं। बदलती पसंद और गुणवत्ता की बढ़ती मांग को देखते हुवे ब्रांड बिहार के अभिजात्य वर्ग के दिलों पर राज करने के लिए तैयार है।



\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जनवरी-2024-फरवरी-2024, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।





## आध्यात्मिक अनुभवों में उन्नति कर रही रियल महायज्ञ धूप

पुणे की रियल फ्रेग्रेन्स कंपनी, सुगंध के अनुभव को खास बनाने के लिए प्रसिद्ध है, जो अपनी प्रीमियम पेशकशों से देश भर के घरों को समृद्ध कर रही है। अपनी श्रद्धेय रचनाओं के बीच, रियल महायज्ञ श्रृंखला एक दिव्य भोग के रूप में उभरती है, जो हर अनुष्ठान को एक उत्कृष्ट अनुभव प्रदान करती है। रियल महायज्ञ धूप, अपनी मंत्रमुग्ध कर देने वाली सुगंध के साथ, पवित्रता, मन को तरोताजा करने और वातावरण को पवित्र करने का ताना-बाना बुनती है। इसकी अलौकिक खुशबू, परंपरा और नवीनता का मिश्रण है जो इंद्रियों को मंत्रमुग्ध कर देती है और जो भी इसे एक बार अनुभव कर ले, उस पर एक अमिट छाप छोड़ती है। पुणे की रियल फ्रेग्रेन्स की पहुंच की कोई सीमा नहीं है और देश भर के उपभोक्ताओं के बीच इसने अपनी जगह बना ली है। इसकी उत्कृष्ट धूप स्टिक से लेकर संब्रानी कप के सुगंधित आकर्षण तक, महायज्ञ रेंज का प्रत्येक उत्पाद गुणवत्ता और आध्यात्मिकता के प्रति ब्रांड की अटूट प्रतिबद्धता का प्रमाण है। अन्य लोकप्रिय बांस रहित उत्पादों में हिना, निवेदन, उपासना, देवा, फिरदौस आदि शामिल हैं।



## धनलक्ष्मी जंबो जिपर बिहार में लोकप्रिय पसंद

अहमदाबाद स्थित धनलक्ष्मी इंडस्ट्रीज गुजरात के प्रमुख ब्रांडों में से एक है, जिसकी भारत के विभिन्न बाजारों में मौजूदगी है। बिहार मार्केट की बात करें तो ब्रांड की यहाँ अच्छी उपस्थिति है। कम कीमत वाले उत्पादों का बाजार होने के कारण बिहार धनलक्ष्मी उद्योगों के लिए बिल्कुल उपयुक्त है, जो कम कीमत में सर्वोत्तम गुणवत्ता प्रदान करने में माहिर हैं, जो इसे ग्राहकों की पसंद बनाता है। बिहार में धनलक्ष्मी के सबसे लोकप्रिय उत्पादों में राम दरबार 4 इन 1, राधा रानी ऑल इन वन और वाराणसी 6 इन 1 के 300 और 600 ग्राम के पैक हैं। ये पैक बिहार के कीमत के प्रति संवेदनशील ग्राहकों के लिए खास हैं। विभिन्न प्राइस सेगमेंट में विभिन्न किस्मों के साथ एक लोकप्रिय अगरबत्ती ब्रांड होने के नाते, धनलक्ष्मी अपने जय गणेश ब्रांड के तहत धूप उत्पाद भी बनाती है।

## बिहार के ग्राहकों को लुभाती अमृता धूप स्टिक

बेंगलुरु का अमृता एरोमेटिक्स एक ऐसा नाम है जिसने दशकों से पूरे देश में अपनी खुशबू फैलाई है और आज तक यह अगरबत्ती उपभोक्ताओं के बीच एक लोकप्रिय पसंद है। अमृता देश भर के लगभग सभी बाजारों में सबसे अधिक पसंद किए जाने वाले ब्रांडों में से एक है। यह ब्रांड न केवल अगरबत्ती के क्षेत्र में लोकप्रिय है, बल्कि बांस रहित चलन के कारण इसने धूप के क्षेत्र में भी बाजार हिस्सेदारी हासिल की है। अमृता के कस्तूरी, चंपा और फिरदौस की खुशबू वाली धूपबत्ती के पैक की बिहार के बाजारों में विशेष लोकप्रियता है। प्रत्येक स्टिक गुणवत्ता के प्रति ब्रांड की अटूट प्रतिबद्धता का प्रमाण है। इसका 3 इन 1 पैक 75 रु एमआरपी में 90 ग्राम में।



\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जनवरी-2024-फरवरी-2024, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।





## जेड ब्लैक मंथन वेट धूप: एक तरफा सफलता की कहानी

तीन दशकों से, जेड ब्लैक ने अपनी अद्वितीय पेशकशों से देश भर में उपभोक्ताओं को आकर्षित किया है। कंपनी की तेज़ वृद्धि कई लोगों को प्रेरित करती रहती है। अगरबत्ती ब्रांडों की अत्यधिक प्रतिस्पर्धी दुनिया में, ब्रांड एंबेसडर स्टार क्रिकेटर महेंद्र सिंह धोनी के साथ जेड ब्लैक्स 3 इन 1 अगरबत्ती मास सेगमेंट में शीर्ष पर बनी हुई है। जेड ब्लैक की मंथन वेट धूप कई राज्यों में अपने सेगमेंट में सबसे अधिक बिक्री योग्य बनकर उभरी है, जो कम कीमत में एक धमाकेदार पेशकश है। बॉलीवुड आइकन ऋतिक रोशन द्वारा समर्थित, जेड ब्लैक की मंथन वेट धूप लंबे समय से प्रतिस्पर्धा में दूसरों पर हावी है और पूरे भारत में अपनी मनमोहक सुगंध और दिव्य अपील के साथ दिल जीत चुकी है। आक्रामक मार्केटिंग रणनीतियों से लेकर प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण तक, जेड ब्लैक ब्रांड उत्कृष्टता की ओर बढ़ने में कोई कसर नहीं छोड़ता। यहां तक कि स्थानीय निर्माता जिनके पास लॉजिस्टिक लाभ है, उन्हें भी जेड ब्लैक से कड़ी प्रतिस्पर्धा मिलती है।



## बिहार के दिलों को सुगंधित करती शाह फ्रेग्रन्सेस

अहमदाबाद की हलचल भरी सड़कों से लेकर देशभर के बाजारों तक, शाह फ्रेग्रन्सेस अपना सुगंधित आकर्षण दूर-दूर तक फैलाती है। 500 से अधिक उत्पादों वाले विविध पोर्टफोलियो के साथ, यह प्रतिष्ठित ब्रांड एक घरेलू नाम बन गया है, जो अपनी गुणवत्ता और सामर्थ्य के लिए प्रतिष्ठित है। बिहार के मूल्य-संवेदनशील बाजार में, शाह फ्रेग्रन्सेस गुणवत्ता और सही कीमत के प्रतीक के रूप में उभरी है। आकर्षक लोबान अगरबत्ती से लेकर संडे 7-इन-1 और हाउस ऑफ फ्लावरस 6-इन-1 की मनमोहक खुशबू तक, प्रत्येक उत्पाद ग्राहकों की संतुष्टि के लिए ब्रांड की अटूट प्रतिबद्धता का प्रमाण है। अहमदाबाद की शाह फ्रेग्रन्सेस की पहुंच भारतीय तटों से कहीं आगे तक फैली हुई है। श्रीलंका, नेपाल, दक्षिण अमेरिका, बांग्लादेश और कई अफ्रीकी देशों में उपस्थिति के साथ, ब्रांड दुनिया भर में भी अपना सुगंधित आकर्षण फैला रहा है।

\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जनवरी-2024-फरवरी-2024, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



## बिहार में सेगमेंट लीडर है साइकिल नैवेद्य संब्रानी कप

दक्षिण भारत का एक अभिनव उत्पाद साम्ब्रानी कप अब पूरे देश में फैल गया है और इसने बहुत लोकप्रियता हासिल की है। इस उत्पाद के बढ़ते चलन को देखते हुए, अधिकांश अगरबत्ती कंपनियां अब विभिन्न आकारों, सुगंधों और यहां तक कि रंगों में सांब्रानी कप बनाती हैं। भारत की नंबर एक अगरबत्ती कंपनी, साइकिल की अंतहीन उत्पाद रेंज में नैवेद्य संब्रानी कप भी है, जो सांब्रानी कप बाजार में एक अग्रणी उत्पाद है। “नैवेद्य” जिसका अर्थ है भगवान को अर्पित किया गया प्रसाद; यह उत्पाद अपनी उच्च गुणवत्ता के कारण एक आदर्श पूजा सामग्री है। बिहार के बाजार की बात करें तो बिक्री में नैवेद्य की बड़ी हिस्सेदारी है और यह एक तरफा बिकता है। सांब्रानी कप के एक पैकेट में 12 कप होते हैं। साइकिल ब्रांड ने 75 साल पूरे कर लिए हैं और इस सफर में साइकिल ने अपने अविश्वसनीय गुणवत्ता वाले उत्पादों से न केवल देश बल्कि पूरी दुनिया का दिल जीत लिया है। आज साइकिल ब्रांड के उत्पाद घर-घर में वातावरण को सुगंधित करने के साथ-साथ लोगों की पूजा का हिस्सा भी बन गए हैं। देश की नंबर 1 अगरबत्ती कंपनी साइकिल ब्रांड ने अपनी गुणवत्ता और सेवा के दम पर ग्राहकों का भरोसा जीता है और उनके दिलों में जगह बनाई है। साइकिल एक प्रमाणित कार्बन न्यूट्रल कंपनी है, इसके सभी उत्पाद पर्यावरण के अनुकूल और स्वास्थ्य के लिए सुरक्षित हैं।



## खास मौकों के लिए बेहतरीन तोहफा देवदर्शन के परफ्यूम

धूप और अगरबत्ती इंडस्ट्री में एक जाना-माना नाम, देवदर्शन, 1954 से ग्राहकों की सेवा करता आ रहा है। छह दशक से अधिक की समृद्ध विरासत के साथ, देवदर्शन ने बाजार में एक विश्वसनीय नाम स्थापित किया है। हाल ही में, देवदर्शन ने आकर्षक परफ्यूम संग्रह लॉन्च करके अपने उत्पादों की श्रेणी का विस्तार किया है। ये परफ्यूम न केवल पुरुषों और महिलाओं की विविध पसंदों को पूरा करते हैं, बल्कि यूनिसेक्स विकल्पों की एक श्रृंखला भी प्रदान करते हैं। इस संग्रह के साथ, देवदर्शन का लक्ष्य अपने ग्राहकों को एक संपूर्ण सुगंध अनुभव प्रदान करना है। व्यक्तिगत जरूरतों और पसंदों के अनुरूप परफ्यूम तीन अलग-अलग आकारों में उपलब्ध हैं। ग्राहक 100ml, 50ml और 20ml वैरिएंट में से चुन सकते हैं, जिससे यह सुनिश्चित होता है कि यह हर अवसर और आवश्यकता के लिए एक विकल्प है। देवदर्शन के परफ्यूम की एक प्रमुख विशेषता उपहार देने के उद्देश्य से उनकी उपयुक्तता है। चाहे किसी प्रियजन का जन्मदिन हो या कोई खास सालगिरह, ये परफ्यूम एक विचारशील और यादगार उपहार बनते हैं। उत्तम पैकेजिंग और मनमोहक सुगंध निश्चित रूप से पर एक स्थायी प्रभाव छोड़ते हैं। देवदर्शन गुणवत्ता और ग्राहक संतुष्टि के प्रति अपनी प्रतिबद्धता पर गर्व करता है। प्रत्येक परफ्यूम को बेहतरीन सामग्री का उपयोग करके अत्यधिक सावधानी से तैयार किया जाता है ताकि एक सुखद गंध अनुभव सुनिश्चित किया जा सके। उत्कृष्टता के प्रति ब्रांड के समर्पण ने इसे वर्षों से एक वफादार ग्राहक आधार अर्जित किया है।

परफ्यूम की इस नई रेंज के साथ, देवदर्शन अपने ग्राहकों के जीवन को बेहतर बनाने वाले असाधारण उत्पाद प्रदान करने की अपनी विरासत को बनाए रखता है। देवदर्शन सुगंध के शौकीनों को अपने संग्रह के साथ परफ्यूम की आकर्षक दुनिया में डूबने के लिए आमंत्रित करता है। यह परफ्यूम देवदर्शन की वेबसाइट [www.devdarshandhoop.com](http://www.devdarshandhoop.com) पर उपलब्ध है।

## भारतीय अगरबत्ती बाजार का प्रमुख उत्पाद बनता बीआईसी ब्लैक मस्क



बेंगलुरु स्थित बिंदू इन्सेंस क्राफ्ट एलएलपी (बीआईसी) भारतीय अगरबत्ती बाजार में एक प्रमुख ब्रांड है। कंपनी ने अपनी सिग्नेचर उत्पाद श्रृंखला, ब्लैक मस्क के साथ एक मजबूत ब्रांड पोर्टफोलियो स्थापित किया है। 2021 में अपने शुरुआती लॉन्च के बाद से पिछले तीन वर्षों में, ब्लैक मस्क ने पूरे भारत में उल्लेखनीय वृद्धि देखी है। विभिन्न बाजार प्राथमिकताओं को पूरा करने वाले नौ अलग-अलग वैरिएंट के साथ, जिसमें 15 रुपये एमआरपी पाउच और बॉक्स, 25/- 30 ग्राम बॉक्स, रु. 65 एमआरपी इको बॉक्स, रु. 70/- एमआरपी जिपर पैक, रु. 150/- एमआरपी 210 ग्राम फ़ैमिली पैक, रु. 70/- एमआरपी वेट धूप बॉक्स, 5 फीट लंबी अगरबत्ती और 50 ग्राम डिजाइनर ड्राई धूप स्टिक शामिल हैं, ब्लैक मस्क उपभोक्ताओं के लिए विविध प्रकार के विकल्प प्रदान करता है। इसका मस्की नोट बीआईसी की एक सिग्नेचर सुगंध है जिसने देश भर में व्यापक स्वीकृति और सराहना हासिल की है, जिससे यह कंपनी के पोर्टफोलियो में एक खास उत्पाद के रूप में स्थापित हो गया है। विशेष रूप से, ब्लैक मस्क, कंपनी की प्रतिष्ठित पेशकशों पंचवटी और शिवम के नक्शेकदम पर चलते हुए, अगला प्रमुख उत्पाद बनने की ओर अग्रसर है। बाजार सर्वेक्षण के तहत, पंचवटी और शिवम खरीदने वाले विक्रेता ब्लैक मस्क में भी रुचि दिखाते हैं। ब्लैक मस्क एक ऐसा उत्पाद है जो निरंतर बढ़ती लोकप्रियता और बाजार पर राज करने की क्षमता रखता है।

\*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा जनवरी-2024-फरवरी-2024, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



## अगरबत्ती की मीडियम रेंज की बड़ी मार्केट

बिहार का प्रमुख जिला मुजफ्फरपुर वस्त्र उद्योग, लाख की चूड़ियां, लीची, आम, शहद, धान और मगही पान के लिए विश्व विख्यात है। पटना के बाद मुजफ्फरपुर बिहार का सबसे बड़ा जिला है, जो उत्तर बिहार का केंद्र भी है। यहां जैन धर्मावलंबियों का तीर्थ स्थल बसो कुंड के अलावा कई अन्य मंदिर व ऐतिहासिक स्थल हैं, जिससे यहां पर्यटक और तीर्थ यात्री भी आते रहते हैं। जैन धर्म के 24 वें तीर्थंकर भगवान महावीर की यहां जन्मस्थली होने के कारण दुनिया भर से जैन समुदाय के लोग यहां आते हैं। कृषि उत्पादक जिला होने के कारण यहां का बाजार इकोनामी और मीडियम रेंज का है। सुगंध इंडिया ने मुजफ्फरपुर मार्केट के होलसेलर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेलर्स के बीच किए गए सर्वे में पाया कि अगरबत्ती और धूप सहित अन्य सुगंधित उत्पादों का यहां ठीक-ठाक बाजार है, लेकिन लोगों की आमदनी कम होने के कारण कृषकों व मध्यवर्गीय तबके की आबादी ज्यादा है। इसलिए यहां अगरबत्ती उत्पाद भी इकोनामी और मीडियम रेंज के ज्यादा बिकते हैं।

### 50% इकोनामी की मार्केट-

सुगंध इंडिया की मार्केट रिपोर्ट के अनुसार मुजफ्फरपुर अगरबत्ती और धूप उत्पादों के लिए बहुत बेहतर और तेजी से बढ़ रहा बाजार है। यहां लगभग 50% इकोनामी उत्पादों की मार्केट है। इसके बाद 30 से 35% मीडियम और लगभग 15% की प्रीमियम उत्पादों का बाजार है। यहां सभी रेंज के उत्पादों में ज्यादातर इंदौर, भोपाल, दिल्ली, अहमदाबाद, जयपुर, कानपुर और बेंगलुरु की कंपनियों के ब्रांड चलते हैं। इसके अलावा स्थानीय स्तर के ब्रांड भी चलते हैं, लेकिन ज्यादातर का अपना इलाका है और वह हर जिले में एक जैसे नहीं बिकते। इकोनामी और मीडियम रेंज की मार्केट होने के कारण यहां सबसे बड़ा बाजार ₹20 की एमआरपी वाले उत्पादों का है। इसके बाद 50 से 80 रुपए की एमआरपी वाले अधिक वजन के प्रोडक्ट जीपर पैक में सबसे ज्यादा बिकते हैं। इकोनामी, मीडियम या फिर प्रीमियम यहां खुले अगरबत्ती व धूप की मार्केट नहीं है। बॉक्स पैकिंग थोड़ी बहुत चलती है। बीते कुछ वर्षों में यहां धूप की मार्केट तेजी से बढ़ी है। अब लगभग 30% मार्केट धूप उत्पादों की है, जिसमें गीली धूप का चलन ज्यादा है। ड्राई स्टिक 15% के आसपास ही है।

### इंदौर, दिल्ली, जयपुर, बेंगलुरु अहमदाबाद के ब्रांड की मांग-

मार्केट रिपोर्ट के अनुसार इकोनामी रेंज में टॉप 10 में बिकने वाली अगरबत्तियों में जेड ब्लैक, साइकिल, मोक्ष, आईटीसी, बालाजी, दर्शन, भारतवासी, बीआईसी, काव्या और शाह फ्रेगरेंस के अलावा पटना का ब्रांड बादशाह भी है। मीडियम रेंज में भी इन्हीं कंपनियों के उत्पादन चलते हैं, लेकिन प्रीमियम में पद्मिनी, बीआईसी, बालाजी, अमृता और साइकिल के भी कुछ रेंज चलते हैं। इसके अलावा जयपुर का रौनक फ्रेगरेंस और वडोदरा के श्रीजी की भी मार्केट है। इंदौर के फिलिंग्स की भी मार्केट में अच्छी उपस्थिति है। ₹20 की एमआरपी में आईटीसी का मंगलदीप,



जेड ब्लैक और साइकिल ठीक-ठाक चलते हैं। यहां कानपुर का दिव्यास्त, अहमदाबाद का धनलक्ष्मी, निशान, परिवार, श्री सिद्धि फ्रेग्रेन्स, बेंगलुरु का ए रवि राग राजलक्ष्मी और साइकिल की बांसुरी, भोपाल का पूजा पाठ, सोमनाथ, हरी दर्शन, देव दर्शन, जयंत, सावित्री, हेम, शालीमार, गॉड गिफ्ट आदि भी चलते हैं। लोकल कंपनियों में रामायण, मुन्ना अगरबत्ती, ठीक-ठाक चल रही है और पटना की बादशाह अगरबत्ती सबसे आगे हैं। साम्ब्रानी में पटना की सुगंधी का एक छत्र राज है। मच्छर अगरबत्ती में रन आउट सबसे आगे है, इसके बाद अन्य ब्रांडों में कम्फर्ट, एनकाउंटर, ब्लैक ड्रैगन, स्लीपवेल, आदि हैं।

### मुजफ्फरपुर में स्कीम से भी जमाता है ब्रांड-

सुगंध इंडिया की रिपोर्ट के अनुसार गीली धूप में जेड ब्लैक का मंथन नंबर एक पर है। क्वालिटी के साथ वह वर्ष में सात-आठ महीने 12 पैकेट पर चार की स्कीम भी देता है। मुजफ्फरपुर में स्कीम के दम पर भी बहुत सारे उत्पाद मार्केट में चल रहे हैं। इसके बाद अनंत प्रोडक्ट का ए विग है, जो 12 पर 4 की स्कीम देता है। गॉड गिफ्ट भी 12 पर दो की स्कीम दे रहा है। हरि दर्शन भी मार्केट में उपस्थित है लेकिन उसका रेट अन्य ब्रांडों से अधिक है। आईटीसी भी 12 पर दो की स्कीम दे रहा है। इसके अलावा दिव्यास्त,

चारभुजा, अहमदाबाद का शाह फ्रेगरेंस और श्री सिद्धि चलता है। हरि दर्शन का गीली धूप 10, 20 और जीपर पैक में भी है। प्रीमियम गीली धूप में दिव्यास्त और राजकोट का सोमनाथ प्रोडक्ट मार्केट पकड़ रहा है, जबकि बालाजी, बीआईसी और साइकिल की अच्छी खासी मार्केट पहले से जमी है।

### रोलआन-इत्र और कपूर में नहीं हैं ब्रांडेड कंपनियां

मार्केट रिपोर्ट के अनुसार यहां एरिया वाइज ब्रांड बिकते हैं। ड्राई स्टिक में भी ₹20 की एमआरपी वाले प्रोडक्ट ज्यादा चलते हैं। ड्राई धूप स्टिक में बालाजी, बीआईसी, अमृता, पद्मिनी, जेड ब्लैक, मोक्ष, फिलिंग्स, निशान, चारभुजा, डेनिम सभी चलते हैं। शालीमार, की अच्छी मार्केट है और दिल्ली का काव्या, अहमदाबाद का शाह फ्रेगरेंस, श्री सिद्धि फ्रेग्रेन्स, भोपाल का पूजा पाठ और गजानंद भी चलता है। सांब्रानी कप में साइकिल के नैवेद्य का जबरदस्त क्रेज है। उसके बाद डेल्टा का पंचवर्णम और आराधना चलता है। ओमेगा भी कप सेगमेंट में उपस्थित है। शाह फ्रेगरेंस का कप और ड्राई स्टिक भी बाजार में उपस्थित हैं। ड्राई स्टिक यहां जार में ज्यादा पसंद किया जा रहा है। इसके अलावा 50-60 रुपए की एमआरपी में जीपर पैक अच्छा चलता है। सावित्री सांब्रानी भी चलता है। आईटीसी के सांब्रानी कप की क्वालिटी मार्केट में बेहतर मानी जा रही है। वहीं पटना की सुगंधी सांब्रानी का कोई जोड़ नहीं है। कपूर की मार्केट यहां लोकल उत्पादकों की है और ब्रांडेड कंपनियां नहीं के बराबर हैं। रोल आन और इत्र का चलन कम है। इत्र में मजमुआ की सबसे अधिक मांग 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

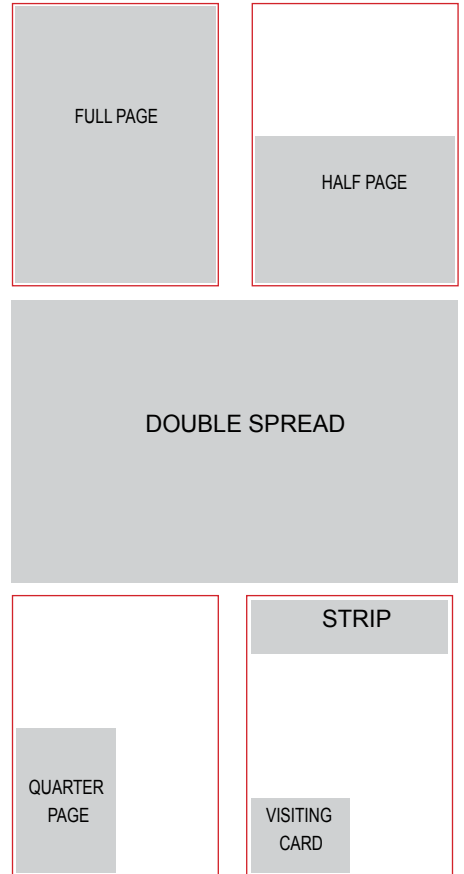
Note : 20% extra for Advt in first 20 pages. All rates are excluding 5% G.S.T.

**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**



परंपराओं और आधुनिकीकरण के साथ

विकास की ओर बढ़ती

# बालाजी अगरबत्ती कंपनी

चुनौतियों पर विजय,  
नयी रणनीतियां और  
भविष्य के लिए उत्साह:

बालाजी अगरबत्ती  
कंपनी की कहानी

आशीष शाह  
की जुबानी



बेंगलुरु की बालाजी अगरबत्ती कंपनी भारत ही नहीं विदेशों में भी सबसे बेहतरीन और उच्च गुणवत्ता वाले अगरबत्ती उत्पादों के लिए जानी जाती है। वर्ष 2016 में कंपनी में एक खास बदलाव आया जब विभिन्न व्यावसायिक क्षेत्रों से आयी युवा पीढ़ी ने कंपनी में प्रवेश किया। इस बदलाव से कंपनी को निरंतर विकास के लिए एक नयी ऊर्जा और दिशा मिली। वर्ष 2020 के आने के साथ ही इस युवा पीढ़ी ने अपनी अनोखी विशेषज्ञताओं और दृष्टिकोण के साथ बालाजी कंपनी का नेतृत्व संभाला और अपने भरपूर अनुभवों, नवाचार और आशावाद की सोच के साथ बालाजी अगरबत्ती को उद्योग में निरंतर सफलता और मान्यता दिलाई।

बालाजी कंपनी के नेतृत्व में बदलाव और नई युवा पीढ़ी के कमान संभालने और उनकी योग्यता पर मार्केट में शुरू में सवाल भी उठे। सुगंध इंडिया से खास बातचीत में बालाजी समूह के मैनेजिंग पार्टनर आशीष शाह ने बताया की इस व्यवसाय में आना उनके लिए अनजान रास्ते पर चलने की चुनौती के सामान था। 33 साल की उम्र में जब उन्होंने इस कंपनी की कमान संभाली तब उनके पास केवल अन्य क्षेत्रों का भरपूर ज्ञान और अनुभव ही था और कंपनी में हुए कई बदलावों के चलते हालात काफी पेचीदा हो गए थे। लेकिन फिर भी आशीष ने इस अवसर को पूरे दिल से स्वीकार किया और खुद को अगरबत्ती बाजार के प्रति समर्पित कर दिया। उन्होंने देश भर में व्यापक दौरे किये। डीलरों, वितरकों, स्टॉकिस्टों और आपूर्तिकर्ताओं से खुद मिलकर सीढ़ी बात की और तेजी से उद्योग की बारीकियां समझी।





Nainesh Shah and Ashish Shah (Left to Right)

सुगंध इंडिया से हो रही बातचीत ने आशीष को डिस्ट्रीब्यूटर इंटरव्यू करने की याद दिलाई। उन्होंने बताया कि उन्होंने अपना पूरा ध्यान अलग-अलग मार्केट में चल रही विभिन्न पैकेजिंग को समझने, सैपल लेने और बालाजी के उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न बाजारों का दौरा करने में लगाया। उन्होंने मार्केट विश्लेषण के द्वारा पता किया कि किन उत्पाद श्रेणियों में बालाजी की उपस्थिति नहीं है, उदाहरण के तौर पर महाराष्ट्र में 250 ग्राम फॅमिली पैक। ग्राहकों के खरीदारी व्यवहार के सर्वेक्षण से मिली जानकारी का लाभ उठाते हुए, आशीष ने रणनीतिक रूप से इन कमियों को पूरा किया, जिससे संभावित बाजारों में बिक्री को बढ़ावा मिला। उदाहरण के लिए, बंडलों में पैक अगरबत्तियों की सीमित उपलब्धता को देखते हुए, बालाजी ने बंडल पैक में उत्पाद बढ़ाए। इन रणनीतियों ने न केवल बालाजी के विकास को बढ़ावा दिया बल्कि प्रतिस्पर्धी अगरबत्ती बाजार में कंपनी की स्थिति भी मजबूत की।

बालाजी का प्रबंधन संभालने पर आयी चुनौतियों सम्बंधित सुगंध इंडिया के सवाल उन्होंने बताया कि बाजार में उनको लेकर चल रहे संदेह के बीच अपनी क्षमता को सिद्ध करना एक कठिन लड़ाई थी। अनुभव की कमी तो थी ही लेकिन उनका परिवार 1980 के दशक से अगरबत्ती के कच्चे माल के व्यवसाय में मजबूती से जमा हुआ था। इसी बात ने उन्हें बैंगलोर के अन्य प्रमुख ब्रांडों से अलग किया, जहां परफ्यूम और मसाला अगरबत्ती बनाने की कला पीढ़ियों से चली आ रही है और इन कंपनियों में नयी पीढ़ी काफी कम उम्र में ही उत्पाद बनाना सीख लेती है। उनका शुरुआती जीवन इस परंपरा के विपरीत तहत। स्कूल के दिनों में वह कभी-कभार अपने पिता के कार्यालय और कारखाने में जाते थे, लेकिन उनकी इस व्यवसाय में बहुत कम रुचि थी। कॉलेज के बाद, उन्होंने और उनके भाइयों ने अगरबत्ती उद्योग से हटके करियर चुना। उदाहरण के लिए, आशीष ने सीएफए पूरा किया और एक प्रमुख रेटिंग एजेंसी में इक्विटी रिसर्च एनालिस्ट के रूप में काम किया। भले ही सबके करियर अलग थे लेकिन बालाजी को एक समृद्ध भविष्य की ओर ले जाने के अपने दृढ़ संकल्प में वे एकजुट थे। पैसे का प्रबंधन करना और व्यवसाय चलाना भारी ज़िम्मेदारियाँ हैं जिनके लिए ज्ञान और जुनून दोनों की आवश्यकता होती है। जैसे ही हम उत्पाद निर्माण में उतरे, हमारे कुछ उत्पाद जैसे बनारस, प्योर सैंडल (जिपर पैक) और रॉयल सेगमेंट में ऊद और खस मार्केट में अच्छे चले, जबकि अन्य नहीं चल पाए। इन उत्पादों के लिए सुगंध तैयार करने के लिए व्यापक शोध, विशेषज्ञों के साथ परामर्श और कई प्रयोगों की आवश्यकता होती है।

सुगंध निर्माण से परे, पैकेजिंग को डिजाइन करने की अपनी चुनौतियाँ थीं। आशीष ने बताया कि उन्होंने कमर्शियल फोटोग्राफी में भी काम किया था, इस कारण उनमें क्रिएटिविटी थी। निर्यात विभाग का नेतृत्व करने वाली अपनी पिछली भूमिका में, मैंने बालाजी के उत्पादों की पैकेजिंग और लेबलिंग में अपनी क्रिएटिविटी का सहारा लिया। इस काम को बहुत ध्यान से करना पड़ता है

क्योंकि इसमें उत्पादों को ऐसे डिजाइन किया जाता है कि वह हमारे ब्रांड की अलग पहचान बनाये रखने के साथ-साथ उपभोक्ताओं को भी पसंद आए।

हमारे ब्रांड के साथ एक प्रतिष्ठा जुड़ी हुई है। पिछले तीन-चार वर्षों में हमारे निरंतर प्रयासों ने इसे और मजबूत किया है। आज, जब हम कोई नया उत्पाद लॉन्च करते हैं, तो शायद ही कोई ग्राहक सैपल मांगते हैं। वे लॉन्च पोस्टर देखकर पुरे आत्मविश्वास से सीधा बल्क ऑर्डर देते हैं। यह मजबूत विश्वास हमारी सबसे बेशकीमती संपत्ति है, जो हमें अत्यंत खुशी और संतुष्टि प्रदान करती है। यही हमें और बेहतर उत्पाद बनाने के लिए प्रेरित करता है। हमारे दृष्टिकोण में गुणवत्ता को हमेशा प्राथमिकता दी जाती है और बेहद सावधानीपूर्वक योजना बनाकर उत्पाद लॉन्च किये जाते हैं। हम पहले उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में सोचते हैं और फिर उसकी कीमत के बारे में।

नए बाजारों पर चर्चा करते समय, आशीष ने बिहार और राजस्थान मार्केट को संभावनाओं भरा हुआ माना, एक समय में बालाजी की यहां बिलकुल भी उपस्थिति नहीं थी। निर्यात के मामले में, दक्षिण पूर्व एशिया, मध्य अमेरिका और चुनिंदा दक्षिण अमेरिकी देश अच्छे बाजार हैं और यहां से बालाजी को लगातार ऑर्डर मिलते हैं। आशीष ने प्रत्येक क्षेत्र के रीति-रिवाजों, परंपराओं और सुगंध प्राथमिकताओं के अनुरूप अगरबत्ती उत्पादों को तैयार करने के महत्व पर जोर दिया, यह सिद्धांत घरेलू स्तर पर भी लागू होता है। उन्होंने कहा कि भारत और विदेश के दर्जनों बाजारों की विविध प्राथमिकताओं को संबोधित करने के लिए इन्वेंट्री का प्रबंधन करना काफी जटिल है और इस कारण प्रत्येक बाजार के लिए सुगंध, डिजाइन, पैकेजिंग और

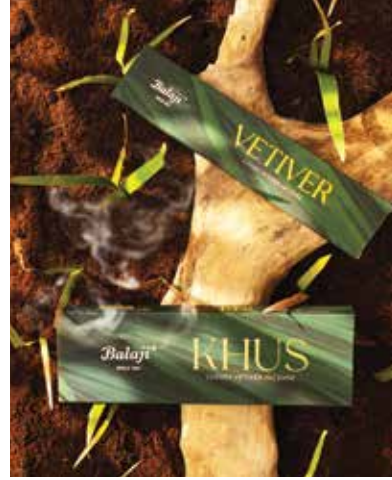


Dixit Shah (Left)

मूल्य निर्धारण पर सावधानीपूर्वक विचार करना बेहद आवश्यक है। सुगंध इंडिया के इस सवाल पर कि कुछ बाजारों में मूल्य सीमाएँ हैं और उस मूल्य से ज़्यादा की बिक्री होती नहीं भले ही कितना भी प्रेरित किया जाए, पर आशीष ने कहा कि कई बाजारों में यह एक चुनौती है और हम इसे समझते हैं। इसे संबोधित करने के लिए, उन्होंने डीलरों और वितरकों को खुद के उपयोग और वितरण के लिए दर्जनों सैपल दिए। अपने उत्पादों की गुणवत्ता को जानते हुए, उन्हें विश्वास था कि एक बार आजमाने के बाद, ग्राहक उन्हें खरीदने और रिटेल में बेचने के लिए इच्छुक होंगे। उन्होंने डीलरों से इस बात पर जोर दिया, “एक बार जला कर के तो देखो”।

सुगंध बनाने के बारे में बात करते हुए आशीष ने बताया कि सुगंध बनाने के लिए उनके पास 200 से अधिक सुगंधित रसायन हैं, जिनमें सौ से अधिक कंपनी के खुद के बनाये हुए हैं, जिनमें से प्रत्येक में औसतन 30 से 40 सामग्रियाँ होती हैं। सुगंध बनाने की कला जटिल है, इसकी देखरेख उनके भाई दीक्षित करते हैं, जो खरीद और सुगंध बनाने का प्रबंधन करते हैं। कुछ समय पूर्व हुई आग की





घटना के बारे में सुगंध इंडिया के सवाल पर आशीष ने बताया कि खरीदारी के पीक सीजन से बिलकुल पहले जुलाई में यह घटना हुई और डिलीवरी के लिए तैयार माल सब ख़ाक हो गया। यह महाराष्ट्र के त्योहारी सीजन के लिए सबसे महत्वपूर्ण समय होता है। हजारों कार्टन के नुकसान के बावजूद, उनके प्रिंटिंग वेंडरों ने तीव्रता से काम करके समर्थन किया, जिससे उत्पादन फिरसे तेज़ी से हुआ। हालाँकि तैयार माल नष्ट हो गया था पर आवश्यक रसायन, सुगंध और कच्ची अगरबत्तियाँ बच गई थी। उन्होंने आग लगने के सात दिनों के भीतर ही माल का पहला लॉट मार्केट में भेज दिया। उल्लेखनीय है कि आग लगने के कुछ घंटों के भीतर ही सभी कर्मों, यहां तक कि महिलाएं भी वहां मौजूद थे। इस घटना के बाद जल्द से जल्द कंपनी को वापिस खड़ा करने में करने के लिए उनका समर्पण साफ़ दिखता था। दृढ़ता और सहयोग के माध्यम से, उन्होंने न केवल असफलता का सामना किया, बल्कि माल के भंडारण और मार्केट में पहुंचाने की बेहतर रणनीतियों और अपने कर्मों और पार्टनरों के बीच एकजुटता की गहरी भावना के साथ और मजबूत होकर उभरे। आज, बालाजी समूह अपने अतीत से आगे बढ़कर एक अधिक सुव्यवस्थित और कुशल संगठन के रूप में मज़बूती से खड़ा है। आशीष उत्पाद विकास और सुगंध निर्माण से लेकर पैकेजिंग डिजाइन, खरीद, बिक्री और अंतरराष्ट्रीय बाजारों तक व्यवसाय के विभिन्न पहलुओं की देखरेख करते हैं। वह अपनी भूमिका में सहजता महसूस करते हुए कहते हैं, “मेरा इस जगह से गहरा वास्ता है। मेरा कार्यालय और फैक्ट्री, मेरा कम्फर्ट जोन, मेरी वफादार और मेहनती टीम से घिरा हुआ।” आशीष के साथ, उनके भाई दीक्षित शाह और नैनेश शाह भी समान रूप से महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। दीक्षित फाइनेंस और अकाउंट के साथ-साथ प्रोसेस मैनेजमेंट का प्रबंधन करते हैं, जबकि नैनेश फैक्ट्री में दिन-प्रतिदिन के कार्यों, मैनपावर और कच्चे माल की खरीद का प्रबंधन करते हैं।

रोज़मर्रा के कार्यों में, आशीष अपने पार्टनरों की फैक्ट्री में भागीदारी पर जोर देते हैं ताकि सुचारू रूप से कामकाज हो। वह अत्याधुनिक प्रौद्योगिकी, कुशल जनशक्ति और नवीन परिचालन विधियों के समावेश पर जोर देते हैं। आशीष ने टिप्पणी की, “अगरबत्ती निर्माण के लिए पर्याप्त जगह की आवश्यकता होती है, और हालांकि हमारी जगह सीमित है, हमने अपनी विशेषज्ञता, तकनीक, कार्य लोकाचार और बाजार की समझ से अपनी उत्पादन प्रक्रिया को और बेहतर बनाया है।”

सुगंध इंडिया ने बालाजी के सामने आने वाली चुनौतियों और वे उनसे कैसे निपट रहे हैं, इसके बारे में पूछा।

इसपर आशीष ने जवाब दिया कि चुनौतियाँ हैं, खासकर स्थानीय उत्पादकों से। उनका फोकस क्वालिटी के बजाये ज़्यादा से ज़्यादा उत्पाद बेचने पर रहता है। हमारी तरह उनके कई खर्च नहीं हैं और वे अक्सर सुगंध या सुरक्षा की चिंता किए बिना, बिना ब्रांड वाले उत्पाद थोक में बेचते हैं। कुछ लोग अपने उत्पादों में निम्न गुणवत्ता वाले सुगंध रसायनों या अवशेष तेल मिश्रण का भी उपयोग करते हैं, जो ग्राहकों के स्वास्थ्य के लिए हानिकारक हो सकता है। अपने ब्रांड की प्रतिष्ठा या उनके उत्पाद लोगों को कैसे प्रभावित करते हैं, इसकी उन्हें ज़्यादा परवाह नहीं है। इससे हम जैसी कंपनियों के लिए यह कठिन हो जाता है जो गुणवत्ता को महत्व देते हैं। कीमतों पर प्रतिस्पर्धा इतनी तीव्र है कि कुछ निर्माता अब अपने उत्पादों में गुणवत्ता सुनिश्चित करने की जहमत भी नहीं उठाते,

जिससे ग्राहक ठगा हुआ महसूस करते हैं। यह एक कठिन स्थिति है, लेकिन हम अपने आदर्शों पर कायम रहने और यह सुनिश्चित करने के लिए प्रतिबद्ध हैं कि हमारे उत्पाद सुरक्षित और उच्चतम गुणवत्ता वाले हों, भले ही इसके लिए हमें इन चुनौतियों का डटकर सामना करना पड़े। उपभोक्ताओं की बदलती प्राथमिकताएँ भी हमारे लिए एक चुनौती है। वे अक्सर पैसा वसूल उत्पाद लेने के बजाय आकर्षक पैकेजिंग और नाम के आधार पर उत्पादों का चयन करते हैं। इससे ऐसे ब्रांडों के लिए मुश्किल हो जाती है जो वास्तविक गुणवत्ता की पेशकश पर ध्यान केंद्रित करते हैं। हमें बाज़ार में नए उत्पादों और रुझानों के प्रति सतर्क रहने की ज़रूरत है और लगातार यह सोचने की ज़रूरत है कि हम अपने डिज़ाइन, पैकेजिंग और कीमतों को कैसे बेहतर बना सकते हैं।

कंपनियाँ हमेशा नए और अलग-अलग तरह के उत्पाद लॉन्च करती रहती हैं, जिससे ग्राहकों के लिए किसी एक ब्रांड या सुगंध के प्रति वफादार रहना कठिन हो जाता है। बाज़ार में हर चीज़—पैकेजिंग से लेकर स्वाद और सुगंध तक—हमेशा बदलती रहती है। यहां तक कि अगरबत्ती का बाज़ार भी तेज़ी से विकसित हो रहा है, अधिक लोग ड्राई स्टिक और सांब्रानी कप पसंद कर रहे हैं। इस तेज़ी से बदलते बाज़ार में प्रतिस्पर्धी बने रहने के लिए, हमें उपभोक्ताओं की बदलती ज़रूरतों को पूरा करने और प्रतिस्पर्धा में आगे रहने के लिए अपने परफ्यूम रेंज सहित अपने उत्पादों को अपडेट करते रहना होगा।

नियमित/इकोनॉमी उत्पादों और प्रीमियम उत्पादों के बीच चयन पर चर्चा करते समय, उन्होंने स्पष्ट किया कि उनका ध्यान प्रीमियम बाजारों पर है। प्रीमियम और लकज़री ब्रांड भले ही अपनी अच्छी प्रतिष्ठा बनाए रखने में मदद करते हैं लेकिन फैक्ट्री के और अन्य खर्चों और लागतों से निबटने के लिए इकोनॉमी ब्रांड ही मदद करते हैं। हालाँकि, प्रीमियम बाजारों पर ध्यान केंद्रित करने के बावजूद, बालाजी विभिन्न बजटों के लिए विकल्पों की पेशकश के महत्व को समझते हैं। उनके सर्वश्रेष्ठ बिक्री वाले उत्पादों में से एक, बनारस, अपनी गुणवत्ता और मात्रा के कारण इकोनॉमी ज़िपर पाउच श्रेणी में एक लोकप्रिय पसंद है। खरीदार इकोनॉमी ज़िपर सेगमेंट में अच्छी गुणवत्ता वाली अगरबत्ती चाहते थे, और बालाजी वही देती है। कंपनी की भविष्य की योजनाओं के बारे में पूछे जाने पर आशीष ने बताया कि उनका लक्ष्य युवाओं को आकर्षित करने वाले नए उत्पाद विकसित करना है। वेलाइफस्टाइल उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला को शामिल करने के लिए अगरबत्ती से आगे विस्तार करने की योजना बना रहे हैं। विशेष रूप से, वे रोल-ऑन सेगमेंट पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं और हर छह से आठ महीने में उच्च गुणवत्ता वाले एक या दो नए उत्पाद लॉन्च करने की उनकी योजना है। आशीष ने इस बात पर जोर दिया कि ग्राहकों को बालाजी जैसे प्रतिष्ठित ब्रांड से बहुत उम्मीदें हैं, खासकर इत्र के संबंध में, इसलिए वे हर नए लॉन्च के साथ उत्कृष्टता सुनिश्चित करने के लिए समर्पित हैं।

सुगंध इंडिया ने देखा कि बालाजी समूह विशेष रूप से पिछले तीन वर्षों में अधिक सक्रिय और मुखर हो गया है। जब पिछले प्रशासन की तुलना में उनके दृष्टिकोण में बदलाव के बारे में सवाल किया गया - आशीष ने नए अवसरों की पहचान करने के लिए बाज़ार अनुसंधान के प्रति अपनी प्रतिबद्धता पर प्रकाश डाला। वे बाज़ार में कमियों को पूरा करने के लिए नए उत्पाद सेगमेंट लाते आये हैं, जल्द से जल्द सप्लाई सुनिश्चित कर रहे हैं और डीलरों और वितरकों के फीडबैक का सक्रिय रूप से जवाब दे रहे हैं। ■



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



*Creating fragrances for the soul.*

**RS FRAGRANCES INTERNATIONAL PRIVATE LIMITED**

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

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

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

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





# बादशाह ब्रांड की बिहार व झारखंड में बादशाहत

► कुछ बड़ी कंपनियां छोटे ब्रांडों को खतम करने में लगी हैं: जगजीवन सिंह

बड़ी मछलियां छोटी मछलियों को खा जाती हैं, उसी तरह अगरबत्ती और धूप उद्योग में भी कुछ बड़ी और राष्ट्रीय स्तर की कंपनियां छोटे-छोटे स्थानीय ब्रांड की उत्पादक कंपनियों को खा रही हैं। पटना के बादशाह अगरबत्ती ब्रांड के प्रमुख श्री जगजीवन सिंह ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में अपने विचार व्यक्त करते हुए कहा कि राज्य स्तर की अथवा क्षेत्रीय स्तर की उत्पादक कंपनियों के ब्रांड, जो स्थानीय बाजार और लोगों के पसंद का उत्पाद बनाती हैं। उसी फ्रेगरेंस में कुछ राष्ट्रीय स्तर की कंपनियां भी खास इलाके को ध्यान में रखते हुए मिलता-जुलता उत्पाद मार्केट में भर देती हैं, इससे स्थानीय उत्पादकों के अस्तित्व को खतरा हो गया है। उन्होंने कहा कि राष्ट्रीय स्तर की कंपनियां टीवी व अखबारों में विज्ञापन देती हैं और उनका बड़ा नाम है, लेकिन वह लोकल ब्रांड से कंपटीशन करती हैं। उन्होंने कहा कि उद्योग में प्रतियोगिता होना अच्छी बात है लेकिन कुछ बड़ी कंपनियां बेकार क्वालिटी का सस्ता माल बनाकर छोटे उत्पादकों की सेल पर कब्जा करती हैं। उनकी यह रणनीति जंगल राज जैसी है। बड़े उत्पादक छोटे उत्पादकों को समाप्त करने पर तुले हैं, जबकि बाजार में महंगे, सस्ते और विभिन्न क्वालिटी के उत्पादों की जगह होनी चाहिए।





**प**टना के बादशाह ब्रांड के संस्थापक श्री जगजीवन सिंह ने इस उद्योग में बहुत कठोर परिश्रम से अपनी जगह बनाई है। 1990 के आसपास वह दूसरी कंपनियों के उत्पाद साइकिल पर रखकर गली-गली फेरी लगाया करते थे। उन्होंने बताया कि उस समय उनके दोस्त रणजीत सिंह ने कहा कि खुद की फैक्ट्री लगाओ, लेकिन मेरे पास पैसा नहीं था। इसी समय बिहार के ही एक ब्रांड ने कारोबार में धोखा दे दिया, लेकिन दोस्त ने पैसा लगाया और हमने कारोबार शुरू किया। हमारे छोटे भाई का नाम बादशाह था। उसी के नाम पर अपने उत्पाद का ब्रांड बनाया। पहले साल कारोबार अच्छा चला, लेकिन फिर वह डाउन हो गया। फिर हमने डमरू अगरबत्ती निकाली और वह खूब चली। मेरे दोस्त ने सलाह दी कि उसे बाबा धाम से जोड़ दो और इस तरह सुल्तानगंज से देवघर की 90 किलोमीटर की तीर्थ यात्रा के मार्ग पर बड़े पैमाने पर पोस्टर, बैनर व होर्डिंग्स लगाए गए। उस समय लोग कहते थे कि कोका-कोला के बाद सबसे ज्यादा हमारे ही उत्पाद का प्रचार हुआ था। डमरू ब्रांड हिट हुआ और फिर हमने घंटी भी लॉन्च की और उसे भी उपभोक्ताओं ने पसंद किया।

श्री जगजीवन सिंह ने एक सवाल के जवाब में कहा कि कारोबार में चुनौतियां आती जाती रहती हैं, लेकिन शुरुआत में उन लोगों ने ज्यादा परेशान किया जिनका माल हम साइकिल पर रहकर बेचा करते थे। परिवार और खास तौर पर हमारे भाई मनवीर सिंह और स्वर्ण सिंह ने कड़ी मेहनत के साथ काम किया और कारोबार को जमा दिया उन्होंने बताया कि हमारा संयुक्त परिवार है और सभी सदस्य इस कारोबार में शामिल हैं। शुरू में हम खुद अगरबत्ती बनाते थे, आज 200 से ऊपर कर्मी हैं और सभी महिलाएं। बादशाह ब्रांड के आज 100 से अधिक रेंज है और कंपनी प्रतिवर्ष 8 से 10 नए उत्पाद लाती है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा की सभी नये रेंज नहीं चलते। 10-12 नए उत्पादों में से एक दो ही चलते हैं, जैसे हिंदुस्तानी ब्रांड बनाया। उसमें जीपर, पाउच, बॉक्स के उत्पाद सभी सुगंधों - फ्रूट्स रेंज, चंदन, मोगरा, चमेली में थे, लेकिन वह नहीं चला। उन्होंने बताया कि डमरू, घंटी और



50-50 ब्रांड खूब चलते हैं। हम आज बिहार झारखण्ड में इसलिए नंबर 1 हैं क्योंकि हम ग्राहक को वैल्यू फॉर मनी उत्पाद देते हैं।

सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने कहा कि बिहार बहुत अच्छी मार्केट है। पहले शुरुआत में हमको काफी उधार माल बेचना पड़ता था, लेकिन अब समझ में आ गया कि जो ब्रांड चलता है। उसकी पेमेंट भी आती रहती है। पहले बहुत ज्यादा उधारी थी, लेकिन अब ठीक है। कंपनी ने भी नीति बनाई है कि जो समय पर और एडवांस पैसा देगा। उसे 2% का डिस्काउंट दिया जाएगा। इस तरह उधार कम हुआ है। उन्होंने बताया कि बादशाह ब्रांड के नाम से कपूर, तिल का तेल, धूप, हवन सामग्री और कई अन्य पूजा उत्पाद बनाए जाते हैं। बादशाह ब्रांड में ₹5 से लेकर ₹100 तक के विभिन्न रेंज के उत्पाद हैं। उन्होंने कहा कि ₹5 की मार्केट अब काफी कम हो गई है, लेकिन 10 से 20 रुपए की एमआरपी वाले उत्पाद ज्यादा चलते हैं।

उद्योग की चुनौती संबंधी सुगंध इंडिया के सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बड़ी कंपनियों से मुकाबला करना पड़ता है, क्योंकि कई कंपनियां ऐसी हैं कि वह आपके प्रोडक्ट से मिलता जुलता माल उस खास मार्केट में सस्ते दर में देने लगती हैं। इस तरह छोटी कंपनियों के लिए क्वालिटी और रेट से मुकाबला करना कठिन हो जाता है और उनके अस्तित्व पर ही संकट आ जाता है। उन्होंने

बताया कि बादशाह ब्रांड मुख्यतः बिहार और झारखंड में सबसे ज्यादा चलता है। इसके अलावा कोलकाता से बांग्लादेश में भी कुछ लोग सप्लाई करते हैं। उन्होंने कहा कि कंपनी मां वैष्णो देवी सेवा समिति के माध्यम से ब्लड बैंक चलाती हैं, जिसमें थैलेसीमिया से पीड़ित बच्चों को ब्लड सप्लाई होती है और इलाज भी कराया जाता है। उन्होंने बताया कि सेवा समिति के माध्यम से कोल इंडिया, प्रधानमंत्री और मुख्यमंत्री फंड से भी पैसा आता है। उसके अलावा सामाजिक सेवा के अनेक कार्यों सहित समिति, सामूहिक विवाह के भी कार्यक्रम करवाती है। उन्होंने कहा कि अगरबत्ती व्यवसाय पूजा पाठ और भगवान से जुड़ा है, तो इस क्षेत्र के उद्यमियों को भी चाहिए कि वह समाज सेवा के कार्य में समय और धन लगाएं। ■



# कंपनी सपोर्ट व बैकअप से चलता है ब्रांड: सागर कुमार

**अ**गरबत्ती और धूप उद्योग में टॉप 10 की कंपनियों के अलावा देशभर में सैकड़ों छोटी-बड़ी कंपनियां कारोबार कर रही हैं, लेकिन किसी भी उत्पाद को ब्रांड के तौर पर स्थापित करने के लिए मार्केटिंग नेटवर्क बनाने के साथ ही होलसेलर व डिस्ट्रीब्यूटर से लेकर रिटेलर और कस्टमर तक संपर्क स्थापित करने के बाद ही वह प्रोडक्ट मार्केट में अपनी जगह बना पाता है। अन्यथा दुकानदार की अपनी मोनोपोली होती है और वह जो चाहता है बेचता है। मुजफ्फरपुर के चौधरी सेल्स कॉरपोरेशन के प्रमुख सागर कुमार ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि कंपनी जब तक मार्केटिंग के लिए सेल्स टीम नहीं बनाती और एक डिस्ट्रीब्यूटर को लंबे समय तक एक मार्केट में काम नहीं करने देती, तब तक कोई भी प्रोडक्ट ब्रांड नहीं बन पाता। ब्रांड को स्थापित करने के लिए कंपनी यदि यह सोचे कि उसका प्रोडक्ट बेस्ट है और वह अपने आप बिकेगा तो यह संभव नहीं है। यही कारण है कि कम क्वालिटी वाले उत्पाद भी मार्केट में चल जाते हैं, जबकि हाई क्वालिटी प्रोडक्ट पिछड़ जाते हैं। सागर कुमार चार फर्म के जरिए कारोबार करते हैं। चौधरी सेल्स कॉरपोरेशन के पास अहमदाबाद का निशान, रौनक फ्रेगरेंस जयपुर, राधेश्याम अगरबत्ती बड़ौदा का काम है और वह जल्द ही बड़ौदा के श्री जी का भी काम लेने वाले हैं। इसके अलावा 10-12 अन्य प्रोडक्ट का भी काम करते हैं। चौधरी सेल्स कॉरपोरेशन मुजफ्फरपुर के अलावा नॉर्थ बिहार के 12-13 जिलों मोतिहारी, बेतिया, छपरा, सिवान, दरभंगा, समस्तीपुर, बेगूसराय आदि इलाकों में सप्लाय करता है।

सुगंध इंडिया से बातचीत में सागर कुमार ने बताया कि उनका पुश्तैनी कारोबार चावल व गल्ला बाजार में आदत का था। कुछ नया करने की सोच के साथ वह धूप अगरबत्ती उद्योग में आए हैं। इससे पहले वह कारगिल इंडिया में 13 वर्ष तक और फिर अगरबत्ती उद्योग में नौकरी भी करते रहे। इस अनुभव के साथ उन्होंने 2021 में निशान का काम शुरू किया। आज वह मुजफ्फरपुर और नार्थ बिहार के कई जिलों में अगरबत्ती धूप और पूजा पाठ सामग्रियों के सुपर स्टॉकिस्ट हैं। इसके अलावा उनका गल्ला, ट्रांसपोर्ट और कपड़े का भी कारोबार है। उन्होंने कहा कि कंपनी का बैकअप नहीं मिलता और उन्हें अपने दम पर ही प्रोडक्ट चलाना पड़ता है, जबकि मार्केट में प्राइज स्कीम को लेकर जबरदस्त कंपटीशन है। उन्होंने कहा कि वैसे यहां की मुख्य मार्केट इकोनामी की है, जबकि निशान मीडियम और प्राइम क्वालिटी का प्रोडक्ट है। यही कारण है कि इकोनामी में भी अपना वॉल्यूम बनाए रखने के लिए उन्होंने रौनक का काम शुरू किया है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि कंपनी का सपोर्ट हमेशा जरूरी रहता है। त्योहारों के समय स्टॉकिस्ट, डिस्ट्रीब्यूटर, होलसेलर और रिटेलर सभी को स्कीम देनी होती है। स्कीम में भी केवल बैग और झोला नहीं चलता। मौसम के लिहाज से स्कीम देने पर बिक्री ज्यादा बढ़ती है। जैसे जाड़ों में कंबल व जैकेट, बरसात में छाता या और भी जरूरी सामान देने पर लोग उसे पसंद करते हैं। निशान ने स्टूल स्कीम में दिया था, जिसे लोगों ने काफी पसंद किया। इसके अलावा लैपटॉप बैग, ट्रॉली बैग जैसी चीजों को भी लोग पसंद करते हैं।

सागर कुमार ने कहा कि बिहार की अगरबत्ती मार्केट बहुत बड़ी है। लगभग 40% मार्केट इकोनामी उत्पादों की है, जबकि 30 से 35% मार्केट मीडियम और सिर्फ 15% मार्केट प्रीमियम उत्पादों की है। उन्होंने बताया कि यहां अगरबत्ती में 250, 500 ग्राम और 1 किलो का इकोनामी जीपर पैक



ज्यादा चलता है। इकोनामी में यहां दिल्ली का काव्या और रौनक ही ज्यादा चलते हैं। मुक्ता स्थानीय ब्रांड के कारण चलता है और पूजा पाठ भोपाल की भी अच्छी पकड़ है। इसकी वजह यह है कि उनकी सेल्स टीम बहुत एक्टिव रहती है। उन्होंने बताया कि साइकिल यहां प्रीमियम माना जाता है और उन्होंने मीडियम रेंज का प्रोडक्ट बांसुरी निकाला है। इससे उसकी मार्केट बढ़ रही है। ब्लैक स्टोन भी अच्छी स्थिति में है। आईटीसी बड़ी कंपनी है, लेकिन उसके बावजूद जेड ब्लैक यहां नंबर एक पर है। उनकी 32 लोगों की मार्केटिंग टीम है, जो लगातार काम करती है। उन्होंने कहा कि मोक्ष के वह स्टॉकिस्ट हैं, लेकिन फिर भी हम जेड ब्लैक से पीछे हैं और मार्केट शेयर उनका सबसे ज्यादा है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि गीली धूप में दिव्यास्त्र अच्छा चलता है। वह 12 प्लस 6 की स्कीम दे रहे हैं। जेड ब्लैक 12 प्लस 4 और मोक्ष भी 12 प्लस 4 की स्कीम दे रहा है और सेल वॉल्यूम इनकी सबसे ज्यादा है। क्वालिटी के मामले में बालाजी के प्रीमियम उत्पाद सबसे आगे हैं। राजकोट का सोमनाथ प्रोडक्ट जो प्रीमियम ब्रांड है। उसका भी काम सागर चौधरी करते हैं। दिव्यास्त्र एक उभरता ब्रांड है और उनकी भी 12 लोगों की मार्केटिंग टीम है। उन्होंने कहा कि अगरबत्ती और धूप उत्पाद अपने आप नहीं बिकते। उन्हें बेचना पड़ता है। माल बेचने के लिए मार्केट में जाना जरूरी है और नेटवर्क बनाना पड़ता है। तब जाकर ब्रांड स्थापित हो पाता है। उन्होंने कहा कि गीली धूप में सच्चे साईं अच्छी स्थिति में है। ब्लैक स्टोन का धूप भी बिकता है। ड्राई स्टिक यहां 10 से 15% ही चलती है। पटना के सुगंधि सांब्रानी की अपनी एक स्थापित मार्केट है। ■

**Mr. Sagar Kumar**

M/s. Chaudhary Sales Corporation  
Nal Bazar Sabji Mandi, Near Jumma Masjid,  
Muzaffarpur, Bihar-842001  
Ph: 8825274918, 9334193416





# H.R.A.

## Essential Oil Factory



### Manufacturer & Exporter of :

- » Natural Attars
- » Essential Oils
- » Perfumes
- » Handicraft
- » & Other Natural Products

### Our Special Products:

- » Ruh Gulab
- » Ruh Khus
- » Ruh Motia
- » Sandalwood Oil
- » Nagarmotha Oil
- » Attar Shamama
- » Attar Mitti
- » Attar Zaffran
- » Attar Bela

Contact us:

+91- 9935327008, +91- 9807307779

Email: [hraessentialoil@gmail.com](mailto:hraessentialoil@gmail.com) | Web: [www.hraessentialoil.com](http://www.hraessentialoil.com)

Head Office & Factory: Haji Ganj, Kannauj 209 725 (U.P.) India





# मुजफ्फरपुर में है मीडियम रेंज के जीपर पैक की मार्केट: दिनेश प्रसाद

**बि**हार के मुजफ्फरपुर और उसके आसपास के कई जिलों में मीडियम रेंज के उत्पादों की मांग बढ़ी है। खासतौर पर जीपर पैकिंग वाले उत्पाद ज्यादा चलने लगे हैं। पहले यहां ₹10 के बॉक्स पैकिंग वाले उत्पाद चलते थे, लेकिन अब ₹70 की एमआरपी वाले उत्पाद 50 रुपए में सबसे ज्यादा बिकते हैं। 5 और ₹10 की मार्केट लगभग खत्म हो गई है और ₹20 के उत्पाद इकोनामी रेंज में सबसे ज्यादा चलते हैं। मुजफ्फरपुर शहर में स्थित सुगंध बिहार के प्रमुख दिनेश प्रसाद ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि वह अगरबत्ती और धूप की अधिकांश प्रमुख कंपनियों के सभी वेरायटी और सभी रेंज के उत्पादों का काम करते हैं। 22 वर्ष पहले उन्होंने इस कारोबार की शुरुआत की थी। उन्हें अगरबत्ती का कारोबार अच्छा लगा, लेकिन वह जनरल स्टोर के साथ इस काम को नहीं करना चाहते थे। उनकी सोच थी कि वह अगरबत्ती से संबंधित सभी तरह के ग्राहकों को पसंद आने वाले उत्पाद रखें।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि शुरुआत में कोई एजेंसी नहीं ली और सभी प्रमुख कंपनियों का थोड़ा-थोड़ा माल रखने लगे। कारोबार चल पड़ा तो फिर उन्होंने इंदौर की कंपनी फिलिंग्स की एजेंसी ली। अब वह उसका होलसेल और रिटेल का भी काम करते हैं। इसके अलावा अभी भी वह सभी कंपनियों के उत्पाद अपने काउंटर से बेचते हैं। दिनेश प्रसाद ने कहा कि फिलिंग्स की सप्लाय वह पूरे मुजफ्फरपुर में करते हैं। उनके काउंटर से इकोनामी, मीडियम और प्रीमियम रेंज के हाई क्वालिटी के सभी महंगे से महंगे उत्पाद बिकते हैं। 5 और ₹10 की एमआरपी वाले उत्पाद वह नहीं रखते। मुजफ्फरपुर की मार्केट में सबसे ज्यादा ₹20 की एमआरपी वाले उत्पाद बिकते हैं और यह मार्केट लगभग 30% है। फिर ऐसे भी ग्राहक हैं जो ₹50 या उससे अधिक की एमआरपी के उत्पाद लेते हैं, जिसमें ज्यादा वजन और माल हो। इस रेंज की बहुत ज्यादा बिक्री है। प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद कम बिकते हैं।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि मुजफ्फरपुर में अच्छी क्वालिटी में बीआईसी का पंचवटी सबसे ज्यादा बिकता है। इसके बाद

बालाजी, दर्शन और अमृता का भी काफी चलन है। ₹20 में आईटीसी का मंगलदीप, जेड ब्लैक, साइकिल और बिहार के लोकल उत्पाद चलते हैं, अन्य उत्पादों में श्री गणेश, परिवार, नटराज भी हैं। बिहार का स्थानीय ब्रांड बादशाह यहां कम चलता है। प्रीमियम रेंज या बेस्ट क्वालिटी में साइकिल का इको रिदम, बिग बॉस, डेनिम, पूजा पाठ चलता है। मसाला अगरबत्ती में पद्मिनी की भी मांग होती है। प्रीमियम में यहां साइकिल कावुड्स और यज्ञना, मुंबई का जयंत और बालाजी का चंदन व उद की मांग है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि पहले पटना का ओम और रामायण चलते थे, लेकिन अब वह नहीं है। यहां इंदौर के ब्रांड सबसे ज्यादा चलते हैं। इसके बाद अहमदाबाद, दिल्ली और बेंगलुरु के प्रोडक्ट चलते हैं।

दिनेश प्रसाद ने एक सवाल के जवाब में बताया कि पहले 90% अगरबत्ती का चलन था। धूप सिर्फ 10% ही बिकती थी, लेकिन अब धूप की मार्केट 30% से अधिक हो गई है। धूप में भी गीली धूप की मांग ज्यादा है। ड्राई स्टिक की मार्केट लगभग 15% ही है। धूप में भी सबसे ज्यादा ₹20 की एमआरपी वाले उत्पाद चलते हैं, जिनमें जेड ब्लैक, मोक्ष, फिलिंग्स, चारभुजा, डेनिम, हरि दर्शन की मांग है। प्रीमियम में गीली धूप में बालाजी, बीआईसी और साइकिल चलता है। ड्राई स्टिक में बॉक्स पैकिंग और सबसे ज्यादा जार पैक चलता है, जो ₹60 की एमआरपी का है। इसमें फिलिंग्स सबसे ज्यादा है। उन्होंने बताया कि सांब्रानी कप में साइकिल, सुगंधी फिलिंग्स का दैविक, अहमदाबाद का परिवार और बेंगलुरु का सावित्री प्रोडक्ट चलता है। कपूर की मांग संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि यहां पटना के लोकल उत्पाद ही चलते हैं। ब्रांडेड कंपनियों नहीं है। इसके अलावा इत्र और रोल आन की भी यहां मांग बहुत कम है। ज्यादातर कानपुर और कन्नौज के लोकल इत्र ही चलते हैं। ■

**Mr. Dinesh Prasad**

M/s. Sugandh Bihar

Raghuvansh Road, (Andigoal) Muzaffarpur

Ph: 6202248379, 8340355138



# साफ सुथरा और उठापटक से दूर है अगरबत्ती कारोबार: चंदन चौधरी



चंदन कुमार चौधरी



राजन कुमार चौधरी

**मु**जफ्फरपुर के युवराज अगरबत्ती स्टोर के प्रमुख श्री चंदन कुमार चौधरी अगरबत्ती और धूप उद्योग में इसलिए आए कि उन्हें यह कारोबार साफ सुथरा और सुरक्षित लगता है, जहां बाजार की मंदी या बहुत ज्यादा उठा पटक नहीं रहती। हालांकि अगरबत्ती कारोबार की शुरुआत 30 वर्ष पूर्व उनके पिताजी श्री रामबाबू चौधरी ने की थी। उनके भाई राजन कुमार चौधरी उस काउंटर को देखते हैं और श्री चंदन कुमार चौधरी ने वहीं दूसरा काउंटर खोला है। सुगंध इंडिया से एक बातचीत में उन्होंने कहा बताया कि उनके पास कानपुर के दिव्यास्त्र, अहमदाबाद के धनलक्ष्मी, बेंगलुरु के ए रवि राग, बेंगलुरु का ही राजलक्ष्मी, साइकिल का बांसुरी और देवदर्शन सहित कई अगरबत्ती व धूप कंपनियों के होलसेल और रिटेलर का काम है। उन्होंने एक सवाल के जवाब में कहा कि इस कारोबार में पिताजी पहले से थे और मैंने भी देखा कि यह सुरक्षित कारोबार है, क्योंकि अगरबत्ती ऐसा उत्पाद है जिसे लोग हमेशा इस्तेमाल करते रहेंगे।

मुजफ्फरपुर मार्केट की स्थिति पर उन्होंने बताया कि यह एक बहुत ही अच्छी और बढ़ती हुई मार्केट है। पहले यहां इकोनामी प्रोडक्ट्स की मार्केट ज्यादा थी, लेकिन अब जीपर में ₹50 में 90 और 100 ग्राम के पैक वाले उत्पाद ज्यादा चलते हैं। ₹80 में 200 और 500 ग्राम वाले

उत्पादों की मांग भी है। मुख्यतः यहां के लोग जीपर में कम पैसे में ज्यादा माल चाहते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां प्रीमियम या मीडियम रेंज की क्वालिटी ₹50 की एमआरपी से शुरू होती है। पहले यहां 10 और 20 रुपए की पैकिंग वाले बाक्स उत्पाद ज्यादा चलते थे, लेकिन अब लोग ₹50 की एमआरपी वाले पैक में आ गए हैं और यहां लगभग 40% की मार्केट मीडियम रेंज की है और लगभग 15 से 20% प्रीमियम की भी मार्केट है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यहां टॉप ब्रांडों में जेड ब्लैक अगरबत्ती का 3 इन 1, बीआईसी, आईटीसी, साइकिल, दर्शन, काव्या और मुक्ता आदि चलते हैं, जो इकोनामी रेंज के उत्पाद हैं। प्रीमियम में बालाजी का ₹70 का जीपर काफी पसंद किया जाता है। इसके अलावा निशान, धनलक्ष्मी, पूजा- पाठ, सोमनाथ, भारतवासी और शाह फ्रेग्रेन्स के प्रोडक्ट्स चलते हैं। उन्होंने बताया कि यहां मुख्यतः भोपाल व इंदौर के उत्पाद चलते हैं। बिहार के स्थानीय ब्रांड में मुन्ना अगरबत्ती चलता है। बादशाह ब्रांड बिहार के अन्य क्षेत्रों में चलता है, लेकिन मुजफ्फरपुर में उसकी मांग कम है। वह ग्रामीण इलाकों में ज्यादा पसंद किया जाता है। पटना का सुगंधी सांब्रानी सबसे ज्यादा चलता है।

गीली धूप में जेड ब्लैक का मंथन सबसे ज्यादा चलता है। इसके बाद दिव्यास्त्र, सच्चे

साईं, आईटीसी, चारभुजा, शाह, श्री सिद्धि, हरि दर्शन पसंद किया जाता है। हरी दर्शन का गीला धूप 10 और 20 रुपए की एमआरपी में और जीपर में काफी चलता है। सूखी धूप में पूजा पाठ, जेड ब्लैक, साइकिल, निशान, सिद्धि, बालाजी, बीआईसी, डीपीबी, शाह, धनलक्ष्मी, प्रभु दर्शन के उत्पाद ही चलते हैं।

सांब्रानी में पटना के सुगंधी के बाद जेड ब्लैक का श्रीफल थोड़ा बहुत चलता है। कोन धूप में दिव्यास्त्र, देव दर्शन, जेड ब्लैक, साइकिल, आदि हैं। सांब्रानी कप में साइकिल सबसे ज्यादा चलता है और बाकी ब्रांडों में डेल्टा, देव दर्शन, जेड ब्लैक आदि कई कंपनियां हैं। सांब्रानी कप में साइकिल का 50% की मार्केट पर कब्जा है। रोल ऑन व इत्र में पटना का मन मोहिनी ही उनकी दुकान पर चलता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि त्योहारों के बाद अब मार्केट में थोड़ा मंदी आई है और अगले कुछ महीनों तक यह नरमी बनी रहेगी। ■

**Mr. Chandan Kumar**  
M/s. Yuvraj Agarbatti Store  
Infront of Bank of India Pankaj  
Market, Sariyaganj, Muzaffarpur,  
Bihar-842001  
Ph: 9334920425



Technologies Innovation by Engineers

Since 2014



KFT®

Since 2003



**Krishna Fab Tech**

Mfg. of any types machines

**First Time in India**



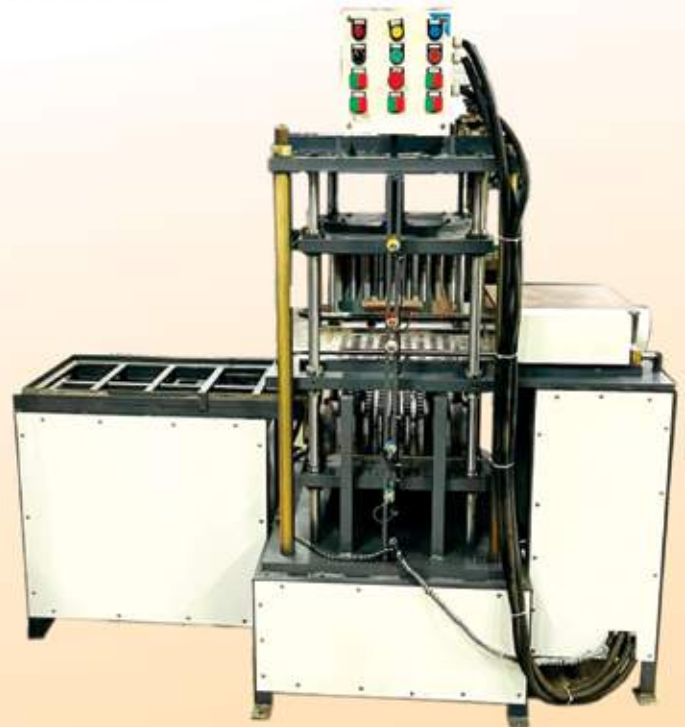
Mfg. & Supplier of Raw Back Flow Cone  
Size : 1.25", 2

High Speed Dhooop Cone Making Machine 600 kg. Production

**One time Material**

**Hopper Capacity : 20 Kg. (Dry Material)**

- 100% Empty Hopper After Complete Cycle  
No Extra Material Waste in Hopper.
- Production : 600 to 700 kg. Size : 1", 1.5", 2"  
(8 to 10 hr Working Depends on Size)



**Fully Automatic Sambrani Cups Making Machine**  
Universal Design (Die Changeable System)

- You can Make Different types of Products in Only One Machine.
- You can easily Die Changing with make Sambrani Cups, Bakhoor Tablets, Bakhoor Chocalate, Charcoal Tablets & Kapoor Tablets and many more.
- Material Filling Auto System & Ready Products Collecting Auto System.

Machine Engineering by Engineers



W 18-19, Laxminarayan Industrial,  
BRC Compound, Udhna-Navsari Main Road,  
Surat - 394 210 (Gujarat) INDIA

[/krishnafabtech](https://www.facebook.com/krishnafabtech)  
[/krishnaengineers](https://www.facebook.com/krishnaengineers)

Email

[krishnaengineers2003@gmail.com](mailto:krishnaengineers2003@gmail.com)  
[krishnafabtech14@gmail.com](mailto:krishnafabtech14@gmail.com)

Website

[www.krishna-engineers.in](http://www.krishna-engineers.in)  
[www.krishnafabtech.in](http://www.krishnafabtech.in)  
[www.krishnafabtech.co.in](http://www.krishnafabtech.co.in)

98794 85819  
97129 76820  
98795 57848  
75748 56080  
99791 38270





**25**  
YEARS  
TRUST OF FRAGRANCE

**RATHORE**  
BRAND

# दीप सागर®

न्यू जिपर पैक धूप



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

For any complaints or feedback contact  
our customer care head at manufacturing  
Address Phone No.

[www.rathorebrothers.com](http://www.rathorebrothers.com)  
[fb.com/deepsagar.in](https://fb.com/deepsagar.in)

REGD. NO. 891969





प्रार्थना दिल से..

अब दिव्यास्त्र आ रहा है एक नये  
रंगमे जो आपके घरमे लायेगे  
हर पल दिव्य सुगंध...



Mfg. By **DPB PRODUCTS**



Unit 1

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

Customer Care No. +91 72288 47474

E-Mail : feedback@dpb.co.in Website : www.divyasstraa.com

Unit 2

A/7 site - 1 Panki Industrial Area,  
Panki Kanpur Nagar, uttar pradesh -208020

amazon

facebook

Instagram

CALL FOR BUSINESS ENQUIRY :

+91 7228847474 | +91 72280 18667