

# SUGANDH INDIA

MAGAZINE DEDICATED TO INCENSE INDUSTRY

## सुगंध इंडिया

VOL: 14 ISSUE: 02 FEBRUARY-2025

सम्पूर्ण अगरबत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका



दिल दे प्रणाम



2025 KA MANTRA – HAR SHUBH SHURUAAT, TWOHANDS ke saath!

57  
YEARS TRUST



GT GROUP

**SACHEE<sup>®</sup>**  
*Fragrances*

**Indulge in the Essence of You.**

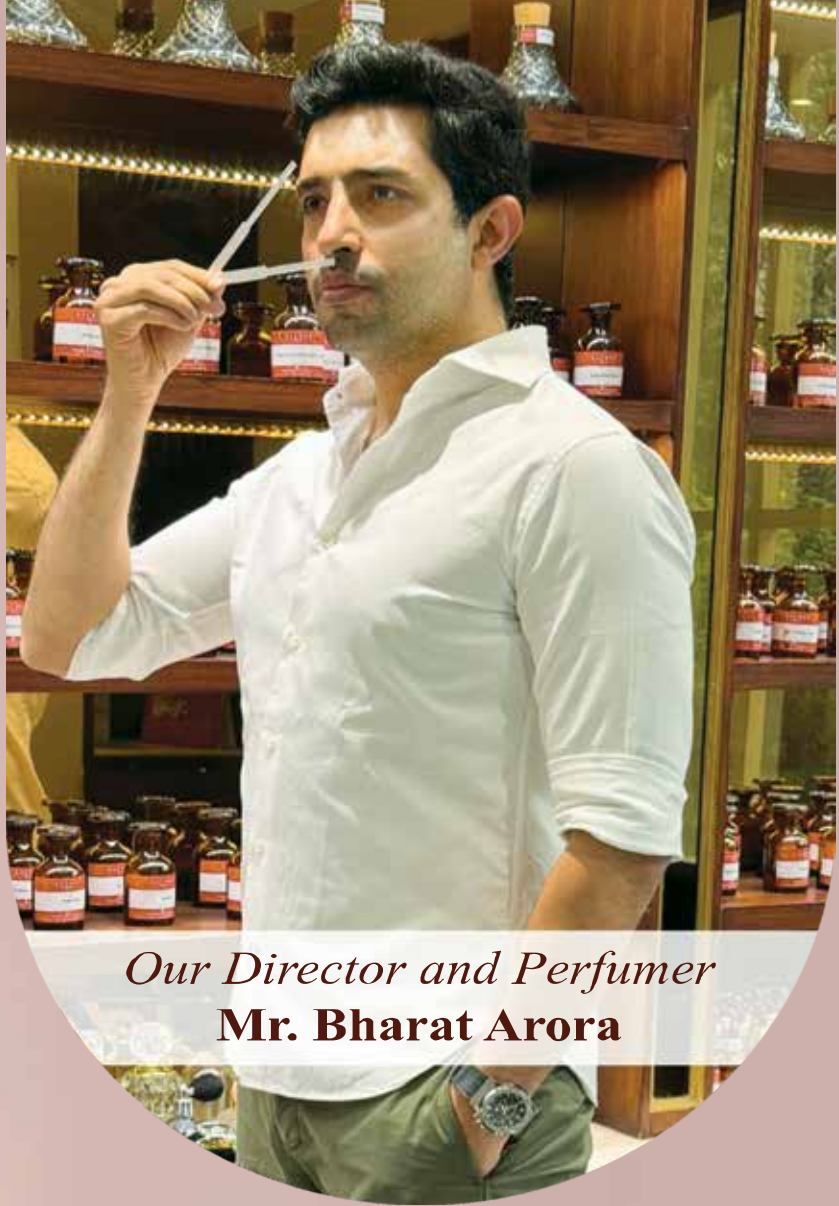


CREAMS | DEODORANTS | BODY

**SACHEE FRAGRANCES & CHEMICALS LTD.**

T: (0120) 2536111 | 2536222 | 2546643 | E: sales@sacheefragrances.com

W: [www.sacheefragrances.com](http://www.sacheefragrances.com) |  +91-8851951516



*Our Director and Perfumer*  
**Mr. Bharat Arora**



## A FRAGRANCE IS MORE THAN A SCENT

Our collection of personal fragrances is specially curated to enhance your daily ritual with luxury and elegance

Y LOTIONS

sacheefragrances.com

| ✉ info@sacheefragrances.com



**Hari Darshan**

Mehke Mann, Hoke Prasann



Embrace  
the new year with  
new beginnings and fragrances

**Happy New Year**



**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

get a  
**FREE**  
One  
DUMMY  
with  
**Design**  
Only Scodix box

Quality Meet Creativity

## YOUR PRODUCTS

First Impression Starts Here

Best Rate | Best Design | Fast Delivery

ALL TYPE OF PRINTING & PACKAGING SOLUTION

All Type of Boxes

Premium Boxes | Outer Box | Corrugated Box | Rigid Boxes | Zipper Pouch  
Poly Pouch | Sample Pouch | Without Cylinder Zipper Pouch  
Paper Pouch | Premium Canister (Metal Tint/Plastic or Paper)  
Plastic Jar | Stickers | Labels | Catalogue | Premium Stationery

**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

# JYOTI™

Spreading fragrances since 1965

Nt. Wt. 100g

**70₹**

M.R.P.

Find  
Your  
Inner

# Peace

**Bambooleless**  
Premium Incense



™ **JYOTI PRODUCTS**

1 TO 5, SHREEJI INDUSTRIAL ESTATE,  
GIDC, CHHATRAL (N.GUJARAT) - 382729. INDIA  
EMAIL: info@jyotiproductions.com

**FOR TRADE INQUIRY**

+91 63 57 11 99 99

+91 98 24 55 03 61

[WWW.JYOTIPRODUCTS.COM](http://WWW.JYOTIPRODUCTS.COM)

**JYOTI**<sup>TM</sup>  
Spreading fragrances since 1965

Nt. Wt. 120g  
**M.R.P ₹70**

# FIND YOUR AROMATIC JOURNEY



**JYOTI PRODUCTS**

1 TO 5, SHREEJI INDUSTRIAL ESTATE,  
GIDC, CHHATRAL (N.GUJARAT) - 382729. INDIA  
EMAIL: info@jyotiproducs.com

**FOR TRADE INQUIRY**  
+91 63 57 11 99 99  
+91 98 24 55 03 61

[WWW.JYOTIPRODUCTS.COM](http://WWW.JYOTIPRODUCTS.COM)

Mehkega Mumbai  
**Mahkega**  
Maharashtra

**You are Invited**



**SCAN FOR  
VISITOR REGISTRATION**

SUPPORTED BY PUNE AGARBATTI MANUFACTURERS AND DEALERS ASSOCIATION



**MAIN SPONSOR**



**CO-SPONSORS**



**WATER BOTTLE  
SPONSOR**



**EXHIBITOR  
KIT SPONSOR**



**LANYARD  
SPONSORS**



Facebook: sugandhindiaM • YouTube: sugandhindia • Instagram: sugandhindia

**Contact Us**  
+91 78383 12431

**Official Email**  
sugandhindiam@gmail.com

**Official Website**  
www.sugandhindia.in





GROW WITH CHARU

# Family Zipper Pouch



Net Contents : 400 g



## CHARU PERFUMERY HOUSE

#6031/1,10th Main Road, 4th 'E' Block, Rajajinagar, Bengaluru- 560 010,

Customer Care : 91 80 41222660 | Email : info@charuincense.com | Web : www.charuincense.com



# निशाण™

प्रीमियम सुगंधीत अगरबत्ती



प्रेरणादायक  
दिव्य खुशबू

## New Launching

Premium White Incense Sticks



Net Wt.

20g.

MRP Rs.

15.00

Mfrs & Mktd By :

**Bhagat Nishan Products Pvt. Ltd.**

Ahmedabad 382 330. Gujarat, INDIA.

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

**For TRADE Inquiry**

+91 91042 15003

84019 33418

# Editorial



M. A. Farooqui

## The importance of Local Sales team

The success of any product is not because of its quality, attractive packaging, or extensive advertising. Its true potential lies in its ability to reach the retailer, the critical link to the end consumer. While this principle applies to all FMCG products, the incense stick and dhoop industry exemplifies this dynamic, relying heavily on small vendors and shopkeepers. Without their support, even the finest products struggle to make an impact. To bridge the gap between producers and retailers—A strong marketing team comprising supervisors and salesmen is essential. Local salesmen play the most pivotal role in the supply chain. Their regular visits to small shops and general stores—often once or twice a week—foster trust and encourage retailers to stock and promote products. These consistent interactions build relationships that no advertising campaign can replicate. Their responsibilities extend far beyond delivery. They communicate company schemes and benefits directly to retailers, ensuring they know of any incentives or promotions. Moreover, they address complaints and replacement of damaged goods, strengthening the retailer's confidence in the product and its reliability. This level of personal engagement motivates shopkeepers to prioritise the product, boosting its visibility and sales. These local salesmen bring an unmatched advantage. Their familiarity with the area, the vernacular, and community dynamics allows them to navigate markets effectively. Retailers, in turn, trust them, knowing they can rely on their support whenever needed. This trust and accessibility make these local salesmen indispensable in the supply chain.

In the competitive world of FMCG, ensuring products reach the market efficiently is a cornerstone of success. Companies appoint distributors and wholesalers to streamline this process, who employ these salesmen to manage last-mile deliveries using rickshaws, trolleys, or vehicles. The impetus of a product depends on the strength of the supply chain and the productiveness of the sales team. Many companies even deploy supervisors and salesmen to bolster this distribution network, creating a dual marketing team with significant advantages. However, the involvement of a local salesman is what truly amplifies the effectiveness of this strategy. They bring an unmatched edge to the table. Unlike their non-local counterparts, who may face interruptions in market visits for various reasons—The local salesman maintains consistent communication with retailers. This regularity ensures that even when challenges arise, the retailer feels supported, minimising the risk of disengagement with the product.

To maximise efficiency... companies typically assign one local salesman to 250 to 300 shops. These salesmen ensure a weekly market. They carefully plan each visit according to a designated locality for comprehensive coverage. Larger markets might warrant two-day visits—while rural areas managed once a fortnight. Visiting approximately fifty shops daily—Salesmen can easily reach 300 shops in a month (a formula embraced by most FMCG companies.) What makes local salesmen indispensable is—their deep familiarity with the area. They understand the lingo, culture, routes, and market dynamics. This local knowledge fosters trust among shopkeepers, who feel reassured by the salesman's accessibility and responsiveness. Beyond profit and promotional schemes, retailers demand reliable service, regular stock replenishment, and provisions for handling damaged goods—These needs can only be met consistently when a local salesman is active. The role of a local salesman goes beyond simply delivering products. The salesforce is a vital link between the company and the retailer, ensuring that the retailer feels supported and valued. Their efforts not only sustain a product's presence in the market but also enhance its credibility and trust among retailers. In essence, local salesmen are not just a part of the supply chain—they are the driving force behind the success of FMCG products. ■

## लोकल सेल्स टीम की महत्ता

कोई भी प्रोडक्ट कितना भी उच्च गुणवत्ता वाला हो, पैकिंग आकर्षक हो और विज्ञापन भी हो, लेकिन यदि वह रिटेलर तक नहीं पहुंचता, तो कभी भी मार्केट में अपने अंतिम लक्ष्य उपभोक्ता तक नहीं पहुंच सकता। यह बात एफएमसीजी के तहत सारे कंज्यूमर प्रोडक्ट्स के बारे में लागू है, लेकिन अगरबत्ती और धूप ऐसा उद्योग है, जिसमें रिटेलर्स खास तौर पर फुटकर विक्रेता व पान के दुकानदार यदि उस पर हाथ नहीं लगाते तो, अच्छे से अच्छे उत्पाद भी कामयाब नहीं हो पाते।

दुकानदार तक प्रोडक्ट पहुंचाने के लिए सुपरवाइजर, सेल्समैन की मजबूत मार्केटिंग टीम होनी चाहिए। उसमें भी किसी भी बाजार के लिए स्थानीय सेल्समैन ही सबसे ज्यादा कारगर होते हैं, जो दुकानदारों, पान की दुकानों और जनरल स्टोर्स पर सप्ताह में एक या दो दिन की विजिट करते हैं, तो वह प्रोडक्ट दुकानदार जरूर चलाते हैं। प्रोडक्ट की क्वालिटी और पैकिंग अच्छी होने के अलावा कंपनी अथवा डिस्ट्रीब्यूटर द्वारा दी जा रही स्कीम व अन्य फायदे सेल्समैन ही रिटेलर तक पहुंचाता है और डैमेज माल अथवा शिकायतों का समाधान करता है, तो दुकानदार उससे ज्यादा प्रभावित होते हैं और वह प्रोडक्ट को भी प्राथमिकता देते हैं। इस लिहाज से स्थानीय सेल्समैन किसी भी प्रोडक्ट की रीढ़ होते हैं। अगरबत्ती धूप उत्पादों के अलावा एफएमसीजी से संबंधित सभी प्रोडक्ट्स को मार्केट तक पहुंचाने के लिए कंपनियां डिस्ट्रीब्यूटर्स और होलसेलर्स नियुक्त करती हैं। इसके बाद डिस्ट्रीब्यूटर या होलसेलर अपनी सप्लाइ चैन में सेल्समैन रखते हैं, जो रिकशा ट्रावी व गाड़ी के मार्फत मार्केट तक माल पहुंचाते हैं। डिस्ट्रीब्यूटर की सेल्स टीम और सप्लाइ चैन जितनी बेहतर होगी, प्रोडक्ट उतना ही कामयाब होता है।

कंपनी अपने स्तर पर सुपरवाइजर और सेल्समैन रखती है और रेगुलर मार्केट विकसित करती हैं। कंपनी और डिस्ट्रीब्यूटर की इस दोहरी मार्केटिंग टीम का काफी फायदा होता है, लेकिन इसमें सेल्समैन यदि स्थानीय है, तो वह ज्यादा कारगर है। बाहर से गये सेल्समैन किसी भी वजह से यदि कुछ सप्ताह या माह तक मार्केट नहीं जा पाए और उस दौरान रिटेलर को कोई समस्या हुई तो छोटे दुकानदार प्रोडक्ट से हाथ खींच लेते हैं। आमतौर पर ढाई सौ से 300 दुकानों के लिए एक स्थानीय सेल्समैन होना चाहिए, जो सप्ताह में कम से कम एक या दो दिन जरूर मार्केट में दौरा करे। किसी भी शहर को एरिया के हिसाब से 6 दिनों में बांटा जा सकता है। बड़ी मार्केट में दो दिन और दूर दराज और काम व्यस्त मार्केट में सप्ताह में एक दिन सेल्समैन का दौरा जरूर होना चाहिए। इस तरह एक शहर में सेल्समैन प्रतिदिन लगभग 50 दुकानों का विजिट कर लेगा तो एक माह में 300 शॉप हो जाएगी। आमतौर पर यह फार्मूला सभी एफएमसीजी कंपनियां अपना रही हैं। लोकल सेल्समैन का सबसे बड़ा फायदा यह है कि वह स्थानीय होते हैं। वह भाषा, रहन-सहन, रास्ते और मार्केट की दुकानों को पहले से जानते होते हैं। लोकल होने के कारण दुकानदारों का भी उन पर भरोसा रहता है कि जब वह चाहेगा, संपर्क कर सकता है। दुकानदार को किसी भी प्रोडक्ट के लिए मुनाफा और स्कीम के साथ ही उसे बेहतर सर्विस और माल की रेगुलर सप्लाइ चाहिए व डैमेज माल की वापसी की भी गुंजाइश रहे। यह तभी संभव है, जब सेल्समैन स्थानीय हो और मार्केट में मौजूद रहे। ■

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  
**Deepak Kumar**

**Editor, Publisher & Printer:**

Mohammad Arif 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



50



52

16 JANAK PERFUMERS FRAGRANCE SPREADS GLOBALLY

20 LABOUR SHORTAGE, A MAJOR CHALLENGE IN THE INCENSE INDUSTRY: GUNSHEKHAR CHETTIYAR

24 THE INCENSE INDUSTRY HAS BECOME PRICE CENTRIC, NOT QUALITY-CENTRIC: PRATEEK BATAVIA

28 MARKET VISIBILITY IS KEY TO SUCCESS, SAYS SIDDHANT JAIN

32 ANAND ORGANIC PRODUCT'S PERFUME POWDERS A BOON TO THE INCENSE INDUSTRY: ANURAG GUPTA

36 VINOD KHAKHKHAR EXPERT IN FUSION FRAGRANCES

40 BRAND NEWS

48 MARKET REPORT: GONDIA MARKET REPORT

50 SAFARI BIG, A MARKET LEADER IN SOLAPUR: ABDUL KADEER

52 THE FUTURE OF INCENSE INDUSTRY IS BRIGHT WITH CHANGING MARKET TRENDS: VAKIL JAJAM

54 LADDHARAM & SONS, GONDIA LEADERS IN CONNECTING INCENSE BRANDS TO THE MARKET

58 RISE IN DEMAND FOR COLOURFUL TIKAS DRIVEN BY RECOMMENDATIONS BY SPIRITUAL LEADERS : RAKESH BHAI PATEL



54



58



# LARGEST WET DHOOP MANUFACTURERS IN NORTH INDIA

Committed to Building Brands  
Since 2005

## Explore Our Dhoop Range

Pure Kassa Dhoop

Golden Dhoop

Flora Dhoop

Sandal Base Dhoop

T1 Powder Dhoop

Golden Flora Dhoop

Cow Dung Dhoop

& many more

Trusted by ❤️ Industry Leaders



for more details please visit [www.prayerdhoopagarbatti.com](http://www.prayerdhoopagarbatti.com)

+919315690511

info@prayergroup.in

Block G, Unit number 50, Sector 6, Noida-201301 (U.P)



bic agarbathi



# Gold Sticks

## ZIPPER PACK



**BINDU**  
INCENSE CRAFT

Manufactured by & Consumer Care Address :  
**BINDU INCENSE CRAFT LLP**  
Sy. No. 160, Kumbalgodu Village, Kengeri Hobli,  
Chickellur Road, Off Mysore Road,  
Bangalore, South Taluk - 560 074 - Karnataka, INDIA

+91 89043 11022  
[contact@panchavati.com](mailto:contact@panchavati.com)  
[www.panchavati.com](http://www.panchavati.com)

# JANAK PERFUMERS FRAGRANCE SPREADS GLOBALLY

## Timeless Products Exported to 18 Countries, Says Aalap Dangar



*Janak Perfumers, established in 1962, has built a strong legacy over six decades. Its wide range of incense products and fragrances is now available across India and in eighteen countries globally. In an exclusive interview with Sugandh India, Mr. Aalap Dangar, a third-generation member of the family-run business, revealed that their journey began with his grandfather in Porbandar. Starting locally on a small scale, his grandfather traded incense products for several companies. After a few years, he set up their first factory on the lower floor of their home in Porbandar, with the family living on the upper floor. After two decades in Porbandar, the Dangar family relocated operations to Rajkot. They established a dedicated manufacturing unit, marking the start of large-scale production.*

---

**M**r. Aalap Dangar shared that after 1980, Janak Perfumers set up a large-scale unit that allowed the company to handle incense manufacturing, fragrance production, raw materials, packaging, and research and development all under one roof. Reflecting on the company's history, he emphasized their pioneering role in developing masala incense in the Gujarat region. He also highlighted the long-standing success of their flagship products. "One of our heritage products, Janak Flora, has been in the market for 35 years, while 555 (agarbatti brand) has been available for 25 years," he said. "These classic



products continue to be popular due to their consistent quality.”

Janak Perfumers’ Kesar Chandan (saffron sandalwood) is particularly popular in the western states of India, including Maharashtra, which remains a key market. Beyond this, their products have gained significant popularity in West Bengal, Goa, Rajasthan, Uttar Pradesh, and Madhya Pradesh. The company offers a diverse product range priced between ₹10 and ₹1000, catering to various customer segments domestically and

complexities of catering to international markets. “Each country has a unique fragrance preference,” he explained. “In Africa, people prefer strong fragrances, while in Japan, lighter and more natural scents dominate. In Europe, fine fragrances are the most sought after.” Historically, incense products were popular among NRIs, but today, non-Indian consumers are increasingly embracing incense for uses beyond traditional practices. “People now use incense as a mood freshener, air freshener, or for

Looking ahead, Janak Perfumers has ambitious plans to expand its reach. The company is researching new fragrances, introducing specialty masala incense, and enhancing its quality further. “We are preparing to open additional depots across India to streamline supply and meet growing demand,” he said.

Mr. Dangar highlighted the evolving nature of the incense industry, noting the constant changes in fragrances and consumer preferences. “While price wars may occur, customers ultimately expect quality. To satisfy

Mr. Aalap Dangar shared that after 1980, Janak Perfumers set up a large-scale unit that allowed the company to handle incense manufacturing, fragrance production, raw materials, packaging, and research and development all under one roof. Reflecting on the company’s history, he emphasized their pioneering role in developing masala incense in the Gujarat region.



internationally.

The company has diversified its product portfolio significantly. They now offer over 500 products, including bamboo-less incense, dhoop, cones, roll-ons, attar, fine fragrances, and perfumes. Mr. Aalap Dangar added, “Our end-to-end manufacturing unit is unique. With in-house research and development, blending units, raw material processing units, quality control machines, incense stick rolling, drying, and packaging—all under one premise—we maintain exceptional quality control. This comprehensive setup allows us to stand apart in the market.”

Discussing global exports, Mr. Dangar elaborated on the

meditation, appreciating both traditional and modern fragrances from India,” he added.

Mr. Dangar emphasized the vital role of his family in managing the business. “My father oversees the domestic market and stock. My uncle focuses on research and development as well as production. My wife manages the digital sector, and I oversee exports,” he shared.

Reflecting on industry challenges, Mr. Dangar noted a shortage of skilled manpower and rising costs of aroma chemicals and raw materials as key obstacles. However, he remained optimistic, citing their robust infrastructure and operational efficiency as key strengths.

them, we must offer the best product,” he explained. He also stressed the importance of maintaining strong relationships in the business. “The trade thrives on relationships. While FMCG plays a role, promoting cash transactions is crucial to avoid credit issues that can strain these bonds,” he added.

As both domestic and export markets continue to boom, Janak Perfumers remains a leader in the fragrance industry. “With a legacy of innovation, originality, and excellence, we are confident that people will continue using incense products in the future. India itself offers a vast and rapidly expanding market for exports,” Mr. Dangar concluded. ■



# 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

**Balaji**<sup>®</sup>  
Since 1957

**Oudh**



D H O O P S T I C K S

“ **NEW ARRIVAL** ”





**Balaji Agarbatti Company**

No. 48/D - 156/2, 5th Main Prakashnagar, Bangalore 560010

Email: [sales@balajiincense.com](mailto:sales@balajiincense.com) | [www.balajiincense.com](http://www.balajiincense.com)

Customer Care: +91 85888 08914

balajiincense   

# Labour shortage, a major challenge in the incense industry:

## Gunshekhhar Chettiyyar

From Gondia, the fragrance of Gayatri Industries spreads Pan India

**Demand uphill for “Attack” in mosquito coil sticks segment**



The MSME sector, particularly the agarbatti and dhoop industry, is grappling with numerous challenges, including a severe labour shortage. This issue is especially significant for handmade agarbatti products. Mr Gunshekhhar Chettiyyar, head of Gayatri Agarbatti Works and Industries, Gondia, shared in a conversation with Sugandh India that his ancestors were originally from Tamil Nadu and he was born and raised in Ahmedabad. He used to produce masala agarbattis for the ashram of Asaram Babu in Ahmedabad through a company. However, due to business difficulties and a shortage of workers, he relocated his business to Gondia. He emphasised that cottage and small-scale industries strengthen the nation. He also urged the government to play its part by providing affordable electricity, water and gas to the underprivileged and labourers, helping to ease their daily hardships

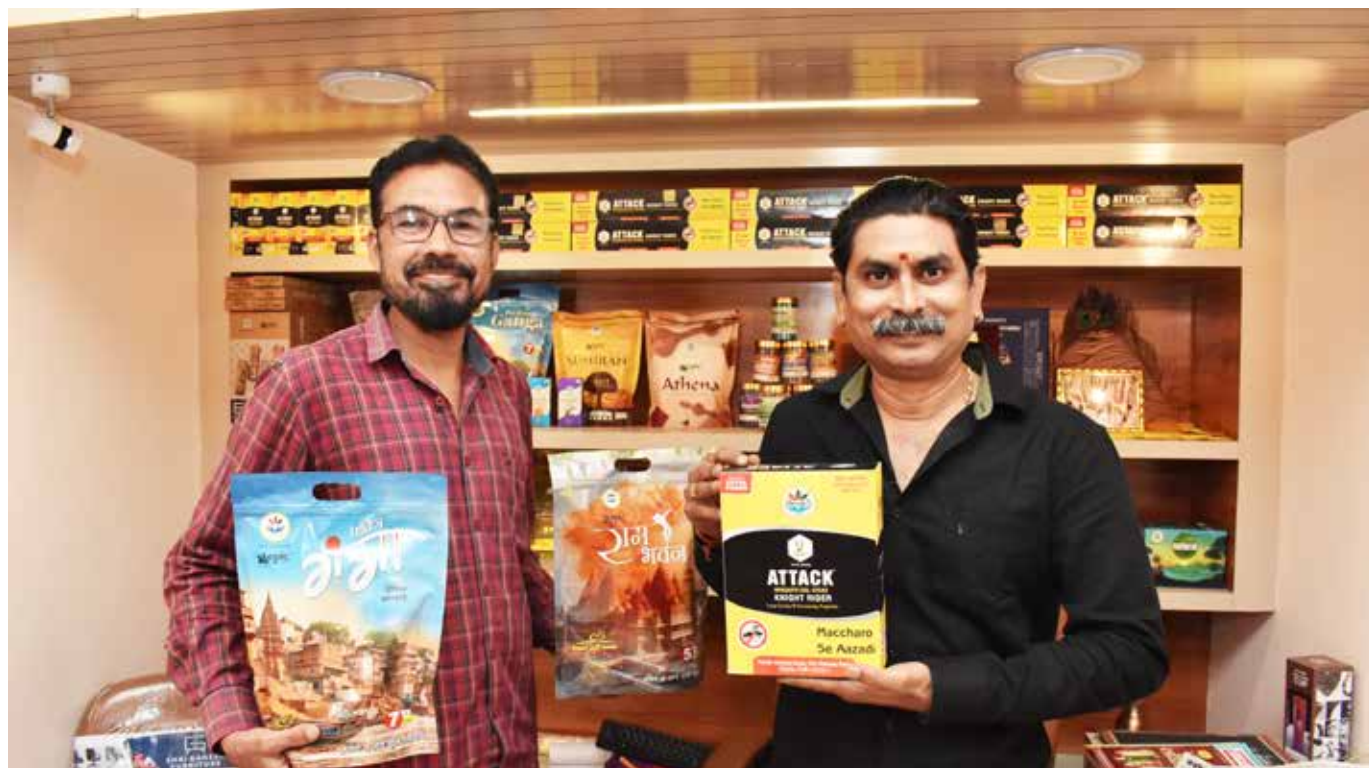
**A**lthough Gayatri Agarbatti Works and Industries was established in 2006 and registered Gayatri Agarbatti Works as the brand, Mr Chettiyyar had been in the agarbatti business for nearly three decades. He started in Ahmedabad, and he used to visit Gondia for procurement. After facing several instances of fraud in business dealings, he moved operations to Gondia in 2004, officially launching the Gayatri Agarbatti brand in 2006. When asked why he moved to Gondia despite Ahmedabad being a hub for agarbatti producers, he explained that earlier, they used to supply Masala agarbattis to Asaram Babu’s ashram. However, Ahmedabad faced a significant labour shortage for

handmade production. During this time, he noticed that Gondia had higher production levels and an easier availability of workers, prompting him to relocate the business. He further shared that they initially produced raw handmade agarbattis, which were in such high demand that customers paid three months in advance to secure their orders.

In response to a question from Sugandh India, Mr Chettiyyar shared that there was a challenging phase when agarbatti production via machines faced significant issues. While everyone in the market demanded the best quality, they were unwilling to pay its price. This led them to venture into mosquito-repellent agarbatti production, introducing a product

under the brand name Attack, which has now become their best-selling product and is performing exceptionally well. He mentioned that they registered under the Chettiar name in 2019. Currently, they have also expanded into the production of scented agarbattis and supply non-branded ones as well. Their Aalishaan brand of Loban incense has gained immense popularity. Moreover, Gayatri and Jamuna loban products are well-received in the market. He further revealed that they are developing a unique product called Honey Loban, which

Attack. He emphasised that the company is steadfast in building brand identity through 'Attack' (their flagship product.) They are also working on scented perfumes, he remarked. Their (natural) fruity series of pineapple, muskmelon, and apple fragrances are getting an overwhelming repeat order. He highlighted their Epic Collection, which includes products from the Sudha Pavitra and Adi Anant ranges. These products are made entirely from natural ingredients. The Adi Anant fragrance is sambrani-based (dhoop), while Sudha



features a sweet fragrance combining the essence of loban with honey. This product shall launch soon.

In response to a question, Mr Chettiyar stated that the company has always aimed to deliver the best quality products. This commitment to quality is why, when he introduced Attack, he used the finest mosquito-repellent chemicals. Unlike other products, Attack does not cause any suffocation when burned. Chemicals used comply strictly with government guidelines. He explained that while regular mosquito-repellent agarbattis typically burn for 8 to 12 hours, Attack works effectively after just 50 minutes of use, protecting throughout the night. People can sleep with their windows and doors open without any issues. He mentioned that Attack has a significant market presence in Chhattisgarh, Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, South Indian states, and local areas within Maharashtra.

Mr Chettiyar stated that the company is all set to establish Attack as a nationwide brand. While mosquito-repellent agarbattis typically attract 5% GST, their product attracts 18% GST due to the usage of premium-quality chemicals. Despite this, Attack remains affordable compared to other premium products within a thousand-kilometer radius. He explained that the higher GST reflects their commitment to superior quality, which has led to a surge in repeat orders for

Pavitra carries the scent of hawan samagri. Both are chemical-free. In response to a question, Mr Chettiyar shared that they have over 50 products, including 10 to 12 luxury items in loose packaging. Moreover, they also do all types of repacking as per the customer needs. Their sambrani range includes four varieties: sandal, loban, natural, and herbal. Additionally, they have several products in dhoop sticks, dhoop cones, and their premium luxury collection of agarbattis, with ten to twelve products classified as premium quality. Regarding the brand's market presence, he explained that their products are sold in Mumbai and Pune in 100g packs priced at ₹100 and ₹200. They are also planning to introduce new fragrances soon. Their retail products are available in Mumbai, Pune, and Nashik, and many customers from Canada, London, and the UK are placing orders as well. He noted that their loose products are also performing well, with Dhuna Chandan being their oldest and most popular product in Central India. When asked about marketing, he revealed that they do not engage in active marketing. Instead, their long-standing relationships and contacts effectively promote their products. Praising the contribution of Sugandh India magazine to the incense industry, he remarked that it is a leading Bilingual (Hindi and English) publication that provides comprehensive trade-related information. ■



India's No.1  
Pooja Products Manufacturer

“Our warehouse is  
currently located in  
**NEW DELHI**  
and we will be able to deliver  
our products to you soon”



Mfg. & Marketed by:

### DELTA'S TRADE LINK

No.4078, Thottanuthu Road,  
Reddiapatti (P.O),Natham Road,  
Dindigul - 624003. Tamilnadu  
E-mail:deltatradelink@gmail.com  
CUSTOMER CARE : +91 95434 13310  
www.deltabrand.com

खुशबू हर परिवार की

  
**Parivaar** ©

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

# THE INCENSE INDUSTRY HAS BECOME PRICE CENTRIC, NOT QUALITY-CENTRIC: PRATEEK BATAVIA



**U**tsav Agarbatti, a prominent manufacturer based in Rajkot, has broadened its product portfolio, moving beyond premium offerings to include a wide range of products for the mass market. In an exclusive interview, the owner, Prateek Batavia, highlighted a key challenge facing the agarbatti industry: a shift from quality to price-driven market dynamics. Prateek explained that while competition is not the primary concern, there is a growing fear within the industry “, that has resulted in the trade, which was once quality-centric, increasingly becoming price-centric over the past two years. As a result—unprincipled and unstandardised practices are now widespread, leaving customers dissatisfied.” Elucidating it further, he said that customers are no longer getting products that match the price they pay. This trend inevitably will continue, making it harder for them to obtain quality products at reasonable prices. One of Utsav’s innovations in agarbatti, the Zip Pack, has rapidly gained traction in the market. Initially priced at ₹32 per pack for distributors, the price has dropped to ₹28 and ₹27, despite demands, continue to grow. Prateek warned that if this trend continues, customers could receive only 90 grams of the product instead of (the usual) 100 grams in agarbatti and incense stick packs. Addressing the root cause of the issue, Prateek noted that the agarbatti sector remains cluttered, with smaller, local

producers having more influence than the more established players. Despite their dominance in numbers, these smaller producers lack unity, which has allowed the market to exploit the situation to their advantage.

## Utsav diversifying to all product segments

The company has introduced a hundred new products in the last six months as part of its expansion drive. Shri Prateek, head of Utsav Agarbatti, revealed in an interview that the new products include 400-gram jars, zip packs, 200-gram economy pouches, and a variety of incense products such as dry sticks, dry incense, and masala wet incense. In addition, over 50 more products are currently in the pipeline. Prateek stated, “At present, we are focusing primarily on incense sticks while also working on both wet and dry incense segments. Shortly, we plan to introduce Sambrani cups and masala agarbattis, making Utsav a company that manufactures across all segments of the agarbatti industry.” The company is dedicated to in-house production, with Prateek stating that all current and future products will be made on-site. He added that Utsav’s operational structure is divided into specialised departments for production, packaging, and R&D, with dedicated teams managing each function. Prateek personally oversees



purchasing and sales, ensuring a streamlined approach to distribution. Their business strategy is to enforce complete control over its manufacturing processes, ensuring product quality and consistency across all market segments.

### Utsav producing mass market products along with premium

Utsav has been a prominent player in the premium market for 15 years, establishing a strong reputation for high-quality products. Prateek explained that until now, most of Utsav's products have been positioned in the premium segment. "We make everything in-house, from semi-finished materials to the final product. By overseeing the entire production process ourselves, we maintain full control over both quality and quantity," said Prateek, attributing much of the brand's success to this approach. However, the company has recently started focusing on the mass market due to lower volumes in the premium sector. "The mass-market products have received a good response from the outset," Prateek added. Addressing the challenges of mass production, he noted that producing bamboo-less products is particularly difficult. "If 5 tons of incense can be produced in a day, producing even 1 ton of bamboo-less incense is a challenging task," he explained. He also commented on the growing popularity of bamboo-less products, attributing the trend to companies that initiated the shift. "What we show to customers is what they buy, and that becomes the market trend," he said. While acknowledging the rise of bamboo-less products, Prateek pointed out that the traditional agarbatti market continues to expand.

### The graph for Bambooless will remain uphill

Prateek recently addressed the challenges facing the agarbatti trade during an interview with Sugandh India. He highlighted the growing fragmentation within the industry, stating, "Where only five players are needed, there are now 25 operating. The business is getting divided, which creates the impression that demand is decreasing, even though the market is rapidly growing." Prateek also discussed the rapid growth of bamboo-less products, emphasising that this segment would continue to expand.

"This is why Utsav has broadened its portfolio. We are now entering all segments, including incense sticks, dry sticks, cups, and cones," he said. Their commitment to in-house manufacturing remains central to its operations. "It's my determination and passion that whatever manufacturing we do, it should be in-house," Prateek explained. Coming from a marketing and trading background, he added, "I don't like outsourcing our products. We manufacture everything in-house only after thorough research and development." Prateek also touched upon the growing demand for Sambirani cups, a product that Utsav plans to launch soon. "The popularity of Sambirani cups has been growing for the past 3-4 years, which is why we haven't launched them yet. This delay has set us back a bit, but now we have sorted it out. We have the space and the complete setup," he stated. Utsav will soon launch masala agarbattis and Sambirani cups, all manufactured in-house.

### Utsav produces its Wet-dhoop in-house

Utsav Agarbatti, known for its commitment to in-house production, has raised the bar by manufacturing wet incense internally—a practice many of its competitors outsource. Shri Prateek, head of the company, highlighted Utsav's unique position in Rajkot, stating,

"We are the only manufacturer in Rajkot that can confidently say we produce wet incense." Prateek further explained that Utsav produces the best quality wet incense compared to North India-made alternatives. "Making wet incense is a very complicated process. We prepare the raw materials every day while factoring in the weather conditions. We need to identify the markets for our products and assess the local weather conditions," he remarked. In response to the growing demand for wet incense, Utsav Agarbatti has introduced zip packs for the mass market. The company has launched six varieties of masala incense in the premium segment, which are already available. Prateek also revealed that Maharashtra is currently the largest market for Utsav Agarbatti, with the brand being supplied across various states, including Gujarat, Rajasthan, Madhya Pradesh, Chhattisgarh, Andhra Pradesh, Telangana, Karnataka, Tamil Nadu, Odisha, Jharkhand, West Bengal, Bihar, and Uttar Pradesh.

### Highly advanced production unit

Utsav Agarbatti is making significant strides in both its manufacturing capabilities and marketing strategies. Prateek explained the careful approach Utsav takes when entering new markets. "Before launching marketing in a new state, we ensure that we have a representative in every district. Additionally, we appoint a party every 50 kilometres. Only then do we begin marketing," he said. Regarding distribution, Prateek clarified that Utsav does not currently plan to set up depots. "I am not in favour of that at the moment. We supply directly from our factory," he stated, reinforcing the company's commitment to maintaining tight control over its distribution channels. Utsav Agarbatti's manufacturing facility is expanding to meet growing demand. "The Utsav factory spreads across 45,000 square feet where all our products can be manufactured at the same location. We will soon begin producing cups and masala agarbatti there next month," Prateek confirmed. Utsav has consistently used advanced manufacturing technology. "Even our five-year-old machines are still advanced by today's market standards. We have state-of-the-art machinery for dry production, cutting, and packing," Prateek added, highlighting the company's investment in cutting-edge equipment to ensure product quality and efficiency.

### Everything depends on market demand & trends

Prateek also discussed the challenges in the market, stating, "It doesn't matter what technique or strategy a manufacturer adopts; it doesn't make a significant difference. The market operates according to its own rules. It takes whatever it wants, in whatever quantity it wants. All our strategies fail in this context. So, we have to move forward with a price-centric approach." While Utsav Agarbatti is currently available only in the offline market, Prateek revealed that the company plans to expand its reach through online marketing soon. "We will soon begin online marketing as well," he confirmed. Evolving customer preferences enabled Utsav to introduce a new product concept. The company has launched a 400-gram zip pack featuring a 'Two-in-One' range, including Rose, Mogra, Sandal, and Kevda. Prateek explained the reasoning behind this innovation, saying, "Manufacturers often produce the best products, but sometimes they don't appeal to customers. In such cases, we have kept two different fragrances within the same fragrance category. For example, there are two variations of the Rose fragrance, and one of them will appeal to the customer. Both are roses, but with a slight difference." ■



# The Most Promising Fragrance

---

## IN A NEW LOOK



### PANCHATATTVA

PREMIUM INCENSE STICKS

- ✓ Long- Lasting Fragrance
- ✓ 100% Made in India
- ✓ Premium Quality

*Real Fragrances (Pune) Pvt. Ltd.*

+91 9028050063 | info@realfragnances.co.in | www.realfragnances.co.in



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



# MARKET VISIBILITY IS KEY TO SUCCESS, SAYS SIDDHANT JAIN



## SAFAL BRAND OFFERS 650 PRODUCTS IN INCENSE AND RELIGIOUS MATERIALS

Safal Industries, a manufacturer of agarbattis and prayer materials, currently offers over 650 popular products in the market. These include agarbatti, dhoop sticks, wet and dry dhoop, bamboo-less agarbatti, Ashtagandha sandalwood tilak, perfumes (itra), camphor (Kapoor), Loban, cotton wicks, havan materials, ubtan, mosquito-repellent agarbatti, and other herbal products. The Safal brand alone boasts 450 different agarbatti varieties. In an interview with \*Sugandh India\*, one of the company's leaders, Shri Siddhant Sunil Kumar Jain, confirmed that all products are manufactured in-house. The company's key markets include Maharashtra, Madhya Pradesh, Chhattisgarh, and Telangana, with additional presence in Tatanagar, Cuttack, and other major cities. Safal products are also exported to Dubai and three to four different countries through third-party distributors. Having successfully operated in the agarbatti industry for nearly two decades, Safal's journey into this business has been marked by numerous challenges.

### From Nagpur to all across Maharashtra

Siddhant Sunil Kumar Jain revealed in an interview that his family hails from Hoshangabad district in Madhya Pradesh, where his father worked in the FMCG sector. After receiving an offer from Rajkamal Industries in Indore, his father decided to take the opportunity and began collaborating with the company. Later, Shri Prakash Ji from Zed Black suggested his father enter the agarbatti business in Vidarbha. Siddhant's mother was from Nagpur, and to expand the business, his father considered relocating to either Bhopal or Indore. However, following advice from relatives and acquaintances, the family moved to Nagpur, marking their shift from FMCG to the agarbatti industry. At that time, there were few distributors in the agarbatti market, but this rapidly changed as the market grew, along with the increase in manufacturers and distributors. In addition to the agarbatti business, his father launched a camphor product, \*Shrifal\*, under SK Traders in 1998, named after his mother. They were also supplying Zed Black products in Vidarbha. By 2002-03, their business expanded beyond Nagpur to the entire Vidarbha region and other parts of Maharashtra, as Zed Black offered them the opportunity to operate across the state. Over the following years, they took on the distribution of 35-40 other companies, while continuing to grow the camphor business.

## From Camphor to Prayer Essentials

In response to a question from \*Sugandh India\*, Mr Jain shared the story behind the start of their camphor (Kapoor) production. He explained that a bank had seized camphor manufacturing machines, and knowing that his father was involved in the agarbatti business, the bank manager offered them for purchase. His father bought three machines and began production. From 2005 onwards, their company expanded into manufacturing prayer materials, including Ashtagandha sandalwood tilak, cotton wicks (rui batti), havan materials, perfumes (itr), and more. Siddhant joined the business after completing his studies in 2011. He noticed the rapid growth of the agarbatti market, with Bengaluru emerging as a major hub for premium products and Ahmedabad also expanding quickly. Recognising these trends, the company ventured into agarbatti manufacturing. Before this, their camphor supply had already grown significantly in Gujarat, Telangana, and Andhra Pradesh. Siddhant's younger brother, Safal, an engineering graduate, chose to join the manufacturing side instead of pursuing a job. He conducted in-depth research in manufacturing, and together, the brothers explored innovations, drawing inspiration from the Amrutha Aromatic as their role model.

## Expanding into Aroma Chemical supply

Mr Jain explained that extensive research into the agarbatti industry was not necessary for their company, as they had already been providing research services on new products, quality, and marketing to other manufacturers. They had built strong relationships with customers and companies, often offering product suggestions and new ideas. When his brother, Safal, began production, they encountered a well-known agarbatti company in Nagpur under the Bhutal Pandya brand. The owner, relocating to Canada, proposed selling his entire business. After careful consideration, they decided to purchase the company. They then registered their trademark and acquired a new registration. During this time, they continued researching fragrances and chemicals, even learning how to create perfumes themselves. For the past six to seven years, they have been manufacturing Aroma chemicals and are planning to start supplying to the industry soon. They are specifically focused on developing the compounds used in fragrance production. Mr Jain also mentioned that at the time, raw agarbatti were imported from Vietnam. However, a ban on these imports disrupted their production for several months. Eventually, local vendors began supplying raw sticks, but quality issues arose in the market. This led them to start manufacturing raw agarbattis in-house.

## Safal brand has global presence

In response to a question about the quality of the Safal brand, Mr Jain revealed that they ventured into producing hand-made masala agarbattis, a product typically made in Bengaluru, and launched it within their premium range. They also manufacture base agarbattis, which, according to him, are of superior quality compared to those from Bengaluru. He credited his brother, Safal, for this achievement, acknowledging his extensive work in chemicals, fragrances, and compounds. Their products have even gained recognition abroad. Mr Jain shared an anecdote from 2019 when their family visited

Dubai and discovered their brand being sold in a shop, supplied by distributors they were unaware of. This prompted them to establish connections with export companies, and today they export their products to three or four countries. In response to another question, Mr Jain stated that Safal agarbattis are available in a price range starting from ₹10, extending to premium offerings. He emphasised that all their products are of the highest quality. While it is common for some products in a company's portfolio to perform better than others, he asserted that all their products are equally popular due to the consistent focus on quality across their entire range.

## The demand of Safal exceeds its supply

In response to Sugandh India's question about why only a few products tend to sell the most for most companies, Sunil Kumar Jain explained that their perfumes, such as Lavender, Musk, Sugandh, 3-in-1, Artiv and Ek Tara, feature unique, in-house developed compounds. These proprietary compounds are unmatched by any other company's products. Two years ago, fragrances like Gulab Ki Kali, Varsha Yog, Safal Oud, and Jungle Wood were launched, and they have been selling exceptionally well. Mr Jain mentioned that they discontinued trading long ago as their own business grew significantly. The demand for their products has been increasing rapidly, and at times, they struggle to meet supply deadlines. He also shared an interesting incident where their products were being sold in places where they do not officially supply. Recently, his father's friend visited Ayodhya and brought back a packet of their product, despite the fact they don't distribute it in that region. He believes this incident reflects the widespread popularity of their brand.

## Market visibility leads to sales

In response to a question from Sugandh India about the challenges in the industry, Sunil Kumar Jain acknowledged that every business comes with its own set of challenges. For their company, production must align with market demands, which vary significantly by state and region due to differing consumer preferences. He highlighted that there are constant innovations in the perfume segment, while quality, pricing, and packaging are rapidly evolving. He noted the growing trend of gift pack boxes in the market and explained that when premium agarbattis are priced at ₹1,000 for 50 grams, maintaining the highest quality is crucial. Without this, customers will not repurchase the product. Mr Jain also pointed out that the "Arabic mode" is gaining popularity in India. Once preferred in Saudi Arabia and Dubai, these strong fragrances are now becoming increasingly popular domestically. Furthermore, he observed that the demand for Sambrani cups and bamboo-less products is rising swiftly. Despite these new trends, traditional agarbattis continue to maintain their market position and will remain relevant. Both affordable and premium products are performing well and will continue to do so. Looking ahead, Mr Jain expressed optimism about the industry's future.

He stated that success depends on consistent visibility in the market. A brand can only succeed if it has a strong presence, with manufacturers maintaining direct contact with the market. Without this visibility, even the best-quality products will struggle to sustain or gain traction. ■



# Blending expertise to solve your business needs

- Incense Fragrance
- Aromatic Chemicals
- Perfume Powders
- Essential Oils
- Agarbatti Raw Material
- R&D Facility for Fragrance  
Development

**ANAND ORGANIC PRODUCTS**

Address - Nagpur, ☎ 9404564929 | 7020835326

Website - [www.anandram.in](http://www.anandram.in) | Email - [anandorganicproducts@gmail.com](mailto:anandorganicproducts@gmail.com)

Premium  
DHOOP CONE

  
**Param**<sup>TM</sup>  
मन की शांति...

धर्म हैं जहाँ,  
परम हैं वहाँ



### OUR OTHER PRODUCTS

- ZIPPER POUCH | ■ SMALL POUCH | ■ FAMILY PACK | ■ MEDIUM POUCH
- 5 IN 1 POUCH | ■ FLOWER SERIES | ■ FRUIT COLLECTION | ■ DHOOP STICKS | ■ SMALL BOX

.... MORE THAN 300+ PRODUCTS



A Quality Product Manufactured By :  
**PARAM AGARBATTI WORKS**  
Rajkot - 360110, (Gujarat) - INDIA

 [www.paramfragrance.com](http://www.paramfragrance.com)  
 [paramagarbattiworks@gmail.com](mailto:paramagarbattiworks@gmail.com)  
 +91 98751 50743

Find us on :



# Anand Organic Product's Perfume Powders

## A boon to the incense industry: Anurag Gupta

Anand Organic Products has introduced specialised raw materials and fragrances tailored for the incense and dhoop industry. These innovations enable producing high-quality products such as incense sticks, dhoop, cones, dry sticks, sambrani cups, and bamboo-less products. Their business advancements ensure product quality remains consistent while maintaining cost efficiency. The flagship powder perfume addresses a critical challenge faced by manufacturers—fragrance loss during the drying process, which often reduces quality by 40 to 50%. Company-manufactured powder perfume guarantees 100% fragrance retention, providing a significant advantage for manufacturers. For sambrani cups, the company has developed aromatic filling materials using natural raw materials. These premixes simplify the filling process while enhancing the final product quality. By resolving key manufacturing challenges, Anand Organic Products continues to set new standards in the incense industry.

# A

nand Organic Products, a supplier of specialised raw materials and fragrances for the agarbatti and dhoop industry, also produces its range of agarbatti products under the Anand brand. Founded in 2015–16 by Anurag Gupta and Ajitesh Gupta, the company has grown steadily by leveraging its homegrown business experience and diversifying into new ventures. In an exclusive interview with Sugandh India, Anurag Gupta revealed that their father was in the oil mill business, which inspired him and his brother to explore a different industry. They launched their raw materials business for agarbatti in 2015 and expanded into chemicals and fragrances by 2017–18. Currently, the company offers a comprehensive range of raw materials and premixes for various products, including masala and scented agarbatti manufactured under their brand. Anurag highlighted that most raw materials are imported from China and Vietnam, supplemented by domestically sourced materials, ensuring a diverse and reliable supply chain.

Anand Organic Products continues diversifying its portfolio, expanding beyond the agarbatti industry into detergents, cosmetics, and essential oils. Speaking with Sugandh India, Anurag Gupta credited his younger brother, Aijtesh Gupta, a chemical engineer with a passion for fragrances, for driving their entry into the aromatic chemical sector. The company began manufacturing scented agarbatti under its brand to meet rising market demand, leveraging expertise in raw materials and fragrances. Anurag noted that their primary business remains the supply of raw materials and fragrances, but the Anand brand now offers agarbatti products in zipper and pouch packs. They have around 20–25 products in Rs.10 and Rs. 20 segments. Looking ahead, Anand Organic Products plans to expand into high-quality masala agarbatti production. The company has also tapped into the significant demand for loose agarbatti, which constitutes 60% of the market in regions like Nagpur, compared to 40% for packaged products. The company aims to meet the growing demand by supplying loose agarbatti nationwide.

Sharing with Sugandh India, Anurag Gupta, highlighted their innovative approach to raw materials and fragrances. Founded in 2015–16, Anand Organic Products operates on a pan-India level, with Maharashtra as a primary market and a significant presence in Madhya Pradesh, Chhattisgarh, Telangana, and Odisha, among other states. Anurag detailed their development of specialised perfumes tailored for products such as scented agarbatti, masala agarbatti, dhoop, sambrani cups, and cones. Offering approximately 250 fragrance profiles—including floral, oriental, Aldehyde, and fancy notes—the company caters to diverse preferences across regions and individual customers. He explained that fragrance retention poses a critical challenge in raw agarbatti, where 30–50% of the scent often evaporates during drying, leading to inconsistent quality. In contrast, masala agarbatti achieves precise formulation and consistent results. Putting these complications to task, Anand Organic Products





developed a perfume that has gained significant demand. This innovation ensures 100% fragrance retention, even when dried in sunlight, making it ideal for agarbatti, dhoop, cones, and other products. Although the company offers liquid perfumes as well, Anurag highlighted that these [perfumes] can lose as much as 40–50% of their quality during the drying process, especially in dhoop products—By offering a superior alternative, Anand Organic Products continues to set a benchmark in the fragrance and raw materials industry.

Anand Organic Products has emerged as an industry pioneer with the development of perfume powder, a groundbreaking innovation in the fragrance sector. Anurag Gupta revealed to Sugandh India, that no other company introduced similar products to date. The perfume powder was launched a year ago following 18 months of intensive research, which began in 2022. Anurag highlighted the product's effectiveness in addressing key challenges faced by manufacturers of scented sticks, dhoop sticks, and cones. Traditional dip technology often leads to a loss of fragrance during the drying process, compromising product quality. By contrast, perfume powder is integrated directly into the manufacturing process, ensuring consistent fragrance retention in the final product. This innovation has gained widespread adoption across the industry for agarbatti, masala agarbatti, cones, dhoop, dry dhoop, and sambrani cups. The launched perfume powder marks a significant advancement, setting new standards for quality and consistency in the incense and dhoop market.

Anurag Gupta, elaborated on the unique advantages of perfume powder over traditional dipping technology. Unlike the dipping process, which applies fragrance post-production, powder perfume is integrated directly into the manufacturing process, ensuring consistent fragrance retention throughout. The company has developed around 100 powder fragrances and offers tailored recommendations to its clients on optimal dosage levels. Depending on the desired product grade—economy, medium, or premium—the quantity of powder perfume is adjusted to achieve the required fragrance quality. For premium-grade products, the formula involves dilution in a 3:4:20 ratio, delivering superior fragrance results. Economy-grade products, on the other hand, use dilution ratios such as 4:2:8, 4:2:10, 1:2:10, 1:2:15, and even up to 1:2:20. Anurag explained that the principle is straightforward: a higher dose of perfume powder results in premium-quality products, while a reduced dosage yields economy-grade offerings. This innovative approach has allowed manufacturers to achieve precise control over fragrance quality, setting new benchmarks for consistency and product differentiation in the agarbatti and dhoop industry.

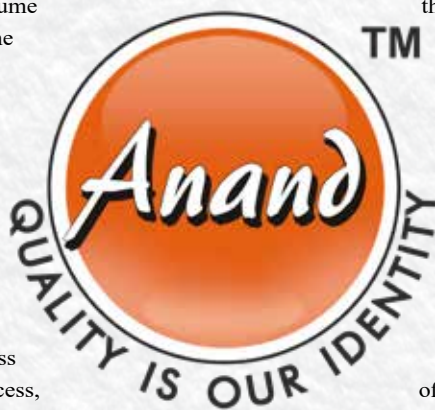
The company has addressed a key manufacturing challenge in the sambrani cup segment with the development of specialised filling materials. Talking to Sugandh India, Anurag Gupta revealed that these raw materials are curated to simplify production while significantly enhancing product quality. The filling materials are available in two variants: water-based and oven-based. The water-based variant is ideal for smaller manufacturers who do not have access to ovens. The water-based variant can be filled into sambrani cups and dried in sunlight for three to four hours, delivering a high-quality product. Contrastingly, the oven-based is tailored for manufacturers with oven facilities, allowing the cups to be filled, placed on trays, and cured in

an oven for optimal results. Anand Organic Products has developed these filling materials in ten fragrances, including loban, guggal, and bakhoor (post-extensive research.) The formulations are curated from over 20 natural ingredients, which are often difficult for individual manufacturers to source and utilise effectively. By offering this innovative solution, Anand Organic Products has streamlined the production process, enabling sambrani cup manufacturers to produce superior products with ease and consistency.

Anand Organic Products has distinguished itself by addressing key challenges in the agarbatti and dhoop industry through innovative raw material solutions. In an interview, co-founder Anurag Gupta shared that their business approach focuses on solving manufacturing issues rather than merely trading raw materials. Powder perfume addressed problems in producing flora and masala agarbattis and the inconsistencies in the fragrance retention of scented products. Similarly, they resolved the time-intensive and costly process of filling materials for sambrani cups by creating an efficient and user-friendly solution. Gupta highlighted that their raw material offerings include premixed formulations containing essential ingredients such as joss powder, guar gum, wood powder, and charcoal. These premixes are curated to simplify the manufacturing process, saving time and effort while enhancing the quality of the final product. By prioritising innovation and customer needs, Anand Organic Products continues to set new benchmarks in the industry.

Anand Organic Products continues to innovate in the agarbatti industry with its unique range of premixes. Co-founder Anurag Gupta shared that Nagpur, known for its renowned loban agarbattis, supplies approximately 80% of the loban agarbatti in the country. Recognising interest from manufacturers across India in replicating Nagpur's quality, Anand Organic Products developed Loban premixes. These are offered in economy, medium, premium, and extra premium ranges to suit diverse market needs. The company has also created premixes for other popular agarbattis, including Guggal, Bakhoor, and Oud varieties. Their extensive catalogue includes 50 top-selling raw materials with a variety of fragrances. To cater to custom requirements, Anand Organic Products allows manufacturers to modify their premixes. Whether clients choose to enhance the premixes themselves or seek tailored assistance, the company provides support. Additionally, they offer solutions for customising powders, ensuring clients achieve the desired product quality. This customer-centric approach solidifies Anand Organic Product's position as a leading innovator in the industry.

In the end Anurag Gupta, shared insights into the company's plans to introduce innovative products that address market needs. The aim, he stated, is to simplify processes and enhance the "ease of doing business" for agarbatti manufacturers. Anurag revealed that the company has begun research on perfume paste, a highly fixative material that enhances fragrance, making it more appealing and long-lasting. Anand Organic Products is also exploring ways to integrate powdered paste into manufacturing processes for greater efficiency. In addition, the company is focused on developing premium-quality masala agarbattis, aiming to match the standards of top incense brands. These products are intended for a nationwide launch. With in-house raw materials, perfumes, and research capabilities, Anurag expressed confidence in Anand Organic Product's ability to deliver superior products and maintain its leadership in the industry. ■



॥ श्री स्वामी समर्थ ॥ ®



# Manohar Sugandhi



शास्त्रोक्त पूजा के लिए केशर, चंदन, कस्तुरी एवं कपूर युक्त तिलक

## Powder



Manohar Special Keshar  
Ashtagandha



Gandharaj



Manohar Chandan Pooja  
Powder



Manohar Special  
Kasturi Gandha



## Ready Paste



Manohar Chandan  
(Kesar tika)



Manohar Chandan  
(Red tika)



Manohar Chandan  
(Yellow tika)



Manohar Kumkum Tika  
(Roli)



## Manohar Sugandhi & Co.

185, Shukrawar Peth, Akara Maruti Kopara, 'Harivansh' Building,  
Pune 411002, Maharashtra. Ph.: +91 70586 01375

For business enquiry contact : Pranav Ganu +91 9730202255

Manufactures of:

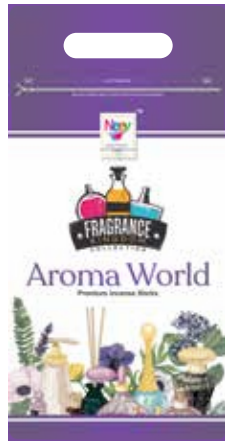
Sp. Keshar Ashtagandha | Manohar Chandan (tika) | Kasturi Gandha | Incence Sticks | Dhoop

# 80 और 90 के दशक की लोकप्रिय खुशबू ओ का जादू फिर से

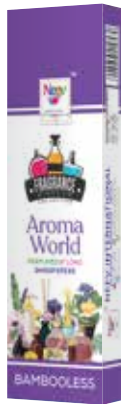
Let's Enjoy Timeless Aromas for "Today's Soul"



**PINK AGARBATTI**  
90 Grams | Rs. 75/-



**PINK AGARBATTI**  
110 Grams | Rs. 80/-



**PINK 6" BAMBOOLESS  
DHOOP STICKS**  
90 Grams | Rs. 80/-



**NEEV INTERNATIONAL**  
Changodar, Ahmedabad-382213.

98240 19344 neevinternational@yahoo.com

www.neevinternational.in Neev Incense

# VINOD KHAKHKHAR

## EXPERT IN FUSION FRAGRANCES

### LIVE TOUCH INCENSE PRODUCTS GAIN POPULARITY ACROSS 13 STATES

Rajkot, Gujarat: Vinod Khakhkhar, the founder and head of Balmukund Industries, is a renowned name in the incense and fragrance industry. Specialising in fusion fragrances, Mr. Khakhkhar has driven the success of his Live Touch brand, which includes a wide range of agarbattis, incense products, and premium fusion fragrances. These products have quickly gained traction thanks to their unique blends and high-quality standards. In an exclusive interview with Sugandh India, Mr. Khakhkhar shared that he has spent 35 years in the fragrance industry. He also highlighted that Balmukund Industries, founded in 2015 in Rajkot, Gujarat, is known for its commitment to quality manufacturing. Balmukund Industries flagship Live Touch brand boasts more than hundred products, ranging from scented agarbattis and incense cones to bamboo-less agarbattis, dry sticks, masala-flora agarbattis, and sambrani cups. The product line caters to a much larger market, with items priced from ₹10 to more premium offerings. Not just Gujarat, Live Touch products sell across 13 other states, including Maharashtra, Rajasthan, Chhattisgarh, Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, Bihar, Jharkhand, West Bengal, and Assam.



Left to Right: Bhavik Khakhkhar, Vinod Khakhkhar

**H**e revealed the [Khas Fantasy] (brand of fragrance) is his prodigy, which is unmatched and most loved. With a deep passion for creating fusion fragrances, Mr. Khakhkhar has made it his mission to ensure that every product the company offers is of the highest quality. "Incense and agarbattis are meant for God, and therefore, they must be of the finest quality," he said. This thought moved Khakhkhar to enter the fragrance market with a pledge to preserve public faith through superior products. Before founding Balmukund Industries, he gained valuable experience in distribution and later became a C&F (Carrying and Forwarding) agent. In 2015, he launched Live Touch. Through determination and hard work, he successfully established it in the market. Khakhkhar attributes the growth of his brand to the unwavering quality of its products. "I am in the market because of the quality of my products," he stated. He chose not to rely on a dedicated sales team initially, despite it being a common practice in the industry, which posed significant challenges. However, the company gained a major boost when his son, Bhavik Khakhkhar, joined the business after completing his studies in 2018-19. He provided crucial support to the growing venture.

Mr Khakhkhar announced plans to launch a new line of fusion perfumes and sprays under the Topper range post-Diwali celebrations. "From the very beginning, I've been focused on introducing innovative products," he said. His first experiment in fusion fragrances involved a pineapple blend. The pineapple rose flavour was hugely in demand. However, Khakhkhar added a twist by incorporating rose into the pineapple, which received an overwhelmingly positive response from his customers. Following the success of this launch, he created a new product by blending henna with musk, which also gained positive feedback. "We will soon be launching fusion fragrances in three or four different varieties," he revealed. In addition, the Khas Fantasia fragrance has already been introduced, with plans for more variants in the pipeline. Khakhkhar also shared that mixing fragrances is a delicate process. "Blending different scents is not an easy task. You must be careful because sometimes the combination may not work as expected, and the fragrance can become less pleasant. In such cases, you need to add another fragrance to enhance it; and that requires significant effort." On the marketing aspect, Khakhkhar explained that, as a former distributor, he had a well-established network, particularly in the Saurashtra region of Gujarat. "While I knew every block in the region, the initial challenge was that people would take the product because of old contacts, but they often just set it aside. Until the product reaches the customer and is used, its value is zero. This is one of the major hurdles I faced in the market," he added.

To ignite excitement and draw new customers, the brand decided to roll out a creative strategy: offering two-stick samples. This approach aims to captivate potential buyers and spark their interest. However, challenges arose when distributors, while accepting the products, did not actively sell them. The company introduced a guarantee that customers can return opened packets if unsatisfied. In response to a query by Sugandh India, Khakhkhar confirmed that it has appointed super stockists and distributors across 13 states, who are responsible for managing regional issues and customer complaints. He also highlighted that each state exhibits unique fragrance preferences. As for the possibility of offering unique fragrances pan-India, he stated that they have opted not to pursue this approach. He remarked, "For building a pan-India brand, it is essential to maintain a consistent fragrance across the product range." While acknowledging that tailoring fragrances to specific states could boost short-term sales, the company stressed that doing so would hinder the development

of a cohesive brand identity. However, if a region demonstrates a distinct fragrance preference, the company is willing to create a separate product to cater to that demand.

Mr. Khakhkhar stated that he bases his product development approach on his personal experiences. He noted that while these experiences guide the process, true market success is ultimately determined by a product's ability to resonate with consumers and gain popularity. The company currently offers over 100 products and is preparing for the large-scale launch of air fresheners and perfumes. Live Touch is also capitalising on the growing market trend for bamboo-less and dry sticks. In response to consumer concerns about bamboo sticks his company is exploring alternative options. The 6-inch bamboo-less agarbatti is currently a market favourite, and Live Touch has recently introduced a new 8-inch variant, which differs significantly from other offerings. Available in four distinct varieties—Boss Tattoo, Bella Vitara, Polo Woods, and Aqua London—the new range boasts unique names, packaging, fragrance, and quality, setting it apart from competitors. The 90-gram box is priced at an MRP of ₹110, and the premium range has already begun to attract repeat orders, signalling early success in the market.

Khakhkhar explained that their air freshener products fall under the Topper brand, a decision influenced by his background in the FMCG sector. Entering the air freshener market has always been the key to his business strategic vision. Live Touch incense offerings are priced across a range of options. The products are available in pouches with MRP prices ranging from ₹10 to ₹50, with some larger packs priced at ₹80. The 100-gram box pack, priced at ₹90, retails for ₹50 to ₹60, while masala-flora agarbattis are priced between ₹105 and ₹165. The company has also introduced innovative products in the Sambrani Cup segment, becoming the first manufacturer in India to offer a pack of nine cups for ₹110, when the standard offering is typically just six cups. Additionally, Live Touch has launched a Sambrani Cup made from cow dung, priced at ₹110. Another new addition is the Ram Raksha Mandir, available for ₹135. Looking ahead, the founder expressed confidence in the continued growth of the incense industry, citing its deep-rooted connection to consumer faith. "This is a very old industry, and it will continue to thrive because it is linked to tradition," he stated. However, he emphasised that as consumer expectations for quality rise, manufacturers will need to focus on continuously improving their products to meet these demands.

Mr Bhavik Khakhkhar, the son of Mr Vinod Khakhkhar, revealed that after completing his studies, he has fully committed himself to the incense and fragrance industry. "I am trying to work in line with the times and the needs of the market," he explained. His primary focus is on delivering high-quality products, a goal that extends to their perfume range as well. "We are committed to offering the best quality in perfumes and aim to create export-quality products," he added. This emphasis on quality has enabled the company to expand its reach internationally. Their incense products are now being exported to several countries, including multiple European nations, as well as Malaysia, Mauritius, Indonesia, and Uganda, among others. In response to a query about packaging preferences, Mr Khakhkhar noted that zipper pouches are particularly popular in export markets. He further highlighted that, in comparison to the domestic market, export products are of an even higher standard. Fruity, synthetic, and modern fragrances are in high demand in these international markets. "We are also focused on innovating our packaging," Mr Khakhkhar said. "Along with product quality, packaging and design need to be top-notch, and that is a direction I am actively pursuing." ■

आपकी पूजा  
आपका उपहार।



**LARGEST WET DHOOP MANUFACTUER IN INDIA  
WE ALSO DO JOB WORK**

### **DHOOP WE MANUFACTURE**

• Golden Dhoop • Pure Kassa • Sandal Base • Floral Dhoop • T 1 Base • Halmadi Dhoop



Mfg. & Mktd. By:

**HIMALAYA DHOOP AGARBATTI INDUSTRIES**

☎ Customer Care : +91 98032 12828 ☎ +91 94171 00094 / +91 94173 14040

© www.himalayadhoop.com © Jalandhar, Punjab India - 144001.

symrise 

iff



**BIOLANDES**  
NATURAL EXTRACTS FOR CREATORS

kaao

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

# Hari Darshan Maa Collection: Inspired by Goddesses



Hari Darshan brand has recently introduced an exceptional collection of agarbattis and dhooop inspired by Maa Saraswati, Maa Lakshmi, and Maa Durga. This range is deeply rooted in Hindu traditions, reflecting the divine attributes of these revered goddesses. Each product is meticulously crafted to evoke their unique qualities and help devotees establish a spiritual connection.

**Maa Saraswati:** A gentle, soothing scent that helps with concentration and inspiration. Some common scents are:

- Sandalwood is known for helping to concentrate and feel calm. It can help in thinking clearly and learn better.
- Jasmine is linked to purity and creativity. Its gentle scent can lift the mood and make the mind more active.
- Lotus represents enlightenment and spiritual development. Its soft, sweet smell can make one feel peaceful and calm, perfect for meditation and artistic activities.

**Maa Lakshmi** has cozy scents that make the surroundings feel luxurious and lucky. They often contain warm notes like

- Saffron is called the king of spices and its strong smell represents wealth and the blessings of Maa Lakshmi.
- Kewda is linked to wealth and purity, and its sweet, gentle fragrance brings feeling of peace and well-being, attracting

positive energy.

- Cardamom has an uplifting and slightly citrusy smell, symbolizing abundance and stimulating the mind, promoting focus and determination.

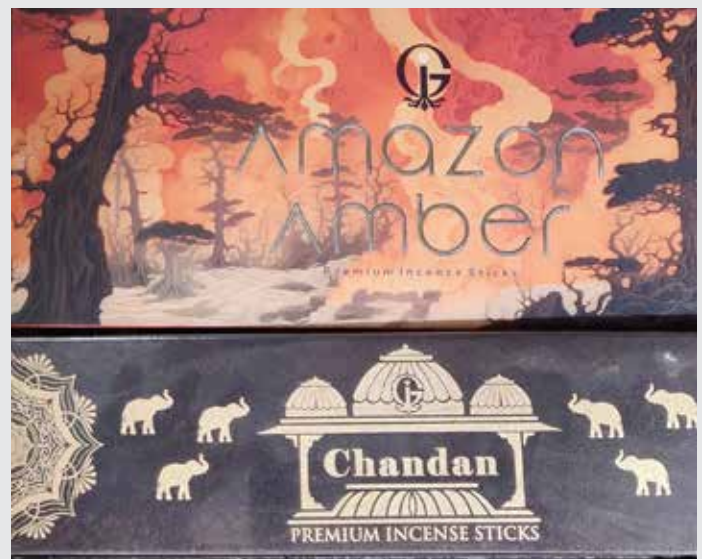
**Maa Durga** has powerful, refreshing scents that make one feel strong and safe. They often have common notes like...

- Camphor is famous for its ability to cleanse the air and get rid of negative energy, making room for positive vibes to thrive.
- Nag Champa is linked to feelings of protection and positivity, as its sweet, woody scent helps boost strength and resilience.
- Clove has a stimulating smell that can uplift the mind and soul, fostering bravery & perseverance when dealing with obstacles. ■



# Gangotri Incense: Crafting Superior quality luxury incense

Bengaluru, world-famous for its superior-quality incense sticks, has earned customer trust through its legacy of excellence. Among the prominent names in this industry is Gangotri Incense, a brand that has captured the hearts of fragrance lovers. The brand's diverse product portfolio includes incense sticks, bakhour, perfumes, dhooop sticks, roll-ons, car and air fresheners, javadhu powder, cone dhooop, and more. Its widespread presence in premium markets is a testament to its popularity and quality. Gangotri's Chandan (sandalwood) fragrance products are iconic, reflecting a timeless tradition. The brand's premium Chandan incense sticks are priced at ₹550 for a pack of 10 sticks! while the exclusive "Classic Chandan," costing ₹5,000 for a single stick! offers unmatched luxury. Gangotri Incense continues to be a top choice for fragrance lovers seeking premium-quality products. ■







MASCHMEIJER AROMATICS  
INDIA PVT LTD

A LEGACY OF 60+ YEARS OF MUSKS  
AND UNFORGETTABLE SCENTS

GOLD STANDARD IN MUSKS WITH  
UNMATCHED PERFORMANCE

MUSK AMBRETTE, MUSK KETONE, MUSK XYLOL

Speciality Chemicals, Essential Oils, Fragrances for  
Agarbatti, Dhoop, Potpourri, Car Fragrances.

INDIA | GERMANY | DUBAI | SAUDI ARABIA | QATAR

MASCHMEIJER AROMATICS INDIA PVT LIMITED.  
3 G.S.T ROAD, CHROME PETCHENNAI 600044.INDIA.

PH: +91-9444389959

Email: [smsajahan@maschmeijer.com](mailto:smsajahan@maschmeijer.com) ;  
[contact@maschmeijer.com](mailto:contact@maschmeijer.com)

Mr. Neaz (DELHI MANAGER)

PH: +919891358354, 8920455360  
Email: [neaz1975@yahoo.com](mailto:neaz1975@yahoo.com)

# DevDarshan Gel Air Freshener: Fresh Air, Effortlessly

## Available in Berry Blast, Lemon, and Misty Meadow, 10g

DevDarshan, a trusted name in the dhoop and agarbatti industry since 1954, has expanded its offerings with the launch of the DevDarshan Gel Air Freshener Sachets. Available in three invigorating fragrances—Berry Blast, Lemon, and Misty Meadow—these sachets are designed to deliver a refreshing and long-lasting aroma to any environment. Each sachet is available in a convenient 10g pack, priced affordably at an MRP of just ₹75.

The Gel Air Freshener Sachets are crafted to complement DevDarshan's legacy of offering premium-quality products that elevate everyday experiences. Compact and easy to use, these gel-based sachets are perfect for placement in wardrobes, drawers, cars, or small rooms, providing a discreet yet effective way to keep spaces smelling fresh. The Berry Blast variant offers a sweet and fruity fragrance that energizes the senses, while Lemon delivers a zesty and vibrant aroma to invigorate any setting. Misty Meadow, on the other hand, brings a calming and earthy touch, making it perfect for those seeking a serene atmosphere.

For over seven decades, DevDarshan has been synonymous with trust, innovation, and excellence in fragrance-based products. The launch of the Gel Air Freshener Sachets marks



another step forward in bringing convenient, high-quality solutions to customers. This new product aligns with DevDarshan's mission to enrich lives with soothing and uplifting aromas.

For more information, visit [www.devdarshandhoop.com](http://www.devdarshandhoop.com) and explore the full range of DevDarshan products designed to make every moment more fragrant and memorable. ■

## Gayatri Attack Mosquito Repellent Coil Sticks Revolutionizing the market

Gondia-based Gayatri Industries has been making waves in the incense market with its Attack mosquito-repellent coil sticks. Designed to provide highly effective protection against mosquitoes, Attack coil sticks are a step ahead of traditional mosquito repellents. Unlike regular mosquito-repellent agarbattis, which typically burn for 8 to 12 hours, Attack offers lasting protection after just 50 minutes of use, ensuring uninterrupted sleep throughout the night. The product adheres to strict government guidelines and uses non-suffocating chemicals, making it safe for households. Popular in regions such as Chhattisgarh, Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, South Indian states, and parts of Maharashtra, Attack enables customers to sleep comfortably with open doors and windows, creating a healthier and more breathable environment. Gayatri Industries continues to redefine the standards for mosquito-repellent incense products.. ■



# A Drop of Luxury An Aura of Grace

Long-Lasting  
Unisex Appeal  
Skin-Friendly  
Exotic Aromas



**SHOP NOW**



**Devdarshan Overseas**  
314, Industrial Area  
Phase-II, Chandigarh - 160002  
Contact: +91-94642 15979  
0172-4645925

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

# Secret Potion Special White 5 in 1 Incense by Parasmani Agarbatti

Parasmani Agarbatti Nagpur has unveiled its latest innovation: the “Secret Potion Special White 5-in-1 Incense”! Priced at just Rs. 135, this quarter-kilo (paav kilo) pack offers an unbeatable combination of powerful fruity fragrances that promise to transform your space.

The pack contains five distinct fragrances, each in a 50-gram segment, providing variety and value in one compact premium white zipper. Selected white sticks have been used to create this masterpiece product! It has received a very positive feedback from markets where kilo packs are popular (especially central and south India). ■



## Bansi: A Popular choice in dhoop sticks

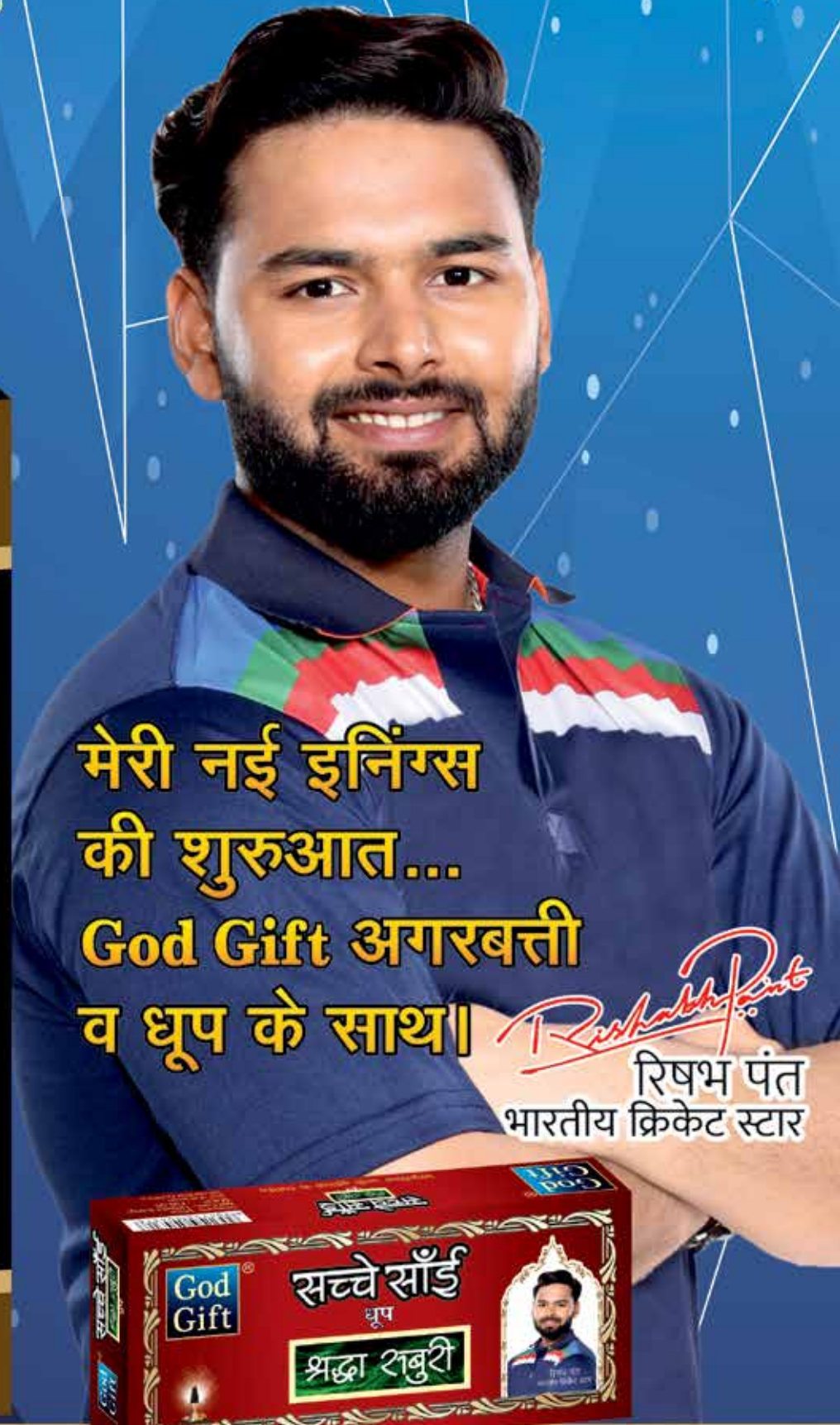
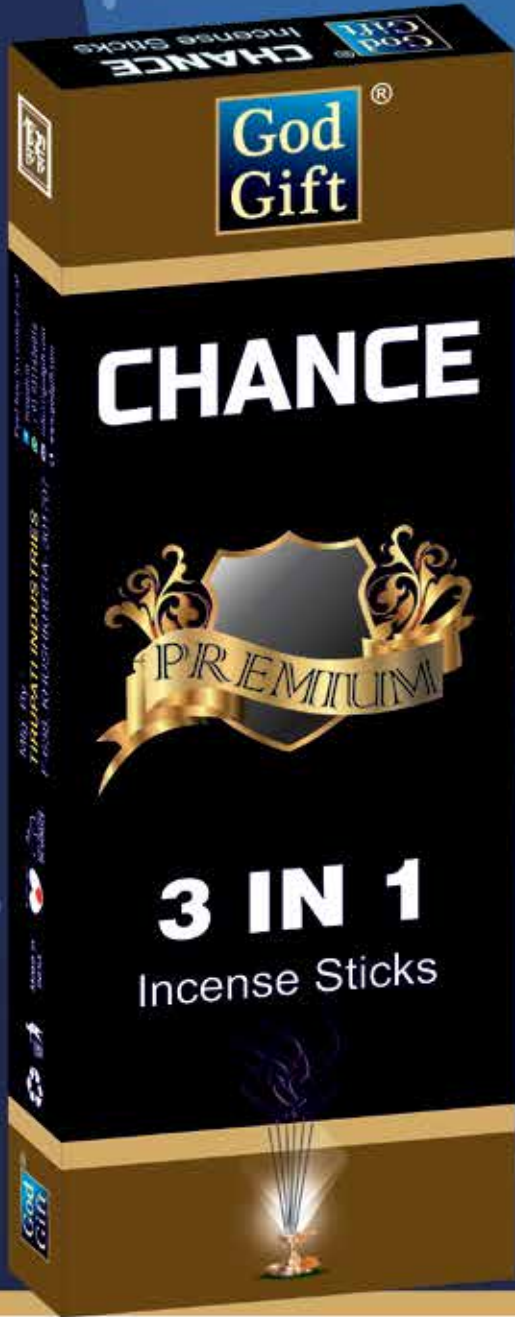
The Bansi brand by Jaipur-based Siddhi Vinayak Fragrances, has established itself as a leader in the dhoop product category. It is widely recognized across all major markets in India for its expertise in crafting wet dhoop, dry sticks, and cones. The brand’s Perfume Collection premium dry dhoop sticks have gained significant traction due to their innovative fragrance options. Available in four modern varieties—Intimate, Azaro, Magnet, and CW—these fragrances cater to the growing demand for “fine fragrance” type notes. Each 6-inch dhoop stick burns for an impressive 60 minutes, delivering a long-lasting aromatic experience. The wholesale pack, priced at ₹840 MRP, includes 12 boxes of 80g sticks, with each box retailing at ₹70 MRP. Bansi’s innovative approach to fragrance development continues to serve the needs of modern consumers, solidifying its place in the incense industry. ■

## Arham Fragrances: Redefining Luxury with Oudh

Maharashtra is known as the prime market for premium incense brands, and Thane-based Arham Fragrances is one such brand that excels in crafting high-quality products. Catering to fragrance enthusiasts and discerning consumers who prioritize quality over cost, Arham offers a wide range of premium and luxury incense products. For those who seek unique aromatic experiences, Arham also produces attar roll-ons, enhancing its portfolio. Among its most notable offerings is the “Luxury Oudh” incense, a product that signifies exclusivity and elegance. Priced at ₹450 for a box of just 25 sticks! It is designed for customers who appreciate fine fragrances. The popularity of Oudh, a symbol of luxury in itself, has been steadily rising, and Arham Fragrances has successfully positioned itself in this niche with its sophisticated products... ■



# 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

## FOV MAHAKUMBH POOJA BOX: Bringing the Essence of Mahakumbh Home

FOV (Fragrance of Virtue) Mahakumbh Pooja Box is a thoughtfully curated product designed to bring the spiritual experience of the Mahakumbh Mela into the homes of devotees. Perfect for those unable to travel to Prayagraj, the kit contains all essentials for performing a complete Mahakumbh pooja. It includes sacred items required for Mahakumbh pooja - Gangajal, Prayagraj Sand, Vishnu Yantra, Time Capsule, Tulsi Dhoop Sticks, Floral Masala Agarbatti, Mogra Havan Cups, Naivedyam Cones, Bhimseni Camphor, Sambrani Dhoop Powder, Empty Cups (for bhimseni and sambrani powder), Yellow Mustard. Eco-friendly and charcoal-free, the box also provides a Pooja Vidhi that is a comprehensive guide for performing the pooja and rituals. With its unique offerings the Mahakumbh Pooja Box transforms any home into a sanctuary of peace, harmony, and divine blessings, allowing devotees to connect with the spiritual essence of the Mahakumbh Mela. ■



## Ocean's Deep Printers: Expanding to new horizons

**Complete packaging solutions for Glass bottle Perfume Packaging  
Gearing up to increase production capacity to three times**



- Introduction of new technologies like roll-form stickers
- Use of scodix machine on zipper pouches( first of its kind)
- Complete printing and packaging solutions for glass bottle perfumes. Company now offers decorated glass bottles complete with outer boxes, spray pumps, and DTF stickers, enabling customers to receive a ready-to-fill perfume packaging solution.

Specializing in premium and regular packaging for the incense that includes Boxes, Zippers, Pouches, Pouches without cylinder, Sample Pouches, Canister packaging, Rigid Packaging, Jar Packaging and catering to other sectors like garment, food, pharma, and liquor sectors, Ocean's Deep Printers continues to lead with innovative and efficient solutions. With its focus on service and quality, the company is poised to reshape packaging standards in 2025. ■

Ahmedabad based Ocean's Deep Printers, is revolutionizing the packaging industry, particularly for the incense sector. As the company celebrates its 30th anniversary, it is implementing significant infrastructure expansions:

- Upgrading to a three-floor unit tripling the production capacity
- Procuring advanced machines from Japan.





FOR MORE DETAILS  
SCAN THE QR CODE



**SHREE SADGURU SUGANDHALAYA**  
9960237317 | 7447243650

[www.safaribig.com](http://www.safaribig.com)  
[care@safaribig.in](mailto:care@safaribig.in)

## The border district of the three states is the centre for incense products

### A thriving trading hub with rich resources

Gondia, located in Maharashtra, holds historical significance as the ancient kingdom of the Gond rulers. Known for abundant natural resources... The region has long been a source of dense forests, gum, lac, tendu leaves, and various rare herbs. The district derives its name from the Gond rulers and gum and lac in abundance. Gondia, which was in the Bhandara district (Maharashtra), became a district in 1999. The census, recorded at 1,32,000 in 2011, has grown to over 2,00,000. Its rich natural beauty, including wildlife sanctuaries, mountains, and caves, makes it a notable tourist destination. Strategically positioned near the borders of Madhya Pradesh and Chhattisgarh, Gondia lies approximately 150 kilometres from Nagpur—The second capital of Maharashtra. This location has established itself as a key trading hub for decades. During British rule, Gondia became a centre for lac factories, and its tobacco and beedi industries have thrived for over a century. The (Gondia) district has gained prominence as an agarbatti industry in recent years due to the availability of natural herbs, frankincense, myrrh, and other aromatic plants. Gondia now plays a vital role in supplying raw materials for incense manufacturing in Vidarbha, particularly in regions like Nagpur.

### A key supply hub for agarbattis and dhoo in Central India

Located at the trisection of Maharashtra, Chhattisgarh, and Madhya Pradesh— Gondia has emerged as a prominent supply centre for leading branded agarbattis and dhoo products in India. According to the Sugandh India market report, Gondia's influence extends beyond Vidarbha districts such as Nagpur, Bhandara, and Gadchiroli to the border districts of Madhya Pradesh and Chhattisgarh.

Several major companies operate through C&F agents and large suppliers in Gondia, ensuring seamless distribution across Vidarbha, Chhattisgarh, and Madhya Pradesh. Many of these companies supply products at factory rates, facilitating efficient distribution to districts in neighbouring states. This supply chain activity [cutting] is a two-way process observed across state borders, benefiting the regional market. Gondia's agarbatti market commands an estimated 70% share, while dhoo accounts for the remaining 30%. Wet dhoo, once the most popular category, is gradually replaced by increasing demand for bamboo-less products. Prominent suppliers in Gondia cater for distributors across Madhya Pradesh and Chhattisgarh, solidifying their reputation as a vital trading hub for incense products.

### Loose products hold a 15-20% market share

Albeit being a limited market, Gondia has a surprisingly high consumption of incense products. Loose agarbattis account for 15-20% of the market, while 80% of the supply originates from major cities such as Bengaluru, Pune, Mumbai, Nagpur, Ahmedabad, Indore, and Delhi. Products priced at ₹10 and ₹20 in box packaging and ₹50 in zipper packaging dominate year-round sales in Gondia. During festive seasons, premium products priced up to ₹200 experience a surge in demand.

The preference for ₹10-20 box and zipper packaging is also growing in rural areas. Recently, a 400-gram jumbo zipper pack priced at ₹100 has become popular due to its affordability and larger quantity. Major retail outlets in Gondia report strong sales for brands like Balaji, Bharat Darshan, Bharatvasi, Forest, Karnataka Fragrance, and Alaukik. Medium to premium range products from Cycle Pure and ZED Black are particularly well-received.

Regular market favourites include aromatic brands from Bengaluru, such as Sacche Sai, Srinivas Sugandhalaya, Nirali Products, Siddhi Fragrance, Satya, and Nagpur-based Rocket (brand), alongside Shree Trading Company, Forest, Shankar Perfumery, and ITC, which perform well in supermarkets. Also in the market are brands including BIC, Raj, Misbah, Oriental, Parimal Mandir, Rathnam, AKP, Alaukik, Vasant, Vijay, Omega, Abhiman, etc.

### Growing trend of bamboo-less products

According to the market report, dhoo products hold a 30% share of the incense market— wet dhoo leading in popularity. Dry dhoo products also enjoy considerable demand, catering to a broad customer base. Regularly sold dhoo items are priced at ₹10 and ₹20, with significant sales also seen in products priced at ₹50 or higher. Previously, Mysore Dhoo and Sugandh (company) Lakshmi Dhoo dominated the market. Today, wet dhoo brands such as Balaji, Real, Manthan (ZED Black), and Hari Darshan are highly preferred. For dry dhoo, brands including Balaji, Satya, Amrutha, Pioneer, Grah Shanti, and Raunak Fragrance remain popular, especially in the ₹25-50 price range. Commonly sold packs include 90 grams for ₹50 and Amrutha's 80g cone pack for the same price. Products like Pandya's Sambrani from Chennai and Shripal (ZED Black) also maintain strong demand. In the premium wet dhoo segment, 100-gram packs priced at ₹50 from brands like Balaji, Raunak, and Forest are widely purchased. Zipper packs priced at ₹20 and premium offerings at ₹50 are especially popular, with Manthan being the best-selling brand in the ₹20 range. For dry stick dhoo, brands such as Forest and Karnataka Fragrance dominate the market, with ₹50 packs being the most sought-after. Cup formats from brands like Karnataka Fragrance, Forest, and Raunak enjoy steady sales. Being of exceptional quality, Naivedya (Cycle Pure) is present at a higher price point.

### Rising demand for sandalwood tilak and puja essentials in Gondia

Gondia is witnessing a growing demand for sandalwood tilak in various colours, extending beyond the city to neighbouring districts. This trend is driven by increased awareness of tilak's cultural and spiritual significance, often highlighted in sermons by saints and spiritual leaders. As a result, tilaks in white, black, yellow, orange, and red are gaining popularity. Hari Darshan and Manohar are the leading brands in the sandalwood tilak segment, followed by Krishna Murari and Dev Darshan. Customers prefer both paste and powder forms, with Hari Darshan maintaining dominance as the pioneer in this market. These tilaks are commonly sold at an MRP of ₹25. Gondia houses several major camphor manufacturers, including Swami, Ganesh, Maurya. Due to this local production, branded camphor from outside the region has a limited presence in the market. For premium roll-ons and perfumes, Balaji remains a top choice, alongside popular options such as Arochem from Ratlam, Saba Fragrance, Majmua, and Magnet. Market reports reveal that an average customer in Gondia spends ₹100-200 per month on agarbattis, with expenditures increasing significantly during festivals. Brand loyalty in the region is evenly split, with 50% of customers selecting products based on brand names. ■





Rocket®  
BRAND AGARBATTI



# TRADITIONAL FRAGRANCE



FOR TRADE INQUIRY  
+919370629782 | +918805000820



Scan This

# SAFARI BIG, A MARKET LEADER IN SOLAPUR: ABDUL KADEER



Solapur-based Parveen Sales Corporation has emerged as the leading distributor of Safari Big and Thakral Group products in South Western Maharashtra. The company also serves as a key wholesale supplier and retailer for all products from Safari Big and Jalaram Fragrance brands. In an exclusive interview with Sugandh India, Abdul Kadeer Ahmed Ismail Jakaler, head of Parveen Sales Corporation, revealed that his father entered the agarbatti business in 1975, initially selling products door-to-door. By 1989, Parveen Sales Corporation was established, along with a retail outlet, marking the beginning of its growth. The business began by working with Maratha Kevda before acquiring Safari Big as a major brand. Over the years, the firm expanded its operations, managing products for several Bengaluru-based companies. Currently, its portfolio features a range of prominent brands, including Jalaram Fragrance, Oswal, Real, Arihant, Amrutha, Cycle Pure, Vasu, Forest, Dhanalakshmi, Karnataka Fragrance, and others from Ahmedabad and Madurai. Parveen Sales Corporation handles the distribution of numerous companies including major names such as Pavanraj, Goodluck, First Choice, AK Products, Misbah, AR Industries, Sridhan, Parimal Mandir, Mahalaxmi, Devdarshan, Shri Trading Company, Roshan Agarbatti, and Saba Fragrance. With its robust supply network, the company continues to dominate the regional market while expanding its reach to newer territories.

Parveen Sales Corp continues to strengthen its supply network, focusing primarily on a 300-kilometre radius encompassing Solapur, Bijapur, and Bagalkote. In addition to catering to local markets, the company also serves retail customers from the USA, UK, Dubai, and Mumbai, ensuring a diversified client base. Mr Kadeer highlighted that their core business centres around the Safari Big [brand] dominating both ends of the supply and retail chain. Jalaram Fragrance products also contribute significantly to their operations. Their extensive supply network covers nearly 1,300 counters, delivering products to cosmetic stores, grocery shops, supermarkets, general stores, and pan [betel] shops. Their expertise in perfumes has allowed it to expand its reach into

**Abdul Kadeer shared insights into the Solapur market, where ₹10 packaging dominates sales. The demand for zipper packaging has shown marked growth, with supermarkets and door-to-door vendors being the primary buyers. Festival seasons further drive the sales of premium-quality products, reflecting a shift towards higher-value items during these periods. The market composition includes 80% agarbattis and 20% dhoop products. Dev Darshan (Chandigarh), Manthan (Zed Black), Misbah, and Sridhan are popular choices in the dhoop segment. Wet dhoop, in particular, has a higher demand, with Dev Darshan and Manthan leading the category.**

cosmetic shops, while even door-to-door vendors rely on Parveen Sales Corp for their goods. Speaking about the regional market for agarbattis, Kadeer bhai noted that Safari Big remains the top-performing brand in Solapur, followed by Dhanlakshmi, Jalaram, First Choice, GoodLuck, Amrutha, Amber and Forest. Among these, Safari Big and Jalaram products lead in wholesale supply and retail sales. Other notable brands in the market include Cycle Pure, Zed Black, Balaji, and Real, reflecting a strong demand for premium products. With a broad network and a strategic focus on popular brands, Parveen Sales Corporation continues to dominate the agarbatti and fragrance market in the region while extending its influence internationally.

Abdul Kadeer shared insights into the Solapur market, where ₹10 packaging dominates sales. The demand for zipper packaging has shown marked growth, with supermarkets and door-to-door vendors being the primary buyers. Festival seasons further drive the sales of premium-quality products, reflecting a shift towards higher-value items during these periods. The market composition includes 80% agarbattis and 20% dhoop products. Dev Darshan (Chandigarh), Manthan (Zed Black), Misbah, and Sridhan are popular choices in the dhoop segment. Wet dhoop, in particular, has a higher demand, with Dev Darshan and Manthan leading the category. For dry dhoop, brands like Mahalaxmi, Misbah, Amrutha, and Safari Big in jar packaging are the top sellers. Abdul Kadeer noted that Dev Darshan stands out in the wet dhoop market due to its 60-year history and reputation for being made with desi ghee, which customers perceive as adding authenticity. Its exceptional fragrance further solidifies its popularity. In the dhoop segment, products priced at ₹10, ₹15, and ₹20 enjoy strong demand. During festivals,

premium products with an MRP of ₹50-60 also perform well, with brands like Misbah and AR seeing significant traction. Their business ability to adapt to market trends and cater to diverse customer needs continues to strengthen its position in the competitive Solapur market.

The camphor market in Solapur is intensely competitive, fueled by local factories that produce affordable and high-quality products. Abdul asserts “, Despite this fierce competition, brands like Mangalam have established a solid presence in the market, while Jalaram and OK have emerged as the leading sellers.” In the sambrani cup segment, products like Mahalaxmi and Good Luck [brand]

Chintan enjoy significant demand. Additionally, Cycle Pure Naivedya has a niche market, though its higher price point makes it less accessible to cost-conscious customers. First Choice’s Chirantan is also popular. Addressing the perfume market, Kadeer shared that products from Ratlam-based Aerochem and S H Kelkar perform locally well. Perfumes are in high demand in the region, with Bakhoor particularly popular during Ramadan. Typically, the price range for perfumes falls between ₹40 and ₹50. While the company does not deal in sandalwood tilak, Kadeer noted the popularity of

brands such as Tpsi. He also highlighted a strong preference for branded products among retail customers, with eight to nine out of ten buyers choosing branded options, led by the Big Safari brand. On average, a retail customer spends ₹500 on purchases, whereas premium product buyers spend between ₹4,000 and ₹5,000, reflecting a diverse customer base with varying preferences and budgets. Parveen Sales’ ability to balance affordability and quality through a mix of local and branded products has positioned it as a key player in the regional market.■

**a retail customer spends ₹500 on purchases, whereas premium product buyers spend between ₹4,000 and ₹5,000, reflecting a diverse customer base with varying preferences and budgets. Parveen Sales’ ability to balance affordability and quality through a mix of local and branded products has positioned it as a key player in the regional market.**

# The future of incense industry is bright with changing market trends: Vakil Jajam

## New Maharashtra Agency supplies Zed Black products in Gondia



Zed Black's extensive product range, which includes items priced between ₹10 and ₹1,500 per dozen. He highlighted that premium products experience a surge in demand during festivals. Popular offerings include Mishti Dhoop, Wonderful, Sandal, 3-in-1, and Arij, which dominate the local market. Mr Jajam noted that the agarbatti market in Gondia is expanding rapidly, with Zed Black holding a significant share. Sambrani and dry dhoop products, especially Shriphal Sambrani and bamboo-less incense products, are in high demand. The Zed Black agarbatti range performs consistently well, with dhoop products priced at ₹10, ₹20, and ₹100 being particularly popular. He further observed that the market for Bamboo-less products is growing swiftly, with dhoop accounting for 60% of sales and agarbattis for 40%. Among Zed Black's offerings, ₹10 and ₹20 zippers are bestsellers. Mr Jajam explained that boxed products have a lower preference in Gondia, as consumers favour zippers for their higher weight and better value. Mr Vakil Jajam highlighted the presence of several competing brands in Gondia, including Balaji, Cycle Pure, Big Bell's Kaccha Bela, Amrutha, and Lakshmi. These brands hold a strong market share and directly compete with Zed Black. He noted that his agency caters to super bazaars and local markets to paan stalls, as agarbattis sell consistently well across all these channels. Despite Gondia being a relatively small market, its proximity to Madhya Pradesh (30 km) and Chhattisgarh (50 km) significantly influences its trade dynamics. Mr Jajam explained that this strategic location enables Gondia-based products to penetrate neighbouring states, where goods are distributed widely. Gondia serves as a central hub for these two states, offering factory-rate products that attract buyers from border areas. While goods from Madhya Pradesh and Chhattisgarh also reach Gondia, its unique geographic advantage positions it as a key player in the agarbatti market. ■

The agarbatti industry holds a promising future and is poised for steady growth. However, the marketing and supply chain landscape has experienced significant shifts over the past few decades. Mr Vakil Jajam, owner of New Maharashtra Agency, Gondia, revealed in an exclusive interview with Sugandh India that the relevance of agencies is declining. He attributed this change to the dominance of large retail chains like D-Mart and other major players. "Large stores, malls, and dedicated product counters are weakening the traditional distribution network," he said, predicting its eventual disappearance. Mr Jajam highlighted that many leading companies now operate through depots, reducing the need for intermediaries like agencies and distributors. He questioned why companies would continue relying on agencies when direct distribution offers greater efficiency. The surge in online sales further complicates the situation for traditional agencies. New generation increasingly prefer modern marketing channels, eroding the relevance of older models. Established in 1998, the 'New Maharashtra Agency' in Gondia (Maharashtra) supplies for over twenty companies, including Bajaj, Dabur, Lijjat Papad, branded tea, and Zed Black. Several [of these] brands belong to the fast-moving consumer goods (FMCG) sector. The adaptability of the agency in this evolving market remains to be seen.

**M**r Vakil Jajam stated in an interview with Sugandh India that his agency handles FMCG products for multiple companies. He started dealing in agarbattis in 2003, partnering with Zed Black. The agency sources products directly from the Zed Black depot and supplies them across most of Gondia, except for a few regions. Discussing market dominance, Mr Jajam revealed that Zed Black holds a 70% share in the agarbatti, dhoop, and puja materials market in Gondia, with the remaining 30% shared by other brands.

He noted that annual sales of Zed Black products through his agency generated revenues of approximately one crore. The brand offers 200 to 250 products, all available at the New Maharashtra Agency. Manthan pouch is the top seller, followed by the 3-in-1, sandalwood, mogra, and rose fragrances, which are also highly popular. Other well-performing products include Ashtagandh Chandan Tika, flaxseed oil, ghee, rose water, attar, camphor, and havan materials, indicating a diverse and robust product range.

Mr Vakil Jajam shared insights into

# SVAR

FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED

## Mr. Shailesh Rao won the award for “ Best Innovative Idea in Perfumery Marketing”



Mr. Shailesh Rao's innovative concept, "Make Your Own Exclusive Agarbatti Compound," earned him the prestigious "Best Innovative Idea in Perfumery Marketing" award at Hyderabad, presented by Mr. Sushant of Zee Media. With 27 years of experience in the industry, his unique idea stood out for its creativity and impact on the perfumery sector in India.

### DESIGN YOUR OWN EXCLUSIVE COMPOUNDS WITH JUST 9 INGREDIENTS!!!!!!



FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED

#### BASE NOTE ODOUR DESCRIPTION

##### DHARMA BASE - Rs.1690/KG

SANDALWOOD, CEDARWOOD, SAFFRON, MUSK, CREAMY, TURMERIC, VIOLET, OAKMOSS, FOUGERE, POWDERY.

##### AMBAR BASE - Rs.1690/KG

AMBERGRIS, RESINOUS, ORIENTAL, SWEET, DUSTY, DRY WOODY, ROSE, MUSK, CEDARWOOD, POWDERY

##### MUSKAAN BASE - Rs.1690/KG

PURE MUSK, ROSE, AMBER, VIOLET, SANDALWOOD, SPICY, ANIMALIC, FOUGERE, WARM, SWEET, WAXY, POWDERY

#### MIDDLE NOTE ODOUR DESCRIPTION

##### LIKELY MIDDLE - Rs.1660/KG

DRIED TEAROSE, MARIGOLD, CREAMY, LILY OF THE VALLEY, GERANIUM, GINGER SPICY, MINT, LEMONGRASS, YLANG, GARDENIA

##### PLEASURE MIDDLE - Rs.1290/KG

TEAROSE, RED ROSE, JASMIN, RAJNIGANDHA, LILY, LILAC, MUSK, GERANIUM, GREEN, SPICY, WAXY, GRAPEFRUIT, POWDERY.

##### LOVEABLE MIDDLE - Rs.1590/KG

LILY, ROSE, GERANIUM, MINT, JASMIN, MUSTY, ORCHID, EXOTIC, LILAC, HONEY, BALSAMIC, SPICY, GREEN, YLANG, MAGNOLIA

#### TOP NOTE ODOUR DESCRIPTION

##### FUNKEY TOP - Rs.910/KG

CITRUS BERGAMOT, BETEL LEAF, BASIL, HERBAL, PAN MASALA, ALDEHYDIC, GREEN LEAFY, FOUGERE, LEMON, GRAPEFRUIT, NEROLI, FRUITY, ROSE MINT

##### VOCAL TOP - Rs.1400/KG

OCEANIC, CITRUS, FOUGERE, LAVENDER, FLORAL YLANG, MELON, SPICY, LILY, MUGUET, MINT, FRESH GREEN, CORIANDER LEAF, ALDEHYDIC, FRUITY, POWDERY.

##### LINGSING TOP - Rs.990/KG

FRESH MINTY GREEN, TRADITIONAL JASMIN, SPICY CLOVE, ALDEHYDIC, FOUGERE, ANIMALIC, MUSK, CITRUS BERGAMOT, LEMON, ORANGE, GINGER.

For Technical Support Contact- 9833540041

MIDDLE NOTE	BASE NOTE TOP NOTE	DHARMA BASE	AMBAR BASE	MUSKAAN BASE
LIKELY MIDDLE	40% 20%	40% 20%	40% 25%	45% 15%
PLEASURE MIDDLE	40% 15%	45% 15%	40% 25%	40% 20%
LOVEABLE MIDDLE	40% 20%	40% 20%	35% 25%	35% 25%
<b>SVAR</b> FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED For Technical Support Contact- 9833540041				
MIDDLE NOTE	BASE NOTE TOP NOTE	DHARMA BASE	AMBAR BASE	MUSKAAN BASE
LIKELY MIDDLE	40% 20%	40% 15%	45% 15%	45% 20%
PLEASURE MIDDLE	45% 10%	45% 15%	40% 20%	45% 20%
LOVEABLE MIDDLE	35% 25%	40% 25%	35% 25%	40% 20%
<b>SVAR</b> FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED For Technical Support Contact- 9833540041				
MIDDLE NOTE	BASE NOTE TOP NOTE	DHARMA BASE	AMBAR BASE	MUSKAAN BASE
LIKELY MIDDLE	35% 25%	40% 20%	45% 20%	45% 20%
PLEASURE MIDDLE	40% 15%	45% 25%	40% 20%	45% 20%
LOVEABLE MIDDLE	35% 25%	40% 20%	40% 20%	45% 20%
<b>SVAR</b> FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED For Technical Support Contact- 9833540041				
MIDDLE NOTE	BASE NOTE TOP NOTE	DHARMA BASE	AMBAR BASE	MUSKAAN BASE
LIKELY MIDDLE	35% 25%	40% 20%	45% 20%	45% 20%
PLEASURE MIDDLE	40% 15%	45% 25%	40% 20%	45% 20%
LOVEABLE MIDDLE	35% 25%	40% 20%	40% 20%	45% 20%
<b>SVAR</b> FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED For Technical Support Contact- 9833540041				



HEAD OFFICE: **SVAR FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED**  
 610, RUNWAL R SQUARE, LBS MARG, MULUND (WEST), MUMBAI-400080. MOB: +91-9833540041

# LADDHARAM & SONS, GONDIA

LEADERS IN CONNECTING INCENSE BRANDS TO THE MARKET



The incense and dhoop industry is steadily advancing beyond its traditional MSME framework, accompanied by significant growth in marketing strategies. This sector featured prominent companies producing incense and agencies managing supply chains even a century ago. Laddharam & Sons, based in Gondia, plays a dual role as a Clearing and Forwarding (CNF) agent and retailer for six major incense brands. Mr Ashok Laddharam Thakrani, owner of Laddharam & Sons, revealed in an exclusive interview with Sugandh India that his great-grandfather migrated to India after the Partition. After that they started supplying products from leading firms such as Mysore Agarbatti Company in Mumbai, KK & Sons in Nagpur, and other Bengaluru-based brands. Their core business is centred around distributing incense. Since 1984, Laddharam & Sons has been a leading supplier of incense, dhoop, and ritual materials in Gondia serving as a C&F agent and operating retail outlets for various brands.

**M**r Thakrani shared with Sugandh India that his firm has served as a CNF agent for over 20 years for leading companies, including Ashok Trading Company, Shankar Perfumery, Forest Fragrance, Karnataka Fragrance, AK Products, Saba Products, and Raj Fragrance. Their operations cover regions in Madhya Pradesh, Chhattisgarh, and Vidarbha. The firm also runs a retail shop in Gondia, stocking products from 80 to 90 branded companies such as Oriental, Alaukik, BIC, Balaji, Parimal Mandir, Mangalam, Jayant, Vijay, and Wala Perfumery. In addition to serving Maharashtra-based brands, their primary markets include Gondia, Gadchiroli, and Bhandara, along with distributor networks in various districts of Madhya Pradesh and Chhattisgarh. Thakranani acknowledged that the incense industry has become less profitable over the past three to four years due to rising competition from established and local producers, which has fragmented the market. Although demand has increased, the proliferation of players has diluted market share. Despite these challenges, Laddharam & Sons continues to thrive. The Gondia market, though modest in size, remains crucial due to the firm's four-decade-long presence and its expanding business across neighbouring states and districts.

Mr Thakrani highlighted a surge in demand for dhoop, noting that while wet dhoop has long been a staple, new markets have emerged for dry sticks and bamboo-less dhoop. Previously, the market was dominated by suppliers like Mysore Dhoop Sugandh Company and Lakshmi Company. However, the entry of Hari Darshan significantly boosted the popularity of traditional wet dhoop. Thakrani pointed out that traditional wet dhoop products remain highly sought after, countering the misconception that it is used solely by street vendors and small shopkeepers. He confirmed its widespread use in households as well. Regarding agarbattis, Thakrani reported a strong demand for premium products, particularly during festivals and religious ceremonies, when ₹200 packets are sold easily. Throughout the year, budget-friendly choices like ₹10 and ₹20 boxes and ₹50 zipper packs tend to take the lead in the market. In rural areas, while smaller boxes initially had the upper hand, zipper packs are now gaining popularity. The most preferred option is the jumbo zipper pack, which provides greater value. A 400g pack, priced at ₹100, can last a family one to two months and sells consistently.

Mr Thakrani highlighted the high demand for products like Sona-Chandi, Balaji, Bharat Darshan, Bharatvasi, Forest, Karnataka Fragrance, Shankar, and Alaukik at their counter. Zed Black and Cycle Pure also maintain steady sales. Mr Thakrani noted that customers frequently seek new fragrances and recently launched products, with Cycle Pure, a proven choice due to its quality. He stated that their sales are divided into 70% from agarbatti and 30% from dhoop products, which include wet dhoop, dry sticks, bamboo-less dhoop, and sambrani. Among wet dhoop, brands like Zed Black, Cycle Pure, Pioneer, Grah Shanti, Raunak Fragrance, and Hari Darshan perform well, with most packs priced between ₹10 and ₹20. In the premium wet dhoop category, brands such as Balaji, Raunak AR Products, and Forest offer 100g packs

priced at ₹50. Thakrani also mentioned that ₹20 zipper packs and ₹50 premium dhoop products are popular among customers. Notably, the ₹20 pack from Manthan remains their top-selling product.

Mr Ashok Laddharam Thakranani reported strong performance for dry sticks from brands such as Forest and Karnataka Fragrance. He noted that product sales often hinge on shopkeepers' recommendations, as customers trust their advice on superior brands. Among dry sticks, products priced at ₹50 are the most popular. For sambrani sticks, Lakshmi and Shriphal are in high demand, while in sambrani cups, Karnataka Fragrance, Forest, Raunak, and Cycle Pure's Naivedya are customer favourites. In the camphor category, Mangalam

**Thakrani reported a strong demand for premium products, particularly during festivals and religious ceremonies, when ₹200 packets are sold easily. Throughout the year, budget-friendly choices like ₹10 and ₹20 boxes and ₹50 zipper packs tend to take the lead in the market. In rural areas, while smaller boxes initially had the upper hand, zipper packs are now gaining popularity. The most preferred option is the jumbo zipper pack, which provides greater value. A 400g pack, priced at ₹100, can last a family one to two months and sells consistently.**

leads, but brands like 555, 505, 333, and Saraswati also perform well, driven by the presence of local producers such as Swami and Ganesh. In the sandalwood tilak segment, Hari Darshan dominates as a pioneer, with its paste tilak, priced at ₹25, being the top seller. Popular brands for Ashtagandh include Krishna Murari, Dev Darshan, and Manohar. In perfumes and roll-ons, Wala Bhavnagar and Saba Fragrance show steady sales, but Aerochem remains the best-selling brand due to its superior quality and competitive pricing. Nemat's Majmua and Magnet are also popular choices. Thakrani noted that the average customer spends ₹100 to ₹200 monthly on these products, with only 30-40% of customers making purchases based on brand names. ■

SINCE-1999



गदा

॥ भक्ती से मिले शक्ती ॥<sup>TM</sup>

**D** देशमुख<sup>®</sup>

# Black Done

Premium Incense Sticks



खुशबु ऐसी की घर को... खुशनुमा कर दे

Manufactured By :

**DESHMUKH AGARBATTI GRUHA UDYOG**  
1145, Small Factory Area, Binaki Mangalwari, Nagpur -440 017  
Customer Care No. 9371342383, 9405665282  
E-mail : desh mukhagarbatti@gmail.com



# Natural Essential Oils Aromatherapy Oils & Carrier Oils

*Serving The World Since 1972*

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

## Natural

**Essential Oils  
Carrier Oils  
Herbal Extracts  
Perfumery Compounds  
Aromatherapy Oils  
Oleoresins etc**



**RAKESH**  
SANDAL INDUSTRIES

STAR EXPORT HOUSE RECOGNIZED BY GOVT. OF INDIA

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

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

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

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

### OUR GROUPS



**Fruik**

### OUR MEMBERSHIPS



# Rise in Demand for Colourful Tikas Driven by recommendations by Spiritual leaders : Rakesh Bhai Patel



## Hari Darshan and Manohar dominate the Ashtagandh and Chandan Tika market in Gondia

The post-COVID-19 era has witnessed a marked increase in religious faith and devotion to rituals and worship. This shift has led to rapid growth in worship-related products, including agarbattis and dhoop. Additionally, the influence of spiritual discourses by religious leaders has popularised the practice of applying sandalwood paste on the forehead. Rakesh Bhai Patel, head of JK Brothers Gondia, revealed to Sugandh India that the number of people using chandan tika has risen significantly. While yellow chandan was once common, there is now increased demand for white, black, orange, red, and other coloured tikas. Rakesh Bhai highlighted that in Gondia, Hari Darshan and Manohar brands are the most sought-after for chandan tika. Both paste and powder variants are widely sold. He also pointed out that spiritual leaders frequently recommend specific colours of Chandan to their followers, either as remedies for certain issues or as part of their spiritual guidance. Consumers, in turn, tend to buy tikas based on these recommendations.

**R**akesh Bhai Patel shared with Sugandh India that he began his journey 44 years ago with Bengaluru-based agarbatti company, Anant. He later collaborated with companies such as Jayanti, Balaji and “AS Agarbatti”, along with several others. JK Brothers has maintained its presence in Gondia’s agarbatti market for over four decades and currently supplies products of 10-11 companies, including AS Agarbatti Bengaluru, Real Fragrance Pune, Balaji, Amrutha Aromatics, Sacche Sai, Shrinivas Sugandhalaya Satya, Nirali Products, Siddhi Fragrance, and Rocket. The company’s supply chain extends from

Gondia to Gadchiroli. Rakesh Bhai highlighted that products from branded companies based in Bengaluru, Ahmedabad, Pune, Nagpur, and Indore are in high demand. Local producers also enjoy a significant market share. He noted a rising preference for loose products, which, although less popular than in Nagpur, are priced between ₹160 and ₹300 per kilogram. These products attract customers due to their affordability, larger quantities, and satisfactory fragrances. Rakesh Bhai stated that loose products account for 15-20% of the market, while branded companies retain an 80% share.

Rakesh Bhai Patel highlighted the strong demand for agarbattis in the region,

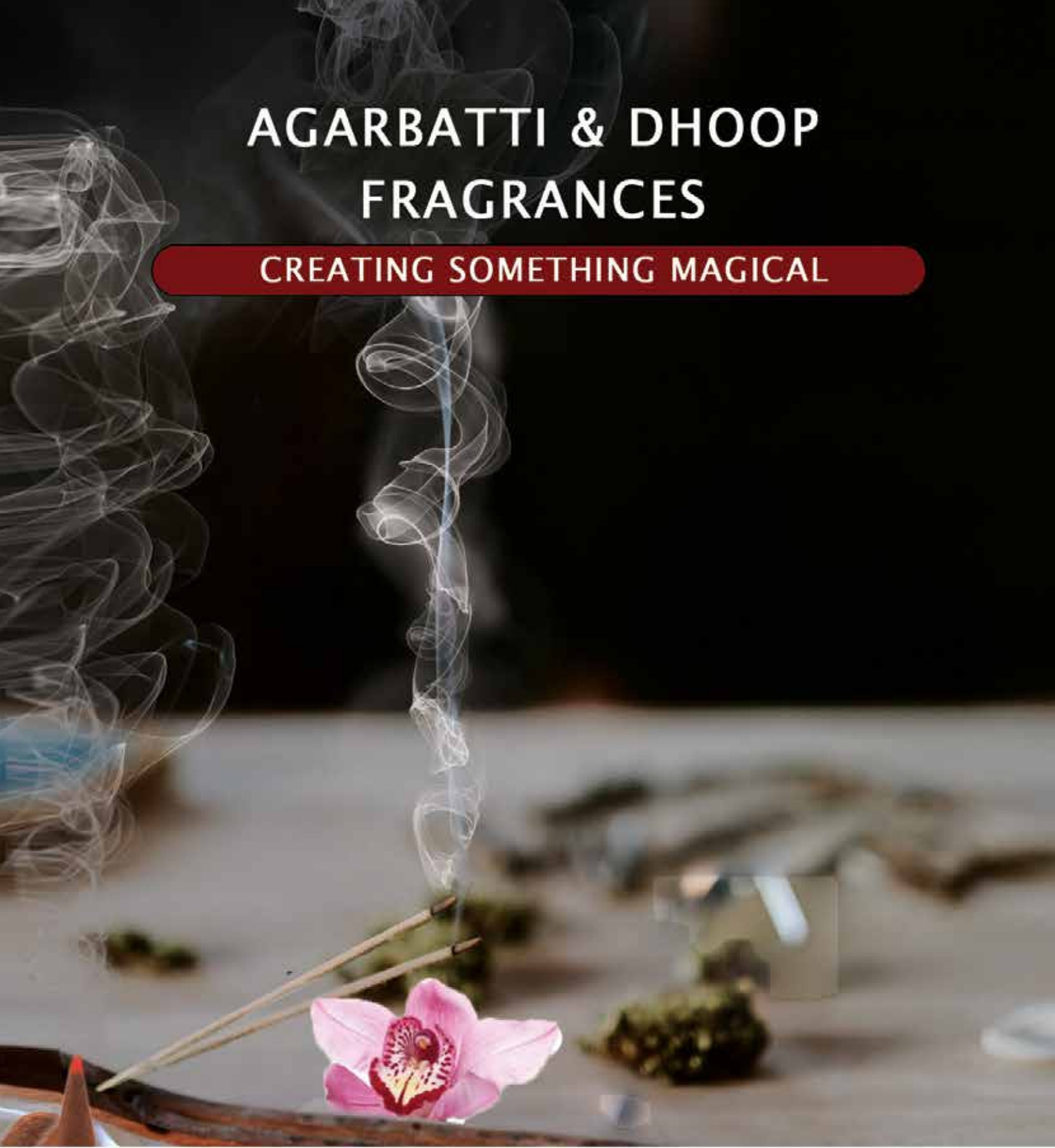
with top-selling brands including Shree Trading Company, Forest, Shankar Perfumery, Amrutha Aromatic, and Balaji. Zed Black and Cycle also hold a significant share of the market. Rakesh Bhai noted that ITC’s incense products are primarily distributed through supermarkets. While ₹10 packs previously dominated the market, there’s a growing demand for ₹20 packs. However, products with an MRP of ₹70-75 remain the best sellers. Commenting on the rise of dhoop, Rakesh Bhai explained that its market share has grown to 30%, while agarbattis continue to hold a 70% share. He noted that wet dhoop is currently the most popular, although dry dhoop is rapidly gaining popularity, and those priced at ₹50 are favoured especially for their pleasant fragrance. Balaji and Real lead the market in the wet dhoop category, with popular products priced at ₹10, ₹20, and ₹50. Zed Black’s ₹20 product dominates its price segment. For dry dhoop, brands such as Balaji, Satya, and Amrutha are highly preferred. Amrutha offers ₹25 and ₹50 packs, with the latter providing 90 grams. Additionally, Amrutha’s 80g cone pack sells at ₹50.

In a discussion with Sugandh India, Rakesh Bhai Patel highlighted the growing demand in the sambrani category, with Pandyas from Chennai and Zed Black’s Shriphal being the top choices. While the market for sambrani cups remains relatively small, Real (brand) cups are in demand, alongside minor sales of other brands. Discussing camphor, Rakesh Bhai noted that local Gondia based brands produce well-performing products.

Although regional brands dominate, a few camphor brands outside the area also maintain a foothold, catering to customers who prefer quality products. Rakesh Bhai further remarked on the growing popularity of Chandan tika, with Hari Darshan and Manohar leading the market. Remarking on customer spending habits, he shared that an average customer spends approximately ₹100, often opting for affordable, lightly scented products in larger quantities. Customers seeking premium products, however, spend between ₹200 and ₹250. He concluded that only half of the customers purchase based on brand names, while the rest prioritise affordability and volume. ■

# AGARBATTI & DHOOP FRAGRANCES

CREATING SOMETHING MAGICAL



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

  
CELEBRATING 50 YEARS  
SOM VARSHNEY GROUP



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)

# देश दुनिया में फैल रही जनक परफ्यूमर्स की सुगंध

दशकों पुराने प्रोडक्ट आज भी लोकप्रिय, 18 देशों  
में निर्यात : आलाप डांगर



जनक परफ्यूमर्स की स्थापना 1962 में हुई थी और तब से आज 6 दशकों से अधिक समय से कंपनी के सैकड़ों अगरबत्ती प्रोडक्ट्स और फ्रेगरेंस देश के अधिकांश राज्यों और दुनिया के 18 देशों में अपनी खुशबू बिखेर रहे हैं। जनक परफ्यूमर्स के तीसरी पीढ़ी के सदस्य श्री आलाप डांगर ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में कहा कि 1962 में मेरे दादाजी ने पोरबंदर से अगरबत्ती ट्रेड में काम शुरू किया था। उन्होंने बताया कि पहले उन्होंने बहुत छोटे स्तर पर काम शुरू किया। वह उस समय की कई अगरबत्ती कंपनियों के लिए ट्रेडिंग करते थे। कुछ वर्ष बाद ही पोरबंदर के अपने घर की निचली मंजिल पर उन्होंने अपना पहला कारखाना शुरू किया और अगरबत्ती का प्रोडक्शन करने लगे। उस समय हमारा परिवार ऊपरी मंजिल पर रहता था और नीचे के फ्लोर पर काम होता था। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि 20 वर्ष तक पोरबंदर में काम करने के बाद परिवार और कारोबार राजकोट में शिफ्ट हो गया। यहां एक मैनुफैक्चरिंग यूनिट लगाई और बड़े पैमाने पर उत्पादन शुरू किया।

सुगंध इंडिया को श्री आलाप डांगर ने बताया कि 1980 के बाद एक बड़ी यूनिट लगाई गई, जिसके तहत अगरबत्ती मैनुफैक्चरिंग के साथ ही फ्रेगरेंस, रॉ मैटेरियल्स, पैकेजिंग और रिसर्च एंड डेवलपमेंट सब कुछ इनहाउस होने लगा। कंपनी के इतिहास के बारे में बताते हुवे उन्होंने कहा कि गुजरात में मसाला अगरबत्ती के विकास में उनकी कंपनी अग्रणी भूमिका है। लंबे समय से सफलतापूर्वक चलने वाले अपने उत्पादों के बारे में बताते हुवे उन्होंने कहा, “हमारे प्रमुख उत्पादों में से एक, जनक फ्लोरा, 35 वर्षों से बाजार में है, जबकि 555

(अगरबत्ती ब्रांड) 25 वर्षों से उपलब्ध है।” “ये क्लासिक उत्पाद अपनी निरंतर गुणवत्ता के कारण लोकप्रिय बने हुए हैं।”

हमारा केसर चंदन पश्चिमी राज्यों खास तौर पर महाराष्ट्र में सबसे ज्यादा लोकप्रिय है। इसके अलावा, उनके उत्पादों ने पश्चिम बंगाल, गोवा, राजस्थान, उत्तर प्रदेश और मध्य प्रदेश में काफी लोकप्रियता हासिल की है। कंपनी ₹10 से ₹1000 के बीच की कीमत में विविध उत्पाद रेंज पेश करती है, जो भारतीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर विभिन्न ग्राहक वर्गों के बीच काफी लोकप्रिय है।

से बताया। उन्होंने बताया कि सुगंध को लेकर हर देश की अपनी अलग पसंद होती है। अफ्रीका में लोग तेज खुशबू पसंद करते हैं, जबकि जापान में हल्की और अधिक प्राकृतिक खुशबू हावी है। यूरोप में, फाइन फ्रेगेंस की सबसे अधिक मांग है। शुरू में अगरबत्ती उत्पाद एनआरआई के बीच लोकप्रिय थे, लेकिन आज, गैर-भारतीय उपभोक्ता पारंपरिक प्रथाओं से परे उपयोग के लिए अगरबत्ती को तेजी से अपना रहे हैं। उन्होंने कहा कि लोग अब अगरबत्ती का उपयोग मूड फ्रेशनर, एयर फ्रेशनर या ध्यान के लिए करते हैं, भारत की पारंपरिक और आधुनिक

महत्वाकांक्षी योजनाएँ बनाई हैं। कंपनी नई सुगंधों पर शोध कर रही है, विशेष मसाला अगरबत्ती पेश कर रही है और इसकी गुणवत्ता को और बढ़ा रही है। श्री डांगर ने बताया कि हम सप्लाई को बनाए रखने और बढ़ती माँग को पूरा करने के लिए पूरे भारत में अतिरिक्त डिपो खोलने की तैयारी कर रहे हैं।

श्री डांगर ने सुगंध और उपभोक्ताओं की पसंद में निरंतर परिवर्तनों को देखते हुए अगरबत्ती उद्योग हो रहे बदलावों पर प्रकाश डाला। उन्होंने बताया कि कीमत को लेकर प्रतिस्पर्धा चलती रहती है लेकिन अंत में ग्राहक गुणवत्ता की ही अपेक्षा

सुगंध इंडिया को श्री आलाप डांगर ने बताया कि 1980 के बाद एक बड़ी यूनिट लगाई गई, जिसके तहत अगरबत्ती मैनुफैक्चरिंग के साथ ही फ्रेगेंस, रॉ मैटेरियल्स, पैकेजिंग और रिसर्च एंड डेवलपमेंट सब कुछ इनहाउस होने लगा। कंपनी के इतिहास के बारे में बताते हुवे उन्होंने कहा कि गुजरात में मसाला अगरबत्ती के विकास में उनकी कंपनी अग्रणी भूमिका है।



उन्होंने बताया कि कंपनी की उत्पाद शृंखला में 500 से अधिक प्रोडक्ट्स जिसमें बंबू लेस प्रोडक्ट्स धूप, कोन, रोल आन, अतर, फाइन फ्रेगेंस और परफ्यूम आदि हैं। श्री आलाप डांगर ने बताया कि हमारी एंड-टू-एंड मैनुफैक्चरिंग यूनिट अनोखी है। इन-हाउस रिसर्च और डेवलपमेंट, ब्लेंडिंग यूनिट, कच्चे माल की प्रोसेसिंग यूनिट, गुणवत्ता नियंत्रण मशीनें, अगरबत्ती की रोलिंग, सुखाने और पैकेजिंग - सभी एक ही परिसर में है जिससे हम असाधारण गुणवत्ता नियंत्रण बनाए रखते हैं। यह व्यापक सेटअप हमें बाजार में अलग पहचान बनाने में मदद करता है।

निर्यात संबंधी सुगंध इंडिया के सवाल के जवाब में श्री डांगर ने अंतर्राष्ट्रीय बाजारों की जरूरतों को पूरा करने की जटिलताओं के बारे में विस्तार

दोनों तरह की खुशबू की सराहना करते हैं। श्री डांगर ने व्यवसाय के प्रबंधन में अपने परिवार की महत्वपूर्ण भूमिका पर जोर दिया। उन्होंने बताया, “मेरे पिता घरेलू बाजार और स्टॉक की देखरेख करते हैं। मेरे चाचा उत्पादन के साथ-साथ शोध और विकास देखते हैं। मेरी पत्नी डिजिटल क्षेत्र को मैनेज करती हैं और मैं निर्यात की देखरेख करता हूँ। उद्योग की चुनौतियों पर विचार करते हुए, श्री डांगर ने स्किल्ड लेबर की कमी और एरोमा केमिकल्स व कच्चे माल की बढ़ती लागत को प्रमुख बाधाओं के रूप में देखा। हालाँकि, वे आशावादी बने रहे और उन्होंने अपने मजबूत बुनियादी ढाँचे और परिचालन दक्षता को प्रमुख ताकत बताया।

भविष्य को देखते हुए, जनक परफ्यूमर्स ने अपने विस्तार की

करते हैं। उन्हें संतुष्ट करने के लिए, हमें सर्वोत्तम उत्पाद पेश करना चाहिए। उन्होंने व्यवसाय में मजबूत संबंध बनाए रखने के महत्व पर भी जोर दिया। उन्होंने कहा कि यह व्यापार रिश्तों पर आधारित है। हालाँकि एफएमसीजी की भूमिका महत्वपूर्ण है, लेकिन नकद लेनदेन को बढ़ावा देना क्रेडिट मुद्दों से बचने के लिए महत्वपूर्ण है जो इन संबंधों को प्रभावित कर सकते हैं। घरेलू और निर्यात दोनों बाजारों में तेजी जारी है, जनक परफ्यूमर्स सुगंध उद्योग में अग्रणी बना हुआ है। अंत में श्री डांगर ने कहा कि नवाचार, मौलिकता और उत्कृष्टता की विरासत के साथ, हमें विश्वास है कि लोग भविष्य में अगरबत्ती उत्पादों का उपयोग करना जारी रखेंगे। भारत स्वयं निर्यात के लिए एक विशाल और तेजी से बढ़ता बाजार है। ■



# Fragrance Of Virtue Pvt. Ltd.

C 350, AHCW Complex, Vidya Alankar Rd, Wadala (E), Mumbai- 400037

Tel no: +91 9899881184

www.fragranceofvirtue.com



## BAMBOOLESS INCENSE



### FLORAL FRAGRANCES

Rose, Jasmine, Lavender, Rajnigandha, Lilly



### TRADITIONAL & HERBAL FRAGRANCES

Ashtavinayak, Mahalaxmi, Dwarka, Somnath



Welcome to Fragrance of Virtue, where we specialize in engineering a wide range of incense products, including Agarbatti, Dhoop Sticks, Dhoop Cone & Havan Cups, Natural Resins, Dhuna powder, Camphor & puja-related items. Our carefully crafted incense is designed for use in puja rituals, meditation, healing, aromatherapy and creating a fragrant environment. Fragrance of Virtue is built on Singapuraship's legacy of quality and expertise since 1961.



### Gift Box



### Mahakumbh Box



Order now on:

Website:

Product Characteristics:

Our Commitment:





**SINGAPURASHIP PRODUCE (I) PVT. LTD.**

**MANUFACTURERS, IMPORTERS &  
EXPORTERS OF HIGH QUALITY PURE  
RAW MATERIAL & FINISHED GOODS FOR  
INCENSE INDUSTRY WITH MORE THAN  
1000+ CLIENTS**



**Damar Batu**



**Gum Damar**



**Gum copal**



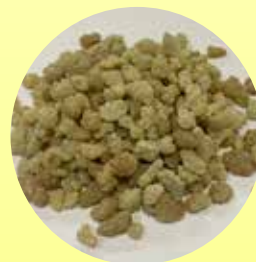
**Ral Superfine**



**Ral Kani**



**Gum Benzoin**



**Isus**



**Gum Rosin**



**Raw Incense**



**DEP**



**Premix**



**Loban**



**We specialise in WHITE LABELLING, FMCG  
PACKAGING for various brands & exporters**



**+91 9920120171**



**sales@singapuraship.com**

C 350, AHCW Complex, Vidya Alankar College Road, Wadala East, Mumbai- 400037

# अगरबत्ती उद्योग में श्रमिक की बड़ी समस्या: गुणशेखर चेट्टियार

गोंदिया से देश भर में सुगंध फैला रहा गायत्री ब्रांड

मच्छर कोइल स्टिक में "अटैक" की बढ़ती डिमांड



एमएसएमई सेक्टर में आने वाला अगरबत्ती और धूप उद्योग इन दिनों तमाम चुनौतियों के अलावा लेबर कमी के संकट से भी जूझ रहा है। खास तौर पर हैंड मेड अगरबत्ती उत्पादों के लिए लेबर की कमी एक बड़ा मुद्दा है। गायत्री अगरबत्ती वर्क्स एंड इंडस्ट्रीज गोंदिया के प्रमुख गुणशेखर भक्तवच्चाल चेट्टियार ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि उनके पूर्वज मूलतः तमिलनाडु के थे, लेकिन मेरा जन्म और परिवार अहमदाबाद में हुई है। उसके बाद किसी कंपनी द्वारा आसाराम बापू के आश्रम के लिए मसाला अगरबत्तियों का उत्पादन करते थे, लेकिन कुछ व्यापारिक कठिनाइयों और मजदूरों की कमी के कारण उन्होंने अपना कारोबार गोंदिया में शिफ्ट कर दिया। उन्होंने कहा कि गृह उद्योग और लघु उद्योग ही देश को मजबूत बनाते हैं और इसमें सरकार को भी अपनी भूमिका निभानी चाहिए कि वह गरीबों और मजदूरों को सस्ती बिजली, पानी, गैस, आदि की सुविधा उपलब्ध कराए ताकि उनकी दैनिक जीवन की समस्याएं कम हो सकें।

गुणशेखर भक्तवच्चाल चेट्टियार ने सुगंध इंडिया को बताया कि गायत्री अगरबत्ती वर्क्स एंड इंडस्ट्रीज की स्थापना 2006 में हुई और गायत्री अगरबत्ती वर्क्स ब्रांड के नाम से रजिस्ट्रेशन कराया। हालांकि वह अगरबत्ती के कारोबार से लगभग 3 दशकों से जुड़े हैं। पहले अहमदाबाद में कारोबार था और गोंदिया परचेसिंग के लिए आते थे। कई बार कारोबार के दौरान उन्हें धोखा मिला, तो फिर 2004 में हमने यहां से खुद का कारोबार शुरू किया और अपना ब्रांड गायत्री अगरबत्ती की शुरुआत 2006 से की। इस सवाल के जवाब में कि अहमदाबाद अगरबत्ती उत्पादकों का गढ़ है फिर वह गोंदिया क्यों आए? इस पर उन्होंने बताया कि हम पहले वहां आसाराम बापू के आश्रम के लिए मसाला अगरबत्ती का काम करते थे। अहमदाबाद में हैंड मेड प्रोडक्शन के लिए मजदूरों की समस्या थी। इस दौरान हमने देखा कि गोंदिया में प्रोडक्शन ज्यादा होता है और मजदूर भी यहां आसानी से मिलते थे। इसलिए हमने अपना हैंड मेड मट्टम नर्गिस अगरबत्ती का कारोबार यहां

शिफ्ट कर दिया। उन्होंने बताया कि हम पहले हैंड मेड में कच्ची अगरबत्ती बनाते थे। उस समय लोग तीन-तीन माह का एडवांस पेमेंट देकर माल खरीदते थे।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में श्री चेट्टियार जी ने बताया कि एक समय ऐसा आया जब मशीन से अगरबत्ती के प्रोडक्शन का बहुत बुरा दौर था। बाजार में बेस्ट क्वालिटी सभी चाहते थे, लेकिन वह उसकी कीमत देने के लिए तैयार नहीं थे। यही कारण है कि हम फिर मच्छर अगरबत्ती के प्रोडक्शन में आए और अटैक के नाम से अगरबत्ती बनाई, जो आज हमारा सबसे बेस्ट प्रोडक्ट बन गया और वह खूब चल रहा है। उन्होंने बताया कि चेट्टियार के नाम से हमने 2019 में रजिस्ट्रेशन किया। अब हम सैंटेड अगरबत्ती के काम में भी आ गए हैं और नान ब्रांडेड अगरबत्ती की भी सप्लाई करते हैं। इस समय लोबान में हमारा आलीशान ब्रांड बहुत ज्यादा चल रहा है। इसके अलावा गायत्री और जमुना लोबान की भी मार्केट बहुत ज्यादा है और

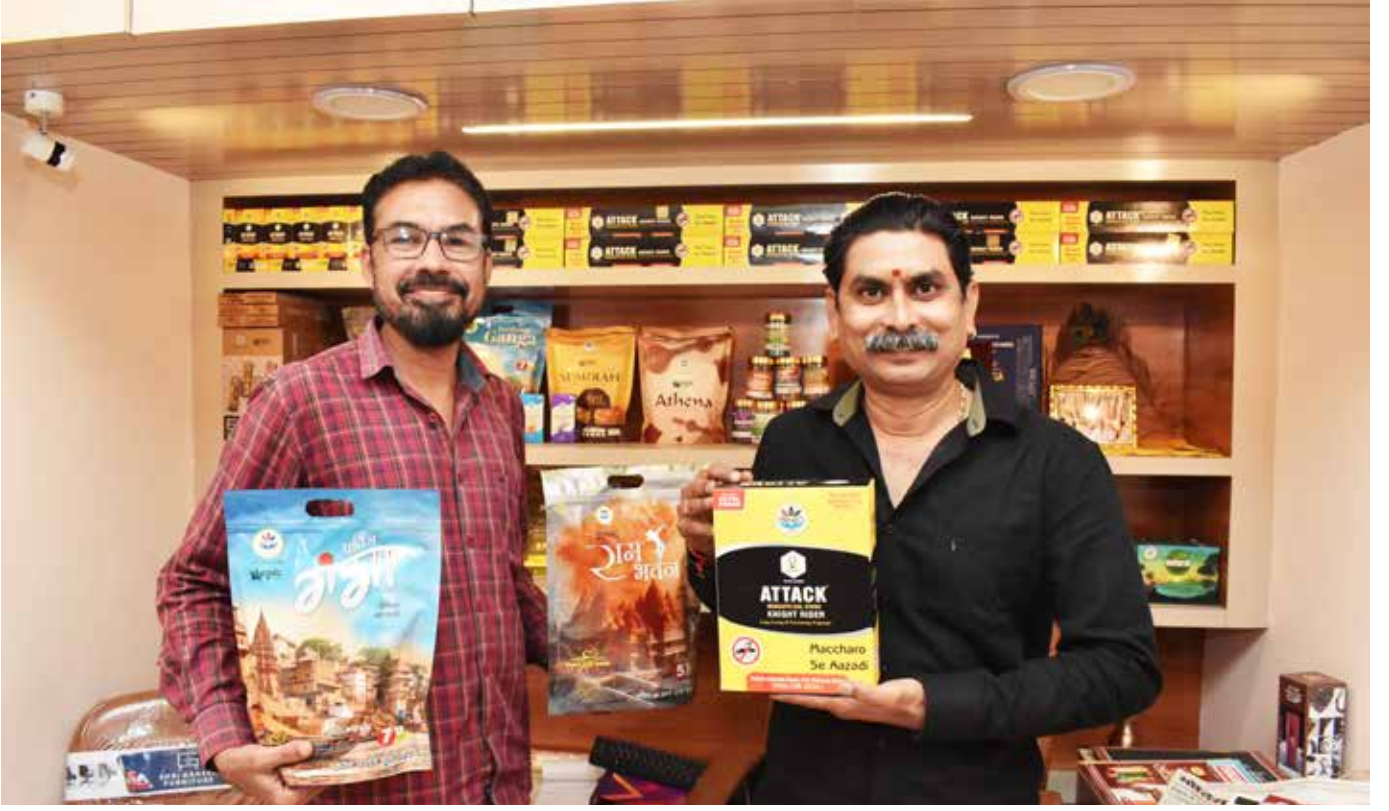


लोग उसे बहुत पसंद कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि हनी लोबान के नाम से वह एक यूनिक और स्वीट फ्रेगरेंस बना रहे हैं, जिसे जल्द ही लॉन्च किया जाएगा। इसमें लोबान के साथ हनी की भी सुगंध है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि कंपनी हमेशा से बेस्ट क्वालिटी के प्रोडक्ट देने का लक्ष्य रखकर चलती रही है और यही कारण है कि जब अटैक की शुरुआत मैंने की तो बेस्ट क्वालिटी का मच्छर मार केमिकल इस्तेमाल किया। अटैक को जलाने से घुटन

सांब्रानी है, जबकि सुधा पवित्र में हवन सामग्री की सुगंध है। इसमें किसी भी तरह का केमिकल इस्तेमाल नहीं किया गया है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हमारे 50 से अधिक प्रोडक्ट हैं। इसके अलावा लूज में हम 10 से 12 प्रोडक्ट लग्जरी आइटम में बनाते हैं। और हम ग्राहक की डिमांड पर सभी प्रकार की अगरबत्ती बनाकर री पैकिंग में उपलब्ध करवा कर देते हैं। सांब्रानी में भी हमारे चार कप हैं, जिसमें सेन्डल, लोबान, नेचुरल और हर्बल है। धूप स्टिक,



महसूस नहीं होती। इसमें पड़ने वाले केमिकल सरकारी नियम एवं सर्तों द्वारा तय की गई गाइडलाइन के मुताबिक डाले जाते हैं। उन्होंने कहा कि मच्छर अगरबत्ती आमतौर पर 8 से 12 घंटे तक जलाई जाती है, लेकिन अटैक को 50 मिनट जलाने पर ही वह रात भर काम करता है। खिड़की और दरवाजे खोलकर लोग सो सकते हैं। उन्होंने बताया कि अटैक की मार्केट छत्तीसगढ़, मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, दक्षिण भारतीय राज्यों और महाराष्ट्र के लोकल इलाकों में बहुत ज्यादा है।

भविष्य की योजनाओं संबंधी एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हम अटैक को पैन इंडिया ब्रांड बनाने में लगे हुए हैं। मच्छर कोइल स्टिक में आमतौर पर पांच प्रतिशत जीएसटी है लेकिन हमारे प्रोडक्ट में 18% जीएसटी लगता है, जबकि दूसरी कंपनियों की तुलना में हम हजार किलोमीटर के दायरे में उनके प्रोडक्ट की तुलना में अटैक सस्ता दे रहे हैं। उन्होंने कहा कि अटैक बत्ती में हम ज्यादा जीएसटी इसलिए दे रहे हैं कि हम बेस्ट क्वालिटी का केमिकल इस्तेमाल करते हैं। यही कारण है कि अटैक के रिपीट ऑर्डर बहुत ज्यादा हैं। भविष्य में हमारी पहचान अटैक से बने इस दिशा में हम तेजी से कम कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि इसके अलावा हम सेटेड परफ्यूम में भी काम कर रहे हैं। फ्रूट सीरीज में पाइनएप्पल, मस्क मिलन और एप्पल की एकदम नेचुरल फ्रेगरेंस है और इन सारे प्रोडक्ट के रिपीट ऑर्डर बहुत ज्यादा आ रहे हैं। उन्होंने बताया कि हमारा एक एपिक कलेक्शन है जिसमें सुधा पवित्र और आदि अनंत रेंज के प्रोडक्ट हैं। इसमें 100% नेचुरल पदार्थों का इस्तेमाल किया जाता है। आदि अनंत की फ्रेगरेंस

धूप कोन और प्रीमियम लग्जरी कलेक्शन में अगरबत्ती के कई प्रोडक्ट हैं। इस तरह यह 10-12 प्रोडक्ट प्रीमियम क्वालिटी के हैं। ब्रांड के मार्केट संबंधी एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यह मुंबई और पुणे में ₹100 और ₹200 में 100 ग्राम की पैकिंग में बिकता है। इसके अलावा जल्द ही हम दूसरे नये फ्रेगरेंस भी लाने वाले हैं। रिटेल में हमारे प्रोडक्ट मुंबई, पुणे और नासिक में बिकते हैं। इसके अलावा कनाडा, लंदन और यूके में भी बहुत सारे लोग उसे मंगा रहे हैं। उन्होंने बताया कि लूज में भी हमारे प्रोडक्ट चल रहे हैं। धूना चंदन सबसे पुराना प्रोडक्ट है, जो मध्य भारत में बहुत ज्यादा चलता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हम मार्केटिंग नहीं करते, क्योंकि हमारे अपने पुराने संपर्क से ही हमारे प्रोडक्ट को आगे बढ़ाते हैं। सुगंध इंडिया पत्रिका की अगरबत्ती उद्योग में किया जा रहे योगदान की सराहना करते हुए उन्होंने कहा कि हिंदी व इंग्लिश में निकलने वाली यह प्रमुख पत्रिका है, जिसके जरिए हमे ट्रेड से संबंधित सभी तरह की सूचनाओं प्राप्त होती हैं।

asdsan developing premium-quality masala agarbattis, aiming to match the standards of top incense brands. These products are intended for a nationwide launch. With in-house raw materials, perfumes, and research capabilities, Anurag expressed confidence in Anand Organic Product's ability to deliver superior products and maintain its leadership in the industry. ■

Premium Aluminium Bottles & Drums by

# M.S. CAN



Mohd. Samran

M.S. CAN proudly stands as a top manufacturer of high-quality aluminium bottles and drums, offering capacities from 1 litre to 25 litres. Our products are trusted by businesses in over 30 countries for their durability, safety, and versatility. Our aluminium containers are perfect for storing and transporting a wide variety of products, including:

**Used in flavours, fragrances and essential oils.**



Choose M.S. CAN for reliable, eco-friendly packaging solutions that meet the highest industry standards. Whether you're in the fragrance, cosmetic, or food industry, our aluminium bottles and drums provide the ideal solution for preserving the integrity and quality of your products.

## Why Choose M.S. CAN?

### GLOBAL REACH:

Trusted by clients in over 30 countries.

### VERSATILE USE:

Ideal for a wide range of industries.

### HIGH-QUALITY MANUFACTURING:

Robust and safe packaging solutions

Elevate your product packaging with M.S. CAN's aluminium bottles and drums.  
**Contact us today to learn more!**

Corporate Office: A-19, 2<sup>nd</sup> Floor, Habib Complex, Bharat Nagar, New Delhi-110065

Factory: Nazrapur Patti, Tirwa Road, Kannauj-209725 (U.P.)

Mob: +91 9999948609 | Email: Samran1012@gmail.com



Where  
**Quality Speaks**  
 for Itself

**1<sup>st</sup> TIME IN INDIA** | **LOBAN & BAKHOOR LOBAN**  
**BAKHOOR DHOOP CUP**



We are Manufacturer and Exporter of  
 Premium Incense Sticks, Flora Incense Sticks,  
 Sambrani Dhoop, Sambrani Dhoop Cup,  
 Wet Dhoop, Loban, Bakhoor, Perfume etc.

**300+**  
**PRODUCTS**

**FIRST CHOICE FRAGRANCE**

H.O.: 793, Budhwar Peth, Moti Chowk, Pune - 411 002,  
 Maharashtra. (INDIA)

**Customer Care No.:**

+91 96370 86086 | +91 95522 26850  
 Email : firstchoice.fragrance@gmail.com

**WE ALSO DO JOB WORK**

# क्वालिटी नहीं प्राइस सेंट्रिक हुआ अगरबत्ती ट्रेड: प्रतीक बटाविया



**गु**जरात के राजकोट की उत्सव अगरबत्ती कंपनी अब प्रीमियम क्वालिटी के प्रोडक्ट्स के साथ ही मास मार्केट के लिए बहुत सारे उत्पाद बना रही है। उत्सव अगरबत्ती कंपनी के प्रमुख श्री प्रतीक बटाविया ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि आज ट्रेड में चैलेंज नहीं, बल्कि लोगों में डर है। पहले यह ट्रेड क्वालिटी सेंट्रिक था, लेकिन बीते 2 वर्ष से यह क्वालिटी नहीं प्राइस सेंट्रिक हो गया है। मार्केट में सिद्धांत हीन व सिद्धांत रहित तौर तरीके अपनाए जा रहे हैं। इसमें ग्राहक पिस रहा है। कस्टमर को उसकी कीमत के अनुरूप प्रोडक्ट्स नहीं मिल पा रहे हैं और आगे भी उसे अपनी कीमत के अनुरूप क्वालिटी मिलना मुश्किल है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि जीपर पैक शुरू हुआ और आज वह ट्रेड का सबसे तेजी से बढ़ता सेगमेंट है। शुरुआत में हम डिस्ट्रीब्यूटर्स को ₹32 के आसपास उसे देते थे। आज हमसे लोग 28 और 27 रुपए में वही पैक मांग रहे हैं। यही स्थिति रही तो आने वाले दिनों में अगरबत्ती-धूप प्रोडक्ट्स की अंतिम कड़ी ग्राहक को 100 में से 90 ग्राम उत्पाद ही मिल जाएगा। इस समस्या के समाधान पर उन्होंने कहा कि मूलतः यह अन आर्गेनाइज्ड सेक्टर है, जिसमें बड़े-बड़े प्लेयर एक तरफ हैं, लेकिन उनका मार्केट पर

जितना प्रभाव है। उससे ज्यादा दूसरे स्थानीय और छोटे उत्पादकों का है, जो असंगठित हैं। उनमें एकता नहीं है, जबकि उनकी संख्या और मार्केट में उपस्थित सबसे ज्यादा है। इसका फायदा मार्केट ले रहा है।

## सभी उत्पाद सेगमेंट में एंट्री कर रहा है उत्सव

सुगंध इंडिया के इस सवाल पर कि उत्सव ब्रांड क्या नया हो रहा है? श्री प्रतीक ने कहा कि 6 माह में हमने 100 नये प्रोडक्ट्स निकाले हैं, जो रेगुलर और मास उत्पाद है। इसमें 400 ग्राम का जार और जीपर है। 200 ग्राम के इकोनामी पाउच के अलावा ड्राई स्टिक, ड्राई धूप, मसाला गीली धूप जैसे कई रेंज हैं। इसके अलावा 50 से अधिक प्रोडक्ट्स पाइपलाइन में हैं। उन्होंने बताया कि अभी हम धूप स्टिक पर ज्यादा फोकस कर रहे हैं। गीली और ड्राई धूप दोनों पर काम कर रहे हैं। जल्द ही हम सांब्रानी कप और मसाला अगरबत्ती लाने जा रहे हैं। इस तरह उत्सव कंपनी अगरबत्ती उद्योग में सभी सेगमेंट की मैनुफैक्चरिंग करने वाली कंपनी बन जाएगी। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि हम सब कुछ इन हाउस प्रोडक्शन करते हैं और भविष्य में भी हमारे सारे प्रोडक्ट इन हाउस ही निकलेंगे। उन्होंने

बताया कि कंपनी में सारे कामों का डिस्ट्रीब्यूशन है। परचेसिंग व सेल्स का काम वह खुद करते हैं और प्रोडक्शन, पैकेजिंग आरएनडी जैसे अन्य काम के लिए कई डिपार्टमेंट हैं, जिसके लिए अलग-अलग लोग नियुक्त किए गए हैं।”

## प्रीमियम के साथ साथ अब मास मार्केट के लिए भी उत्पाद

श्री प्रतीक ने बताया कि अभी तक हमारे प्रोडक्ट्स प्रीमियम क्वालिटी में ही ज्यादा थे। 15 वर्षों से उत्सव अगरबत्ती प्रीमियम मार्केट में हैं और हमारी एक खास पहचान है। ब्रांड की कामयाबी की वजह बताते हुए उन्होंने कहा कि सब कुछ हम इन हाउस बनाते हैं। सेमी फिनिशड मटेरियल से लेकर सब कुछ खुद देखते हैं। यही कारण है कि क्वालिटी और क्वांटिटी पर हमारा पूरा नियंत्रण रहता है। उन्होंने बताया कि इधर बीच हमने मास मार्केट के लिए प्रोडक्शन शुरू किया है, क्योंकि प्रीमियम की मार्केट में वैल्यूम ज्यादा नहीं मिलता। मास प्रोडक्ट को शुरुआत से ही अच्छा रिस्पॉंस मिला है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि मार्केट में बंबू लेस प्रोडक्ट्स का बड़े पैमाने पर प्रोडक्शन करना कठिन है। अगरबत्ती यदि एक दिन में 5 टन बन सकती है, तो बंबू लेस 1 दिन में 1 टन बनाना भी कठिन है। बंबू लेस की तेजी से बढ़ रही मार्केट पर उन्होंने कहा कि इसकी शुरुआत कंपनियों ने ही की। आखिर हम कस्टमर को जो दिखाते हैं, वह वही लेता है और फिर वही चलने लगता है। बंबू लेस प्रोडक्ट्स कंपनियों ने ही शुरू किया और ग्राहकों ने भी पसंद किया। यह अलग बात है कि अगरबत्ती अभी भी बढ़ रही है।

## बम्बू लेस की बढ़ती रहेगी मार्केट

सुगंध इंडिया की ट्रेड में चुनौतियां संबंधी एक अन्य सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि जहां पांच प्लेयर की जरूरत है। वहां आज 25 लोग काम कर रहे हैं। बिजनेस डिवाइड हो रहा है। इससे लोगों को लगता है कि मांग कम हो रही है, जबकि मार्केट तेजी से बढ़ रहा है। उन्होंने बताया कि बंबू लेस आज तेजी से बढ़ती हुई मार्केट है और वह आगे भी बढ़ती रहेगी। यही कारण है कि उत्सव ने भी अपना पोर्टफोलियो बढ़ाया है और हम धूप, ड्राई स्टिक, कप और कोन सभी सेगमेंट में आ रहे हैं। इसमें समय लगने की वजह बताते हुए उन्होंने कहा कि मेरी जिद और शौक है कि हम जो भी मैनुफैक्चरिंग करें, वह सब इन हाउस होना चाहिए, क्योंकि मैं मार्केटिंग से आया हूँ और ट्रेडिंग करता था। इसलिए मुझे अपने प्रोडक्ट के लिए आउटसोर्स करना पसंद नहीं है। हम रिसर्च एंड डेवलपमेंट के बाद ही अपने प्रोडक्ट्स इन हाउस मैनुफैक्चर करते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि सांब्रानी कप का चलन 3-4 वर्षों से बढ़ा है और यही कारण है कि हम उसे अभी तक नहीं निकल सके। इसकी वजह से हम थोड़ा पीछे भी होते हैं, लेकिन अब हमने उसको ठीक किया है। हमारे पास जगह है और पूरा एक ढांचा है। इस तरह हम इन हाउस ही मसाला अगरबत्ती और सांब्रानी कप अगले कुछ महीनों में मार्केट में ला रहे हैं।

## इन हाउस बनती है उत्सव की गीली धूप

श्री प्रतीक ने बताया कि गीला धूप भी हम इन हाउस ही बनाते हैं,

जबकि ज्यादातर लोग उसकी आउटसोर्सिंग करते हैं। राजकोट में हम एकमात्र उत्पादक हैं, जो कह सकते हैं कि हम गीला धूप बनाते हैं। उन्होंने बताया कि नॉर्थ इंडिया में जो धूप बनती है उससे बेस्ट क्वालिटी का हम बनाते हैं। गीला धूप बनाना बहुत ही पेचीदा काम है। रोज उसका रा मटेरियल बनाना पड़ता है और मौसम को भी देखना पड़ता है। यही नहीं वह किस मार्केट में जाएगा और वहां का मौसम कैसा होगा। यह भी देखना पड़ता है। गीला धूप मैनुफैक्चरिंग में अभी हमने मास के लिए जीपर पैक में शुरू किया है। इसके अलावा प्रीमियम के लिए भी हम 6 वैरायटी का मसाला धूप ला रहे हैं, जिसे हमने लॉन्च कर दिया है। उन्होंने बताया कि उत्सव ब्रांड की सबसे बड़ी मार्केट महाराष्ट्र है। इसके अलावा गुजरात, राजस्थान, मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, आंध्र प्रदेश, तेलंगाना, कर्नाटक, तमिलनाडु, उड़ीसा, झारखंड, पश्चिम बंगाल, बिहार और उत्तर प्रदेश में सप्लाई हो रही है।

## अत्याधुनिक मशीनों से लेस है उत्सव की यूनिट

सुगंध इंडिया के नए स्टेट में मार्केटिंग शुरू करने संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि नए स्टेट में जाने से पहले हम तय करते हैं कि हमारा वहां प्रत्येक जिले में एक प्रतिनिधि होना चाहिए। इसके अलावा प्रत्येक 50 किलोमीटर पर एक पार्टी नियुक्त करते हैं। तभी हम नए स्टेट में मार्केटिंग शुरू करते हैं। डिपो बनाने संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि मैं अभी इसके पक्ष में नहीं हूँ। हम फैक्ट्री से ही सप्लाई करते हैं। उन्होंने बताया कि उत्सव कंपनी की फैक्ट्री का विस्तार हो रहा है। अब वह 45000 स्क्वायर फीट में बन गई है, जिसमें सब कुछ एक ही जगह मैनुफैक्चरिंग की जा सकती है। हम उसी में कप और मसाला अगरबत्ती अगले महीना में शुरू कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि उत्सव पहले भी बहुत ही एडवांस मैनुफैक्चरिंग तकनीक का इस्तेमाल करता रहा है। हमारी 5 वर्ष पुरानी मशीन भी आज की मार्केट के हिसाब से एडवांस है। प्रोडक्शन में ड्राई, कटिंग और पैकिंग के लिए एडवांस मशीनें हैं।

## मार्केट डिमांड पर है सब निर्भर

श्री प्रतीक ने एक सवाल के जवाब में कहा कि मैनुफैक्चर कोई भी तकनीक और रणनीति अपना ले उससे खास फर्क नहीं पड़ता। मार्केट का अपना तरीका है और वह अपने हिसाब से चलती है। मार्केट के ट्रेड और डिमांड पर सब निर्भर होता है। हमारी सारी रणनीति यहां फेल हो जाती है। फिर हमको भी प्राइस सेंट्रिक होकर ही आगे चलना पड़ता है। उन्होंने बताया कि अभी उत्सव ऑफलाइन ही मार्केट में उपलब्ध है, लेकिन जल्द ही ऑनलाइन मार्केटिंग की शुरुआत करेंगे। उन्होंने बताया कि अभी मैंने एक नया कॉन्सेप्ट लॉन्च किया है। यह 400 ग्राम जीपर पैक है, जिसमें टू इन वन गुलाब, टू इन वन मोगरा, टू इन वन संदल और टू इन वन केवड़ा निकाला है। उन्होंने बताया कि मैनुफैक्चरिंग बहुत बेस्ट प्रोडक्ट निकालते हैं, लेकिन कभी-कभी वह कस्टमर को पसंद नहीं आता। ऐसे में हमने गुलाब, केवड़ा आदि सभी में एक ही सुगंध में दो भिन्न फ्रेग्रेंस रखी है। अर्थात गुलाब फ्रेग्रेंस ही दो तरह का है। उसमें से एक तो ग्राहक को पसंद ही आएगा। दोनों गुलाब है लेकिन उसमें अंतर है। ■

# मार्केट में प्रोडक्ट दिखेगा तभी टिकेगा: सिद्धांत जैन



## अगरबत्ती व पूजा-पाठ सामग्रियों में सफल ब्रांड के 650 प्रोडक्ट

अगरबत्ती और पूजा पाठ सामग्रियों की निर्माता कंपनी सफल उत्पाद समूह के आज 650 से अधिक प्रोडक्ट्स मार्केट में लोकप्रिय हैं, जिसमें अगरबत्ती, धूप स्टिक, गीला धूप, सूखा धूप, बंबू लेस अगरबत्ती, अष्टगंध चंदन टीका, इत्र, कपूर, लोबान, कॉटन बत्ती, हवन सामग्री, उबटन, मच्छर अगरबत्ती व अन्य हर्बल उत्पाद हैं। सफल ब्रांड में केवल अगरबत्तियों की ही 450 रेंज है। कंपनी के प्रमुखों में से एक श्री सिद्धांत सुनील कुमार जैन ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि उनके यह सभी प्रोडक्ट्स इन हाउस मैनुफैक्चर होते हैं। कंपनी की मुख्य मार्केट महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़ और तेलंगाना है। इसके अलावा झारखंड के टाटानगर, उड़ीसा में कटक और दूसरे मेट्रोपॉलिटन शहरों में है। सफल के प्रोडक्ट्स एक दूसरी ट्रेडिंग कंपनी के जरिए दुबई सहित 3-4 देशों में निर्यात हो रहे हैं। अगरबत्ती उद्योग में लगभग दो दशकों से सफल कंपनी सफलतापूर्वक काम कर रही है, लेकिन इस कारोबार में परिवार के आने और स्थापित होने की कहानी संघर्षों से भरी है।

### नागपुर से पूरे महाराष्ट्र तक

श्री गुलशन ने सुगंध इंडिया को बताया कि वह 1999 से इस कारोबार में हैं। पहले वह राजू भाई के यहां नौकरी करते थे। वहां डेनिम धूप और शशि का काम था। 2004 से मैंने अपना काम शुरू किया। 2006 में बंसी, डेनिम, फिलिंग्स, बेंगलुरु की नर्मदा, शालीमार, ओरके का काम किया। इस समय मेरे पास बंसी, निशान, फॉरेस्ट, वसंत, लक्ष्मी लोबान का काम है। इसके अलावा परम का नागपुर लोकल का काम है। उन्होंने बताया कि नागपुर के 20-25 किलोमीटर के दायरे में उनका सप्लाय नेटवर्क है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने चंदन टीका में स्पिरिचुअल और हरी दर्शन चलता है। हरी दर्शन की क्वालिटी अभी भी बेस्ट है। इसके अलावा मनोहर का टीका चलता है। कपूर में भी नागपुर के लोकल उत्पादकों का दबदबा है। उसमें डुप्लीकेसी बहुत ज्यादा है। अब ओरिजिनल कपूर नहीं मिलता। उन्होंने कहा कि यहां ब्रांड वैल्यू नहीं है, जो सस्ता है वही बिकता है। उन्होंने बताया कि यहां 10 में से 2-3 ग्राहक ही ब्रांड के नाम से प्रोडक्ट मांगते

### कपूर से हुई शुरुआत

श्री सिद्धांत ने सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में बताया कि कपूर का प्रोडक्शन इस तरह शुरू हुआ कि बैंक में कपूर बनाने की

मशीनें सीज थीं। बैंक के मैनेजर जानते थे कि पिताजी अगरबत्ती का काम करते हैं। उन्होंने ऑफर दिया कि आप यह मशीन ले लें। उस समय उन्होंने तीन मशीन खरीदी और अपना प्रोडक्शन शुरू कर दिया। वर्ष 2005 से हमारे यहां पूजा पाठ सामग्रियों का भी उत्पादन होने लगा, जिसमें अष्टगंध, चंदन टीका, रुई बत्ती, हवन सामग्री, इत्र आदि थे। उन्होंने बताया कि वर्ष 2011 में पढ़ाई करने के बाद मैंने भी काम शुरू किया और देखा की अगरबत्ती ट्रेड तेजी से बढ़ रहा है। बंगलुरु प्रीमियम प्रोडक्ट का बड़ा हब था और अहमदाबाद भी तेजी से बढ़ रहा था। हमने यह सब देखकर अगरबत्ती उत्पादन का काम शुरू किया। इससे पहले कपूर की सप्लाई गुजरात, तेलंगाना और आंध्र प्रदेश में काफी बढ़ चुकी थी। मेरे बड़े भाई सफल जिन्होंने इंजीनियरिंग की थी। नौकरी करने के बजाय वह मैनुफैक्चरिंग से जुड़ गए। उन्होंने मैनुफैक्चरिंग में काफी रिसर्च किया और हम दोनों भाइयों ने खोजबीन की। अमृता एरोमेटिक हमारा रोल मॉडल था।

## एरोमा केमिकल सप्लाई करने की है तैयारी

उन्होंने बताया कि अगरबत्ती उद्योग पर हमको बहुत रिसर्च नहीं करनी पड़ी, क्योंकि नए-नए प्रोडक्ट्स उनकी क्वालिटी और मार्केटिंग संबंधी रिसर्च का काम हमारी कंपनी पहले भी दूसरे मैनुफैक्चरर्स को करके देती थी। कस्टमर और कंपनियों से हमारा पुराना संपर्क था, क्योंकि कंपनियों को ही हम नए प्रोडक्ट्स और उससे संबंधित सुझाव देते थे। मेरे भाई सफल ने जब प्रोडक्शन शुरू किया तो उस समय नागपुर में भुतल पांड्या ब्रांड की एक फेमस अगरबत्ती कंपनी के मालिक जो कनाडा शिफ्ट हो रहे थे। उन्होंने अपनी पूरी कंपनी बेचने का प्रस्ताव दिया। हम सब ने काफी सोच विचार करके उनकी कंपनी को खरीद लिया। इसके बाद अपना ट्रेडमार्क लिया और नया रजिस्ट्रेशन कराया। इस दौरान हम फ्रेगरेंस और एरोमा केमिकल्स पर रिसर्च करते रहे और खुद परफ्यूम बनाना सीखा। 6-7 वर्षों से हम एरोमा केमिकल्स बना रहे हैं और जल्द ही हम इनकी सप्लाई अलग से शुरू करेंगे। हम उन केमिकल्स पर काम कर रहे हैं, जिनसे कंपाउंड बनते हैं। उन्होंने बताया कि उस समय वियतनाम से रा अगरबत्ती आती थी, लेकिन उस पर बैन लग गया। इस तरह कई माह तक हमारा प्रोडक्शन प्रभावित रहा। फिर लोकल वेंडर आए उनसे रा बत्ती खरीदी, लेकिन मार्केट से क्वालिटी को लेकर शिकायत आने लगीं और इस तरह खुद हमने रा अगरबत्ती बनाना शुरू किया।

## विदेशों में भी उपस्थित हैं सफल के उत्पाद

सफल ब्रांड की क्वालिटी संबंधी एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि बंगलुरु में जो मसाला अगरबत्ती हैंड मेड बनती है, उसे भी हमने बनाया और प्रीमियम रेंज में लॉन्च किया। हमारी बेस अगरबत्ती भी है और यह प्रोडक्ट्स ऐसे हैं, जो बंगलुरु के मुकाबले ज्यादा बेहतर हैं। इसका श्रेय अपने भाई सफल को देते हुए उन्होंने कहा कि केमिकल्स, फ्रेगरेंस और कंपाउंड में उन्होंने बहुत काम किया है और हमारे प्रोडक्ट विदेश में भी लोग पसंद कर रहे हैं। एक वाक्या उन्होंने बताया कि 2019 में हम सब परिवार के साथ दुबई गए थे। वहां देखा कि दुकान पर हमारा ब्रांड बिक रहा था। पता चला कि कुछ दूसरे लोग उसकी सप्लाई कर रहे थे। हमें उनकी जानकारी नहीं थी। इसके बाद हमने एक्सपोर्ट करने वाली

कंपनियों से संपर्क किया और उनके जरिए अब हम तीन-चार देशों में निर्यात कर रहे हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि सफल की अगरबत्तियां ₹10 से लेकर प्रीमियम रेंज तक में उपलब्ध हैं और हमारे सभी प्रोडक्ट बेस्ट हैं। इसकी वजह यह है कि हम अपने सभी प्रोडक्ट्स में बेस्ट क्वालिटी देते हैं। किसी भी कंपनी के सारे प्रोडक्ट एक बराबर नहीं बिकते, लेकिन हमारे सभी प्रोडक्ट एक समान लोकप्रिय हैं, क्योंकि उन सभी को बेस्ट बनाया गया है।

## सप्लाई से ज्यादा है सफल की डिमांड

सुगंध इंडिया के इस सवाल पर की आम तौर पर सभी कंपनियों के कुछ ही प्रोडक्ट सबसे ज्यादा बिकते हैं। इस पर सिद्धांत जैन ने बताया कि लैवेंडर, मस्क, सुगंध, 3 इन 1, आरटिव, एक तारा ब्रांड में बहुत सारे ऐसे परफ्यूम हैं, जिनकी कंपाउंडिंग हमने की है और वह दूसरी किसी भी कंपनी के प्रोडक्ट से मैच नहीं करती। हमने अपना कंपाउंड बनाया है। इसलिए दूसरे से उसका मैच हो ही नहीं सकता। दो वर्ष पूर्व गुलाब की कली, वर्षा योग, सफल ऊद और जंगल वुड मार्केट में आए थे और वह बहुत बिक रहे हैं। उन्होंने बताया कि ट्रेडिंग का काम बहुत पहले ही हमने बंद कर दिया था, क्योंकि हमारा ही अपना काम बहुत बढ़ गया है। हमारे प्रोडक्ट्स की मांग तेजी से बढ़ रही है और हम उसकी समय से आपूर्ति नहीं कर पा रहे हैं। उन्होंने बताया कि बहुत जगह ऐसी भी हैं, जहां बिना हमारे भेजे हुए माल बिक रहा है। पिछले दिनों पिताजी के दोस्त अयोध्या गए थे और वहां से वह एक पैकेट हमारा लेकर आए, जबकि अयोध्या में हम सप्लाई नहीं करते। यह हमारे ब्रांड की लोकप्रियता दर्शाता है।

## जो दिखता है वो बिकता है

उद्योग की चुनौतियां संबंधी सुगंध इंडिया के सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि सभी काम में चुनौती है। हमको मार्केट को देखकर प्रोडक्शन करना होता है। सबकी अलग-अलग पसंद है। हर राज्य और क्षेत्र में लोगों की पसंद अलग हो जाती है। परफ्यूम में भी नए-नए प्रयोग हो रहे हैं। क्वालिटी, रेट और पैकिंग में तेजी से बदलाव हो रहा है। मार्केट में नए ट्रेंड आते हैं, जिसमें गिफ्ट पैक बॉक्स का चलन बहुत तेजी से बढ़ रहा है। एक हजार रुपए में 50 ग्राम की अगरबत्ती बिक रही हो, तो स्वाभाविक है कि क्वालिटी बेस्ट होनी चाहिए, नहीं तो एक बार बिकने के बाद आपका प्रोडक्ट दोबारा नहीं कोई खरीदेगा। उन्होंने बताया कि मार्केट में इन दिनों अरबी नोट का ज्यादा चलन है। सऊदी अरब और दुबई में अरेबिक नोट पसंद किया जाता था। अब वह देश में भी लोग पसंद कर रहे हैं। यह हार्ड सुगंध है। उन्होंने बताया कि सांब्रानी कप और बंबू लेस प्रोडक्ट्स की मांग तेजी से बढ़ रही है। हालांकि अगरबत्ती की अपनी मार्केट बनी हुई है और बनी रहेगी। बाजार में सस्ता और महंगा दोनों बिक रहे हैं और आगे भी बिकते रहेंगे। उद्योग का भविष्य बहुत उज्ज्वल है, लेकिन आप तभी कामयाब होंगे, जब आप अपने प्रोडक्ट के साथ ज्यादा से ज्यादा समय मार्केट में उपस्थित रहेंगे और दिखाई देंगे, तभी आपका ब्रांड चलेगा। मार्केट से मैनुफैक्चरर्स का सीधा संपर्क होना चाहिए। मार्केट में यदि आपकी मौजूदगी नहीं होगी, तो बहुत बेस्ट क्वालिटी के बावजूद आपका ब्रांड ना चलेगा और ना ही टिकेगा। ■

# आनंद ऑर्गेनिक प्रोडक्ट के परफ्यूम पाउडर अगारबत्ती उद्योग के लिए वरदान: अनुराग गुप्ता

आनंद ऑर्गेनिक प्रोडक्ट्स ने अगारबत्ती और धूप उद्योग के लिए फ्रेगरेंस सहित दूसरे ऐसे रॉ मैटेरियल्स तैयार किए हैं, जिससे अगारबत्ती, धूप, ड्राई स्टिक, मसाला व सेंटेड अगारबत्ती, कोन, सांब्रानी कप और दूसरे अन्य बंबू लेस उत्पादों के प्रोडक्शन के समय मैन्युफैक्चरर्स इन रॉ मैटेरियल्स और फ्रेगरेंस का इस्तेमाल करके अपने प्रोडक्ट्स हाई क्वालिटी का बना सकते हैं और जिसकी गुणवत्ता भी लंबे समय तक बनी रहती है। साथ ही इससे उनकी लागत भी नियंत्रित रहेगी। आनंद ऑर्गेनिक कंपनी का पाउडर परफ्यूम एक ऐसा प्रोडक्ट है, जिसे मैन्युफैक्चरिंग के समय डालने से तैयार प्रोडक्ट की सुगंध ड्रायर करते समय भी कम नहीं होगी। इसके अलावा कंपनी ने सांब्रानी कप के लिए ढेर सारे सुगंधित रॉ मैटेरियल्स का इस्तेमाल करके फिलिंग मैटेरियल तैयार किया है, जिसे कप में भर कर सांब्रानी की क्वालिटी बेस्ट की जा सकती है। धूपबत्ती उद्योग में मैन्युफैक्चरर्स की सबसे बड़ी समस्या अपने प्रोडक्ट के ड्रायर करते समय होती है। इस दौरान सुगंध की क्वालिटी 40 से 50% तक कम हो जाती है, लेकिन पाउडर परफ्यूम फ्रेगरेंस को 100 प्रतिशत सुरक्षित रखता है। इसी तरह सांब्रानी में फिलिंग की समस्या का भी समाधान कंपनी ने किया है और नेचुरल रॉ मैटेरियल के प्रिमिक्स को कप में भरा जा सकता है।

# A

आनंद ऑर्गेनिक प्रोडक्ट्स लिमिटेड अगारबत्ती व धूप उद्योग को खास किस्म के रा मैटेरियल्स और फ्रेगरेंस सप्लाई करने वाली कंपनी है। इसके अलावा आनंद ब्रांड के नाम से उसके खुद के अगारबत्ती प्रोडक्ट हैं। कंपनी की शुरुआत अनुराग गुप्ता और अजितेश गुप्ता ने वर्ष 2015-16 में की थी। श्री अनुराग गुप्ता ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में बताया कि उनके पिता का आयल मिल कारोबार है। हम भाइयों को लगा कि हम कुछ अलग काम शुरू करें। इसीलिए हमने 2015 में अगारबत्ती के रॉ मैटेरियल्स का काम शुरू किया। इसके बाद 2017-18 में केमिकल और फ्रेगरेंस पर काम करने लगे। हम अगारबत्ती के रॉ मैटेरियल और फ्रेगरेंस पर काम कर रहे हैं। साथ में मसाला और सेंटेड अगारबत्ती पर हमारा अपना भी काम है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हमारे यहां सभी प्रकार के रॉ मैटेरियल्स और प्रोडक्ट के प्रिमिक्स भी हैं। ज्यादातर रा मैटेरियल्स चीन व विगतनाम से इंपोर्ट करते हैं और देश में मिलने वाले रॉ मैटेरियल्स भी रखते हैं।

फ्रेगरेंस और केमिकल में आने की वजह बताते हुए श्री अनुराग गुप्ता ने बताया कि उनका छोटा भाई अजितेश केमिकल इंजीनियर है और उसका रुझान शुरू से फ्रेगरेंस में था। इसलिए उसने एरोमेटिक केमिकल इंडस्ट्री में आने का फैसला किया और उसी ने दिमाग लगाया कि फ्रेगरेंस में काम करें। अगारबत्ती ट्रेड के अलावा अभी कंपनी में डिटर्जेंट कॉस्मेटिक और एसेंशियल ऑयल पर काम हो रहा है। हम अपने ब्रांड में इसलिए आए क्योंकि रॉ मैटेरियल्स और फ्रेगरेंस का अपना काम है, जब सेंटेड अगारबत्ती की मांग मार्केट से हुई, तो हम उसे भी बनाने लगे। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि रॉ मैटेरियल्स और फ्रेगरेंस की सप्लाई का हमारा काम है, तो हमने आनंद ब्रांड के नाम से जीपर पैक और पाउच पैक में अगारबत्तियां बनाईं। खास तौर पर यह 20-25 रेंज के प्रोडक्ट हैं और यह सभी 10 और ₹20 की एमआरपी वाले पैक हैं। भविष्य में हम हाई क्वालिटी की मसाला अगारबत्ती का काम शुरू करना चाहते हैं। उन्होंने कहा कि महाराष्ट्र ही नहीं देश भर में लूज अगारबत्ती की बहुत मांग है। इसलिए हमारी सप्लाई लूज में भी है। नागपुर में 60% लूज और 40% पैकिंग अगारबत्तियां चलती हैं।

सुगंध इंडिया को अनुराग गुप्ता ने बताया कि उनके रॉ मैटेरियल्स और फ्रेगरेंस की अपनी खासियत है। आनंद ऑर्गेनिक 2015-16 से शुरू हुआ। हमारा ब्रांड पैन इंडिया है। वैसे महाराष्ट्र के अलावा मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़, तेलंगाना, उड़ीसा मुख्य मार्केट है। बाकी सभी राज्यों में कम-ज्यादा सप्लाई हो रही है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि परफ्यूम में हमने सेंटेड अगारबत्ती, मसाला अगारबत्ती, सेंटेड धूप, सांब्रानी कप, कोन सभी के लिए परफ्यूम डिजाइन किए हैं। फ्लोरल, ओरिएंटल, एलडीहाईड, फैसी नोट्स जैसे किसी भी परफ्यूम की मांग होती है, तो हम उन्हें देते हैं। लगभग ढाई सौ फ्रेगरेंस हमने डेवलप किए हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि परफ्यूम में प्रत्येक राज्य और प्रत्येक व्यक्ति की अलग-अलग पसंद होती है। सेंटेड परफ्यूम का रा अगारबत्ती में इस्तेमाल होता है, लेकिन उसमें 30 से 50% ही सुगंध टिकती है, क्योंकि वह ड्रायर के समय उड़ जाती है। इसके कारण उसकी कास्टिंग सही नहीं निकलती। इसके विपरीत मसाला अगारबत्ती में सभी चीजें नपी-तुली होती हैं, जिससे क्वालिटी में कमी नहीं आती और कास्टिंग परफेक्ट होती है। इस समस्या के समाधान के लिए हमने अगारबत्ती, धूप, कोन, मसाला,





सेंटेड, ड्राई और फ्लोरा अगरबत्ती के लिए रॉ मटेरियल के तौर पर पाउडर परफ्यूम डिजाइन किया, जिसकी बहुत ज्यादा मांग है। हालांकि हम लिक्विड फार्म में भी परफ्यूम उपलब्ध कराते हैं, लेकिन धूपबत्ती प्रोडक्ट्स जब मशीन में ड्रायर किए जाते हैं, तो उनका परफ्यूम 40 से 50% कम हो जाता है, लेकिन हमारा पाउडर परफ्यूम का फ्रेगरेंस उतनी ही क्वालिटी का बना रहता है। चाहे उसे सूरज की रोशनी में भी क्यों ना सुखाया जाए।

सुगंध इंडिया को श्री अनुराग गुप्ता ने बताया कि पाउडर परफ्यूम बनाने वाली आनंद ऑर्गेनिक एक पायनियर कंपनी है और मेरी जानकारी में अभी तक किसी और कंपनी ने इसको नहीं बनाया है। इसको हम 2022 से डेवलप कर रहे थे और अभी एक वर्ष पहले इसे हमने लॉन्च किया। डेढ़ वर्ष तक इस पर रिसर्च किया, तो हमने पाया कि धूपबत्ती प्रोडक्ट में पाउडर परफ्यूम का इस्तेमाल करने से सभी समस्या का समाधान हो जाएगा। सेंटेड बत्ती, धूप बत्ती, कोन को डिप टेक्रोलॉजी से बनायेंगे तो सुगंध ड्रायर करने पर कम हो जाएगी, लेकिन पाउडर परफ्यूम को मैनुफैक्चरर्स मिक्सचर के समय ही डाल देते हैं, तो प्रोडक्ट में कोई कमी नहीं आएगी। अब इसका इस्तेमाल अगरबत्ती, मसाला अगरबत्ती, कोन, धूप, सूखी धूप, सांब्रानी कप में बड़े पैमाने पर शुरू हो गया है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि पाउडर परफ्यूम का इस्तेमाल डिपिंग टेक्रोलॉजी जैसी नहीं है। इसको प्रोडक्शन के समय मिक्सचर में ही डालते हैं। कंपनी ने पाउडर परफ्यूम की लगभग 100 फ्रेगरेंस तैयार किया है। हम कस्टमर कंपनियों को सुझाव देते हैं कि किस पाउडर का कितने प्रतिशत तक इस्तेमाल करें। आपको यदि इकोनामी, मीडियम अथवा प्रीमियम प्रोडक्ट्स बनाना है, तो उसी के अनुपात में पाउडर परफ्यूम की मात्रा बढ़ाते जाते हैं। सभी प्रोडक्ट्स के लिए अलग-अलग मात्रा होती है, जितनी ज्यादा मात्रा बढ़ाएंगे, सुगंध का परिणाम उतना ही अच्छा होता जाएगा। उन्होंने बताया कि प्रीमियम के लिए 3: 4: 20 फार्मूले में इसे डाइल्यूट करते हैं। इकोनामी के लिए 4:2:8 और 4:2:10 में डाइल्यूट करते हैं। 1:2:10 और 1:2 :15 और 20 तक में भी डाइल्यूट करते हैं। इसका सीधा फार्मूला है कि अपने प्रोडक्ट में पाउडर परफ्यूम का डोज जितना बढ़ाते जाएंगे उसकी क्वालिटी उतनी ही प्रीमियम होती जाएगी और जितना डोज कम करते जाएंगे, तो वह प्रोडक्ट इकोनामी होता जाएगा।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि अभी हमने सांब्रानी कप में फिलिंग मैटेरियल तैयार किया है। यह कप मैनुफैक्चरर्स की एक बड़ी समस्या थी। इस तरह हमने उसका रा मटेरियल तैयार किया है। कप में हमारे फिलिंग मैटेरियल को भर दीजिए, तो आपका प्रोडक्ट बेहतर हो जाएगा। फिलिंग मैटेरियल दो तरह के हैं। एक वाटर बेस्ड है और दूसरा ओवन बेस्ड है। छोटे उत्पादक जिनके पास ओवन लगाने की क्षमता या जगह नहीं है। वह वाटर बेस्ड को कप में भरकर तीन-चार घंटे धूप में सुखा देंगे, तो प्रोडक्ट अपनी क्वालिटी के साथ तैयार हो जाएगा। ओवन का फिलिंग मैटेरियल अलग है। कप में भरकर इसको ट्रे में रखते हैं और ओवन में लगाया जाता है। हमने लोबान, गूगल, बखूर सहित लगभग 10 फ्रेगरेंस में सांब्रानी कप का फिलिंग मैटेरियल तैयार किए हैं। यह काफी रिसर्च के बाद तैयार किया गया है। हमारे फिलिंग मैटेरियल नेचुरल रा उत्पादों से तैयार किए गए हैं। इसमें 20 से अधिक रॉ मटेरियल पड़ते हैं, जो कप निर्माता के लिए अपने सांब्रानी में डालना मुश्किल होता है। हम उनके लिए यह सुविधा लेकर आए हैं।

अगरबत्ती धूप उद्योग की चुनौतियों संबंधी सवाल के जवाब में अनुराग गुप्ता ने बताया कि दरअसल जब हम रा मटेरियल के काम में आए तो यह सोच कर आए थे कि हम ऐसे प्रोडक्ट बनाएंगे, जो ट्रेड के लोगों की समस्याओं का समाधान भी करें। रा मटेरियल का हमने परंपरागत तरीके से कारोबार नहीं किया है कि इधर से माल खरीदा और उधर माल बेच दिया। हम कोशिश करते हैं कि ट्रेड की मैनुफैक्चरिंग में जो मुश्किलें हैं, उसका समाधान भी हम अपने प्रोडक्ट के जरिए दें। जैसे फ्लोरा अगरबत्ती बनाने और मसाला अगरबत्ती बनाने में दिक्कत है। सेंटेड वालों की कास्टिंग में

उतार चढ़ाव होता था। इसलिए हमने पाउडर परफ्यूम बनाया। इसी तरह सांब्रानी कप में फिलिंग मैटेरियल की समस्या थी। उसका प्रोडक्ट बनाया, क्योंकि इसको तैयार करने में मैनुफैक्चरिंग कंपनियों को ज्यादा समय और लागत लगती है, जिसे हमने आसान किया है। उन्होंने बताया कि रॉ मैटेरियल में हम बेसिक चीजें जोश पाउडर, ग्वार गम, वुड पाउडर, चारकोल आदि का प्रीमिक्स करते हैं।

अनुराग गुप्ता ने बताया कि प्रीमिक्स में भी हमने अलग काम किया है। जैसे नागपुर की लोबान अगरबत्ती फेमस है। देश भर में 80% लोबान अगरबत्ती यहीं से जाती है। देश की अन्य कंपनियों की मांग थी कि नागपुर की लोबान अगरबत्ती वह कैसे बनाएं। हमने लोबान प्रीमिक्स बना कर उन्हें दिया। उसमें भी इकोनामी, मीडियम, प्रीमियम और एक्स्ट्रा प्रीमियम रेंज बनाया है। इसी तरह गूगल, बखूर, उद की अगरबत्ती के लिए भी प्रीमिक्स तैयार किए हैं। हमारे सबसे ज्यादा बिकने वाले रॉ मटेरियल के 50 प्रोडक्ट हैं, जिसमें अलग-अलग फ्रेगरेंस हैं। इसके अलावा मैनुफैक्चरर्स यदि हमारे प्रीमिक्स रॉ मटेरियल में कुछ और चीज ऐड करना चाहते हैं, तो हम उसे भी करते हैं। या वह खुद करना चाहते हैं, तो हम उन्हें सलाह भी देते हैं। हमारे पाउडर में भी वह कुछ स्पेशल कर सकते हैं। उसके लिए भी हम उन्हें सहयोग करते हैं या उनकी मांग के अनुरूप बनाकर देते हैं।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि भविष्य में हम और भी नए किस्म के प्रोडक्ट्स ला रहे हैं और निश्चित तौर पर उसमें भी मार्केट की जरूरत के अनुरूप कुछ नया देंगे। ताकि धूपबत्ती उत्पादक “इज ऑफ डूइंग बिजनेस” कर सकें। भविष्य की योजनाओं पर उन्होंने बताया कि इधर हमने परफ्यूम पेस्ट के लिए रिसर्च शुरू किया है। उड़ीसा में कोई कंपनी पेस्ट बना कर दे रही है। दरअसल परफ्यूम पेस्ट ज्यादा फिक्सेटिव होता है। इससे उसकी सुगंध और ज्यादा अच्छी और लंबे समय तक बनी रहती है। पाउडर पेस्ट को निर्माता प्रीमिक्स कर सकता है। इसके अलावा हम भविष्य में प्रीमियम क्वालिटी की मसाला अगरबत्ती बनाने की दिशा में काम कर रहे हैं। हम चाहते हैं कि देश की बड़ी कंपनियों की क्वालिटी के समान हम प्रोडक्ट्स बनाएं, जिन्हें हम ऑल इंडिया लेवल पर लॉन्च करेंगे और चूंकि हमारे पास रॉ मैटेरियल, परफ्यूम और रिसर्च सब कुछ इनहाउस है, तो हमको लगता है कि हम यह बेहतर ढंग से कर सकेंगे।

अगरबत्ती उद्योग में श्री भोलेनाथ के आने की लंबी कहानी है। स्कूल की पढ़ाई में वह टॉपर रहे हैं, लेकिन उन्होंने नौकरी नहीं की। शुरू से ही उनका मन अपना कारोबार करने का था। उनके अधिकांश दोस्त भी गुजराती, मारवाड़ी और वोहरा समुदाय के व्यवसायियों में से थे। उन्होंने बताया कि जब मैं 9 वर्ष का था तभी मेरी मां का निधन हो गया था। मेरे पिता ने मुझे पाला पोसा और इसके लिए उन्होंने बहुत परिश्रम

In the end Anurag Gupta, shared insights into the company's plans to introduce innovative products that address market needs. The aim, he stated, is to simplify processes and enhance the “ease of doing business” for agarbatti manufacturers. Anurag revealed that the company has begun research on perfume paste, a highly fixative material that enhances fragrance, making it more appealing and long-lasting. Anand Organic Products is also exploring ways to integrate powdered paste into manufacturing processes for greater efficiency. In addition, the company is focused on developing premium-quality masala agarbattis, aiming to match the standards of top incense brands. These products are intended for a nationwide launch. With in-house raw materials, perfumes, and research capabilities, Anurag expressed confidence in Anand Organic Product's ability to deliver superior products and maintain its leadership in the industry. ■

# फ्यूजन फ्रेगरेंस बनाने के एक्सपर्ट हैं विनोद खक्खर

## लाइव टच ब्रांड के अगरबत्ती प्रोडक्ट्स 13 राज्यों में लोकप्रिय

बालमुकुंद इंडस्ट्रीज के प्रमुख विनोद खक्खर देश के फ्रेगरेंस और फ्यूजन फ्रेगरेंस बनाने वालों में एक बड़ा नाम है। श्री खक्खर को फ्यूजन फ्रेगरेंस का एक्सपर्ट माना जाता है। कंपनी के लाइव टच ब्रांड की अगरबत्ती व धूप प्रोडक्ट्स और टोपर रेंज के फ्यूजन फ्रेगरेंस तेजी से लोकप्रिय हो रहे हैं। श्री विनोद खक्खर ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि वह सुगंध उद्योग में 35 वर्षों से कारोबार कर रहे हैं। बालमुकुंद इंडस्ट्रीज की स्थापना गुजरात के राजकोट में 2015 में हुई थी और यह क्वालिटी प्रोडक्ट बनाने वाली कंपनी है। लाइव टच ब्रांड के 100 से अधिक प्रोडक्ट हैं, जिसमें सैंटेड अगरबत्ती, धूप, बंबू लेस अगरबत्ती, ड्राई स्टिक, मसाला-फ्लोरा अगरबत्ती और सांब्रानी कप शामिल है। कंपनी 10 रुपए के प्रोडक्ट से लेकर प्रीमियम क्वालिटी के महंगे प्रोडक्ट्स भी बनाती है। लाइव टच के प्रोडक्ट्स गुजरात के अलावा महाराष्ट्र, राजस्थान, छत्तीसगढ़, मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, बिहार, झारखंड, पश्चिम बंगाल और असम सहित 13 राज्यों में चलते हैं।



बाएं से दाएं: भाविक खक्खर, विनोद खक्खर

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में विनोद खक्खर ने बताया कि उन्होंने भारत में पहली बार खस फैंटासी फ्रेगरेंस दिया है। फ्यूजन फ्रेगरेंस बनाना मेरा पैशन रहा है। उन्होंने बताया कि अगरबत्ती और फ्रेगरेंस के अपने किसी भी प्रोडक्ट्स में क्वालिटी से समझौता करना उन्हें गवारा नहीं है। मेरी हमेशा से सोच रही है कि अगरबत्ती और धूप भगवान के लिए है। इसलिए उसमें अच्छी से अच्छी क्वालिटी होनी चाहिए। इसी सिद्धांत को लेकर मैं मार्केट में आया था कि लोगों की आस्था को नुकसान नहीं पहुंचाना है। पहले वह डिस्ट्रीब्यूशन का काम करते थे और बाद में सीएनएफ बने। उसके बाद 2015 में उन्होंने अपना ब्रांड शुरू किया और कड़ी मेहनत व संघर्ष के बाद उसे मार्केट में स्थापित किया। उन्होंने कहा कि मैं क्वालिटी के दम पर मार्केट में हूँ। मुझे शुरू से ही सेल्स टीम नहीं रखनी थी, जबकि इसे जरूरी माना जाता है। इसलिए मुझे काफी कठिनाईयों का सामना करना पड़ा। 2018-19 में जब मेरा बेटा भाविक पढ़ाई पूरी करने के बाद कारोबार में आया तब मुझे काफी मदद मिली।

विनोद खक्खर ने बताया कि दीपावली के बाद वह टोपर रेंज के तहत फ्यूजन परफ्यूम और स्प्रे लॉन्च करने जा रहे हैं। शुरुआत से ही मेरी नए-नए प्रॉडक्ट्स देने का सोच रही है। मेरा सबसे पहला प्रयास पाइनएप्पल में था। जब मार्केट में सबका पाइनएप्पल चल रहा था। हमने पाइनएप्पल में रोज डालकर नया प्रयोग किया। मार्केट में आने के बाद लोगों ने अच्छी प्रतिक्रिया दी। इसके बाद मस्क मिलन में हिना डालकर उसे बनाया। यह भी नया प्रोडक्ट था। जल्द ही हम तीन-चार वैरायटी में फ्यूजन फ्रेगरेंस ला रहे हैं। उन्होंने बताया कि खस फैंटेसी लॉन्च कर दी है। अब उसके और वेरिएंट जल्द ही आएंगे। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि दो-चार-चार खुशबू को मिलाना आसान काम नहीं है। देखना पड़ता है, क्योंकि कभी-कभी कई सुगंध मिलाने से उसकी खुशबू डाउन हो जाती है। फिर कुछ और सुगंध डालकर उसे अपग्रेड करना पड़ता है और इसमें काफी मेहनत होती है। अपने प्रोडक्ट की मार्केटिंग पर उन्होंने कहा कि डिस्ट्रीब्यूटर होने के कारण मेरा अपना खुद का नेटवर्क था। गुजरात के पूरे सौराष्ट्र इलाके के एक-एक ब्लॉक को मैं जानता था, लेकिन शुरुआत में दिक्कत यह थी कि लोग पुराने संपर्क के कारण माल तो ले लेते थे, लेकिन बगल में रख देते थे। जब तक प्रोडक्ट ग्राहक तक नहीं पहुंचेगा और इस्तेमाल नहीं होगा तब तक उसकी वैल्यू जीरो होती है। यही कारण है कि मुझे मार्केट में बहुत दिक्कतें उठानी पड़ीं।

उन्होंने बताया कि मैंने कस्टमर तक पहुंचने के लिए दो स्टिक का सैंपल देना शुरू किया। मार्केट में डिस्ट्रीब्यूटर्स से कहा कि वह मेरा माल बेचना शुरू करें। व्यवहार के कारण लोग माल तो ले लेते थे लेकिन उसे बेचते नहीं थे। हमने उन्हें गारंटी दी कि यदि ग्राहकों को पसंद नहीं आया, तो हम खुले पैकेट भी वापस ले लेंगे। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि 13 राज्यों में कंपनी ने सुपर स्टॉकिस्ट और डिस्ट्रीब्यूटर्स नियुक्त किए हैं और वहां की समस्याओं और शिकायतों को निपटाने की जिम्मेदारी उनकी होती है। प्रत्येक राज्य की फ्रेगरेंस में अलग मांग होती है और एक ही प्रोडक्ट के अलग-अलग फ्रेगरेंस देने संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि हमने ऐसा नहीं किया, क्योंकि अपने ब्रैंड को यदि पैन इंडिया बनाना है, तो एक प्रोडक्ट में एक ही तरह का फ्रेगरेंस होना चाहिए। सभी राज्यों के लिए अलग-अलग प्रोडक्ट देने से व्यापार तो बढ़ सकता है, लेकिन वह ब्रांड नहीं बनेगा। यह अलग बात है

कि किसी राज्य की कोई अलग पसंद है, तो उसके लिए दूसरा प्रोडक्ट जरूर बनाते हैं।

सुगंध इंडिया के सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि वह अपने तजुबे से नए प्रोडक्ट बनाते हैं, लेकिन वह मार्केट में चलेगा कि नहीं यह हिट होने के बाद ही पता चलता है। लाइव टच के 100 से अधिक प्रोडक्ट हैं और हम बड़े पैमाने पर एयर फ्रेशनर और परफ्यूम भी ला रहे हैं। इसके अलावा बंबू लेस और ड्राई स्टिक का ट्रेड मार्केट में तेजी से बढ़ रहा है। बांस की काड़ी ना जलाने संबंधी चर्चा के कारण हम भी उसमें नए प्रयोग कर रहे हैं। इस वक्त मार्केट में 6 इंच की बंबू लेस अगरबत्ती चल रही है। हमने उसमें 8 इंच निकाली है और यह एकदम अलग चार वैरायटी में है। इसका नाम, क्वालिटी, पैकिंग और फ्रेगरेंस मार्केट में चल रहे अन्य प्रोडक्ट्स से एकदम अलग है। यह ₹110 की एमआरपी में 90 ग्राम के बॉक्स पैकिंग में है। इनके नाम बांस टैटू, बेला विटारा, पोलो वुड्स और एक्वा लंदन नाम है। यह एकदम नए और प्रीमियम सेगमेंट में है और अब इसके रिपीट ऑर्डर भी आने लगे हैं।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि एयर फ्रेशनर टॉपर ब्रांड में आता है, क्योंकि मैं एफएमजीसी लाइन में था। इसलिए शुरू से एयर फ्रेशनर में आना लक्ष्य था। उन्होंने बताया कि लाइव टच के अगरबत्ती प्रोडक्ट्स 10 रुपए से लेकर 50 और ₹80 की एमआरपी में पाउच में हैं। बॉक्स ₹90 की एमआरपी में हैं, जो 50 से 60 रुपए में बिकता है और 100 ग्राम वजन है। मसाला-फ्लोरा अगरबत्ती 105 रुपए से 165 रुपए की एमआरपी में है। उन्होंने बताया कि सांब्रानी कप में उन्होंने एकदम नया काम किया है। 110 रुपए की एमआरपी में हम 9 कप देने वाले देश के पहले मैनुफैक्चरर हैं। आमतौर पर लोग 6 कप ही देते हैं। इसके अलावा ₹110 की एमआरपी में गाय के गोबर से निर्मित सांब्रानी कप है। राम रक्षा मंदिर हमारा नया प्रोडक्ट है, जो 135 रुपए में है। अगरबत्ती उद्योग के भविष्य पर उन्होंने कहा कि यह बहुत पुराना है और भविष्य में भी यह चलता रहेगा, क्योंकि यह कारोबार आस्था से जुड़ा हुआ है। देखना यह होगा कि इसमें क्वालिटी और बेहतर हो, क्योंकि लोग अब क्वालिटी चाहते हैं और मैनुफैक्चरर्स को इसमें निरंतर काम करते रहना होगा।

श्री विनोद जी के बेटे भाविक खक्खर ने बताया कि पढ़ाई के बाद अब वह अपना पूरा समय अगरबत्ती और सुगंध उद्योग को दे रहे हैं। मैं समय के हिसाब से और मार्केट की जरूरत के अनुरूप काम करने की कोशिश कर रहा हूँ। उन्होंने कहा कि क्वालिटी का प्रोडक्ट देना हमारा लक्ष्य है। इसलिए हम परफ्यूम में भी बेस्ट क्वालिटी दे रहे हैं और हमारी कोशिश एक्सपोर्ट क्वालिटी के प्रोडक्ट बनाने की है। यही कारण है कि यूरोप के दो-तीन देशों और मलेशिया, मॉरीशस, इंडोनेशिया, युगांडा आदि देशों में हमारे अगरबत्ती के प्रोडक्ट जा रहे हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि जीपर पाउच वहां ज्यादा पसंद किया जा रहा है। घरेलू मार्केट की तुलना में एक्सपोर्ट प्रोडक्ट्स में और बेहतरीन क्वालिटी दी जा रही है। उन्होंने बताया कि वहां फ्रूट्स, सिंथेटिक और मॉडर्न खुशबू चलती है। पैकेजिंग में भी हम नयापन लाने की कोशिश कर रहे हैं, क्योंकि प्रोडक्ट की क्वालिटी के साथ पैकिंग और उसकी डिजाइनिंग बेस्ट होना जरूरी है और मैं इसी दिशा में काम कर रहा हूँ। ■

## देवियों से प्रेरित हरि दर्शन माँ कलेक्शन

हरि दर्शन ब्रांड ने हाल ही में माँ सरस्वती, माँ लक्ष्मी और माँ दुर्गा से प्रेरित अगरबत्ती और धूप की एक खास कलेक्शन पेश की है। यह रेंज हिंदू परंपराओं से गहराई से जुड़ी है, जो इन पूजनीय देवियों के दिव्य गुणों को दर्शाती है। प्रत्येक उत्पाद को उनके अद्वितीय गुणों को जगाने और भक्तों को आध्यात्मिकता से जोड़ने के लिए तैयार किया गया है।

माँ सरस्वती: एक कोमल, सुखदायक सुगंध जो एकाग्रता और प्रेरणा में मदद करती है। कुछ सामान्य सुगंध:

- चंदन को ध्यान केंद्रित करने और शांत महसूस करने में मदद करने के लिए जाना जाता है। यह स्पष्ट रूप से सोचने और बेहतर सीखने में मदद कर सकता है।
- चमेली शुद्धता और रचनात्मकता से जुड़ी है। इसकी कोमल खुशबू मूड को बेहतर और दिमाग को अधिक सक्रिय बनाती है।
- कमल ज्ञान और आध्यात्मिक विकास का प्रतिनिधित्व करता है। इसकी नरम, मीठी गंध व्यक्ति को शांति का एहसास कराती है, जो ध्यान और कलात्मक गतिविधियों के लिए

एकदम सही है।

माँ लक्ष्मी: मधुर खुशबू आस-पास के वातावरण को शानदार और भाग्यशाली बनाती है। इनमें अक्सर गर्म नोट होते हैं जैसे

- केसर को मसालों का राजा कहा जाता है और इसकी तेज़ गंध धन और माँ लक्ष्मी के आशीर्वाद का प्रतिनिधित्व करती है।
- केवड़ा धन और पवित्रता से जुड़ा हुआ है, और इसकी मीठी, कोमल खुशबू शांति और कल्याण की भावना लाती है, सकारात्मक ऊर्जा को आकर्षित करती है।
- इलायची की खुशबू ताज़गी भरी और हल्की नींबू जैसी होती है। यह समृद्धि का प्रतीक है और दिमाग को जागरूक कर ध्यान और दृढ़ता को बढ़ावा देती है।

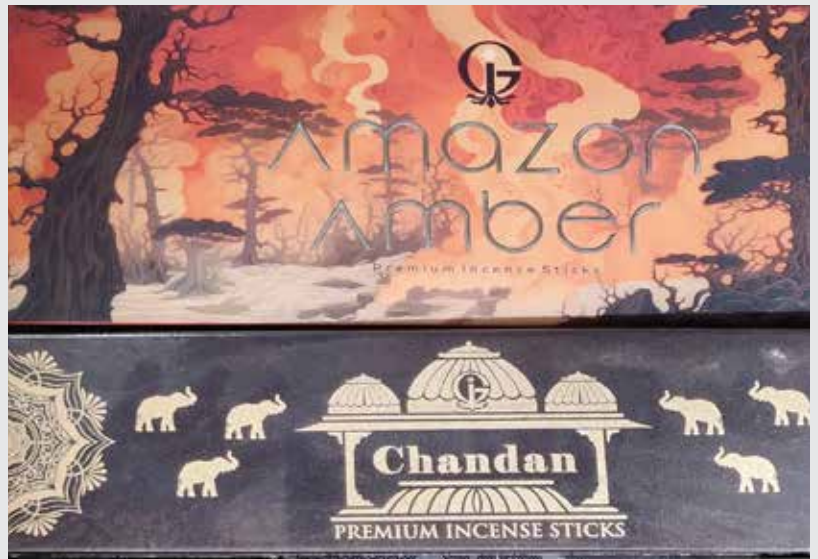
माँ दुर्गा: शक्तिशाली, ताज़ा सुगंध है जो व्यक्ति को मजबूत और सुरक्षित महसूस कराती है। उनमें अक्सर सामान्य नोट होते हैं जैसे

- कपूर हवा को शुद्ध करने और नकारात्मक ऊर्जा से छुटकारा पाने की अपनी क्षमता के लिए प्रसिद्ध है, जो सकारात्मक वाइब्स को पनपने के लिए जगह बनाता है।
- नाग चंपा की खुशबू सुरक्षा और सकारात्मकता की भावना से जुड़ी होती है। इसकी मीठी और लकड़ी जैसी महक ताकत और सहनशीलता बढ़ाने में मदद करती है।
- लौंग की तेज़ खुशबू मन और आत्मा को उत्साहित करती है, जिससे मुश्किलों का सामना करने के लिए हिम्मत और धैर्य बढ़ता है। ■



## गंगोत्री इन्सेंस: असाधारण गुणवत्ता वाली लक़री अगरबत्ती

बेंगलुरु अपनी बेहतरीन गुणवत्ता वाली अगरबत्ती के लिए विश्व प्रसिद्ध है। यहां की कंपनियों ने अपनी उत्कृष्टता की विरासत के माध्यम से ग्राहकों का विश्वास जीता है। इस उद्योग में प्रमुख नामों में गंगोत्री इन्सेंस शामिल है, एक ऐसा ब्रांड जिसने सुगंध प्रेमियों के दिलों पर कब्ज़ा कर लिया है। ब्रांड के विविध उत्पाद पोर्टफोलियो में अगरबत्ती, बखूर, परफ्यूम, धूप बत्ती, रोल-ऑन, कार और एयर फ़्रेशनर, जवाधु पाउडर, कोन धूप और बहुत कुछ शामिल हैं। प्रीमियम बाजारों में इसकी व्यापक उपस्थिति इसकी लोकप्रियता और गुणवत्ता का प्रमाण है। गंगोत्री के चंदन (चंदन) सुगंध उत्पाद प्रतिष्ठित हैं, जो गुणवत्ता की परंपरा को दर्शाते हैं। ब्रांड की प्रीमियम चंदन अगरबत्ती के 10 स्टिक के पैक की कीमत ₹550 है! जबकि खास “क्लासिक चंदन”, की कीमत एक स्टिक के लिए ₹5,000 है! जो इसे एक असाधारण लक़री उत्पाद बनाता है। गंगोत्री इन्सेंस, प्रीमियम-क्वालिटी वाले उत्पादों की तलाश करने वाले सुगंध प्रेमियों के लिए शीर्ष विकल्प बनी हुई है। ■



## देवदर्शन एयर फ्रेशनर सैशे: ताज़गी हर पल!

देवदर्शन, जो 1954 से धूप और अगरबत्ती उद्योग में नंबर 1 ब्रांड है, ने अपने उत्पादों की श्रृंखला में एक और नया उत्पाद जोड़ा है—देवदर्शन एयर फ्रेशनर सैशे। यह सैशे तीन मनमोहक खुशबुओं में उपलब्ध हैं: बेरी ब्लास्ट, लेमन, और मिस्ट्री मीडो। हर सैशे 10 ग्राम के पैक में आता है, और इसकी कीमत ₹75 है। एयर फ्रेशनर सैशे को इस तरह से डिज़ाइन किया गया है कि यह किसी भी स्थान को ताज़गी और खुशबू से भर देता है। बेरी ब्लास्ट एक मीठी और फलों से भरपूर खुशबू प्रदान करता है, जो मन को ऊर्जा से भर देता है। लेमन खुशबू तेज और जीवंत है, जो किसी भी माहौल को तरोताज़ा कर देती है। मिस्ट्री मीडो, उन लोगों के लिए एकदम सही है, जो सुकून भरा वातावरण चाहते हैं।

देवदर्शन ने हमेशा से गुणवत्ता और ग्राहकों की संतुष्टि पर जोर दिया है। यह नया उत्पाद भी इसी परंपरा का हिस्सा है। यह सैशे छोटे और उपयोग में बेहद आसान हैं, जिन्हें अलमारी, दराज़, कार या छोटे कमरों में आसानी से रखा जा सकता है। यह सैशे स्थान को लंबे समय तक सुगंधित बनाए रखने का एक अद्भुत तरीका है।

छह दशकों से अधिक समय से देवदर्शन भरोसे, नवाचार और उत्कृष्टता का प्रतीक रहा है। एयर फ्रेशनर सैशे का लॉन्च कंपनी



के इस मिशन को आगे बढ़ाता है कि हर पल को खुशबू और सुकून से भरपूर बनाया जा सके।

अधिक जानकारी के लिए [www.devdarshandhoop.com](http://www.devdarshandhoop.com) पर जाएं और देवदर्शन के सभी उत्पादों की विस्तृत श्रृंखला देखें, जो हर पल को सुगंधित और यादगार बनाते हैं। ■

## मच्छर भगाने वाली कॉइल स्टिक बाजार में तहलका मचा रही अटैक

गोंदिया की गायत्री इंडस्ट्रीज अपने अटैक मच्छर भगाने वाली कॉइल स्टिक के साथ अगरबत्ती बाजार में हलचल मचा रही है। मच्छरों से सुरक्षा प्रदान करने के लिए खास डिज़ाइन की गई, अटैक कॉइल स्टिक पारंपरिक मच्छर भगाने वाले उत्पादों से एक कदम आगे है। आम मच्छर भगाने वाले उत्पाद के विपरीत, जो आमतौर पर 8 से 12 घंटे तक जलते हैं, अटैक केवल 50 मिनट के उपयोग के बाद रात भर स्थायी सुरक्षा प्रदान करता है और खुले दरवाजे और खिड़कियों के साथ आराम से सोने में सक्षम बनाता है।

यह उत्पाद सरकारी दिशा-निर्देशों का सख्ती से पालन करता है और इसमें उपयोग किये गए केमिकल से घुटन नहीं होती, जिससे यह घरों के लिए सुरक्षित है। छत्तीसगढ़, मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, दक्षिण भारतीय राज्यों और महाराष्ट्र के कुछ हिस्सों जैसे क्षेत्रों में अटैक काफी लोकप्रिय है। गायत्री इंडस्ट्रीज मच्छर भगाने वाली कोइल स्टिक उत्पादों के मानकों को फिर से परिभाषित करने में तत्पर है। ■

# सिक्रेट पोशन स्पेशल व्हाइट 5-इन-1 अगरबत्ती:

नगपुर की पारसमणि अगरबत्ती ने अपना नया और अनोखा प्रोडक्ट “सिक्रेट पोशन स्पेशल व्हाइट 5-इन-1 अगरबत्ती” लॉन्च किया है। सिर्फ ₹135 में उपलब्ध, यह पौना किलो (250 ग्राम) का पैक दमदार और फल-सुगंधों का बेहतरीन संयोजन है, जो आपके माहौल को बदलने में सक्षम है।

इस पैक में पाँच अलग-अलग खुशबुएँ हैं, हर एक 50 ग्राम के सेगमेंट में, जिससे यह एक प्रीमियम व्हाइट ज़िपर पैक में विविधता और गुणवत्ता दोनों प्रदान करता है। इस उत्पाद को बनाने के लिए खासतौर पर चुनी गई सफेद स्टिक का उपयोग किया गया है।

यह प्रोडक्ट उन बाजारों में बहुत पसंद किया जा रहा है, जहाँ किलो पैक की मांग अधिक है (खासकर मध्य और दक्षिण भारत में)।



## ग्राहकों के बीच लोकप्रिय बंसी धूप स्टिक

जयपुर स्थित सिद्धि विनायक फ्रेग्रेन्सेज का ब्रांड “बंसी”, धूप उत्पाद श्रेणी में एक प्रमुख नाम बन चुका है। यह ब्रांड भारत के सभी प्रमुख बाजारों में अपनी खास पहचान बना चुका है, खासकर गीली धूप, ड्राई स्टिक और कोन उत्पादों में। इसका प्रीमियम “परफ्यूम कलेक्शन” ड्राई धूप स्टिक अपने अनोखे सुगंध विकल्पों के कारण बहुत लोकप्रिय है। यह चार आधुनिक सुगंधों में उपलब्ध है - इंडीमेट, अजारो, मैगनेट, और सीडब्ल्यू, जो “फाइन फ्रेग्रेन्स” की बढ़ती मांग को पूरा करते हैं। प्रत्येक 6 इंच की धूप स्टिक 60 मिनट तक जलती है और लंबे समय तक खुशबू देती है। इसका होलसेल पैक ₹840 (MRP) का है, जिसमें 80 ग्राम के 12 बॉक्स हैं। प्रत्येक बॉक्स की खुदरा कीमत ₹70 (MRP) है। बंसी का सुगंध विकास में नया दृष्टिकोण आधुनिक उपभोक्ताओं की जरूरतों को पूरा करता है और इसे अगरबत्ती उद्योग में एक मजबूत स्थान दिलाता है।

## ऊद को लक़री के साथ नया रूप देता अरहम फ्रेग्रेन्स

महाराष्ट्र प्रीमियम अगरबत्ती ब्रांड्स का प्रमुख बाजार है और ठाणे स्थित “अरहम फ्रेग्रेन्स” उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद बनाने में अग्रणी है। यह ब्रांड उन ग्राहकों के लिए है जो गुणवत्ता को कीमत से ऊपर रखते हैं। अरहम प्रीमियम और लक़री अगरबत्ती उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला पेश करता है। सुगंध प्रेमियों के लिए, अरहम अत्तर रोल-ऑन भी बनाता है, जो इसके पोर्टफोलियो को और खास बनाता है। इसके सबसे खास उत्पादों में से एक है “लक़री ऊद” अगरबत्ती, जो सबसे अलग हटकर है और शान का प्रतीक है। इसके 25 स्टिक्स के एक बॉक्स की कीमत ₹450 है, और यह उन ग्राहकों के लिए डिज़ाइन किया गया है जो बेहतरीन सुगंध की सराहना करते हैं। ऊद, जो खुद में लक़री का प्रतीक है, इसकी लोकप्रियता लगातार बढ़ रही है और अरहम फ्रेग्रेन्स ने अपने उन्नत उत्पादों के साथ इस खास श्रेणी में खुद को स्थापित कर लिया है।





**सनातन देश** की संस्कृति में बना  
**सनातन संस्कृति** का अपना ब्राण्ड

**स्पेशल  
पूजन  
सामग्री**



रूद्राभिषेक पूजन सामग्री किट	सत्यनारायण पूजन सामग्री किट	लक्ष्मी-गणेश पूजन सामग्री किट	सम्पूर्ण पूजन सामग्री किट	गृह प्रवेश पूजन सामग्री किट
नवरात्रि पूजन सामग्री किट	भूमि पूजन सामग्री किट	करवा चौथ पूजन सामग्री किट	डाला छठ पूजन सामग्री किट	तिलकोत्सव पूजन सामग्री किट
गणेश पूजन सामग्री किट	विवाह पूजन सामग्री किट	मूल शांति पूजन सामग्री किट	रामायण पूजन सामग्री किट	यज्ञोपवित पूजन सामग्री किट
तीज पूजन सामग्री किट	त्री पिण्डी पूजन सामग्री किट	सुन्दरकाण्ड पाठ पूजन सामग्री किट	शतचण्डी एवं नवचण्डी विशेष पूजा किट	महामृत्युंजय पूजन सामग्री किट

**अन्य सामग्री**

गंगाजल, कपूर, लाल चन्दन, पीला चन्दन, हवन सामग्री  
नवग्रह लकड़ी, हवन वाली आम की लकड़ी एवं देशी उपला इत्यादि



CUSTOMER CARE NUMBER **+91 9651001942** **9820931942**

**SHB ADVERTISING & MEDIA (OPC) Pvt. Ltd.**



Mahmoorganj, Varanasi, U.P.-221009 (India)

info@onlinepanditjii.com www.onlinepanditjii.com

Follow Us



# एफओवी महाकुंभ पूजा बॉक्स: महाकुंभ का अनुभव घर लाएं

एफओवी (फ्रेग्रेन्स ऑफ वरचू) महाकुंभ पूजा बॉक्स एक खासतौर पर तैयार किया गया प्रोडक्ट है, जो भक्तों के घरों में महाकुंभ मेले का आध्यात्मिक अनुभव लाने के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह उन लोगों के लिए आदर्श है जो प्रयागराज नहीं जा सकते। इस किट में महाकुंभ पूजा के लिए जरूरी सभी पवित्र सामग्री शामिल हैं, जैसे - गंगाजल, प्रयागराज की रेत, विष्णु यंत्र, टाइम कैप्सूल, तुलसी धूप स्टिक, फ्लोरल मसाला अगरबत्ती, मोगरा हवन कप्स, नैवेद्यम कोन, भीमसेनी कपूर, सांबरानी धूप पाउडर, खाली कप (भीमसेनी और सांबरानी पाउडर के लिए), और पीली सरसों। यह इको-फ्रेंडली और चारकोल-फ्री है। इसके साथ एक पूजा विधि भी दी गयी है, जो पूजा करने की पूरी जानकारी प्रदान करती है। महाकुंभ पूजा बॉक्स अपने अनोखे तत्वों के साथ किसी भी घर को शांति, सौहार्द और दिव्य आशीर्वाद का मंदिर बना देता है, जिससे भक्त महाकुंभ मेले की आध्यात्मिक अनुभूति से जुड़ सकते हैं। ■



# ओशन्स डीप प्रिंटर्स: नई ऊंचाइयों की ओर बढ़ते हुए

ग्लास बॉटल परफ्यूम पैकेजिंग के लिए संपूर्ण पैकेजिंग समाधान  
उत्पादन क्षमता को तीन गुना बढ़ाने की तैयारी



खरीद।रोल-फॉर्म स्टिकर्स जैसी नई तकनीकों की शुरुआत।ज़िपर पाउच पर स्कोडिक्स मशीन से प्रिंटिंग (इस तरह का पहला प्रयास)।ग्लास बॉटल परफ्यूम के लिए पूरी प्रिंटिंग और पैकेजिंग समाधान। कंपनी अब ग्लास बॉटल्स परफ्यूम पैकेजिंग में बोटल डिज़ाइन,आउटर बॉक्स, और डीटीएफ स्टिकर्स के साथ कैप व स्प्रे पंप समेत तैयार पैकेजिंग पेश करती है, ताकि ग्राहकों को बस उसमें परफ्यूम भरना पड़े। कंपनी अगरबत्ती के प्रीमियम और रेगुलर पैकेजिंग में विशेषज्ञता रखती है, जिसमें बॉक्स, ज़िपर, पाउच, सिलेंडर के बिना पाउच प्रिंटिंग, सैपल पाउच, कैनिस्टर पैकेजिंग, रिजिड पैकेजिंग और जार पैकेजिंग शामिल हैं। इसके अलावा, कंपनी गारमेंट, फूड, फार्मा और लिकर सेक्टर जैसी अन्य इंडस्ट्रीज को भी प्रिंटिंग पैकेजिंग सेवाएं प्रदान करती है। सर्विस और क्वालिटी पर ध्यान केंद्रित करते हुए, ओशन्स डीप प्रिंटर्स 2025 में पैकेजिंग के नए स्टैंडर्ड सेट करने की ओर अग्रसर हैं। ■

अहमदाबाद स्थित “ओशन्स डीप प्रिंटर्स” पैकेजिंग उद्योग, खासकर अगरबत्ती सेक्टर में, बदलाव ला रहा है। अपनी 30वीं वर्षगांठ पर कंपनी बड़े पैमाने पर बुनियादी ढांचे का विस्तार कर रही है:तीन मंजिला यूनिट में अपग्रेड होकर उत्पादन क्षमता तीन गुना करना।जापान से उन्नत मशीनों की





Mehkega Mumbai  
**Mahkega**  
Maharashtra



**You are Invited**



**SCAN FOR VISITOR REGISTRATION**

SUPPORTED BY PUNE AGARBATTI MANUFACTURERS AND DEALERS ASSOCIATION

**MAIN SPONSOR**



**CO-SPONSORS**



Facebook: sugandhindiaM • YouTube: sugandhindia • Instagram: sugandhindia

**Contact Us**  
+91 78383 12431

**Official Email**  
sugandhindiam@gmail.com

**Official Website**  
www.sugandhindia.in

## अगरबत्ती प्रोडक्ट्स का सेंटर है 3 राज्यों का बॉर्डर जिला

महाराष्ट्र का गोंदिया प्राचीन काल में गोंद राजाओं का राज हुआ करता था। घने जंगलों और गोंद, लाह, तेंदूपत्ता सहित अनेक जड़ी बूटियों और दुर्लभ वनस्पतियों की यहां सदैव प्रचुर उपलब्धता रही है। जंगलों में गोंद और लाह की बड़े पैमाने पर उपलब्धता और गोंद राजाओं के नाम पर ही इस इलाके का नाम गोंदिया पड़ा। पहले यह भंडारा जिले के तहत आता था, लेकिन वर्ष 1999 में गोंदिया को अलग जिला बना दिया गया। वर्ष 2011 की जनगणना के अनुसार 1 लाख 32 हजार की आबादी अब लगभग 2 लाख से अधिक हो चुकी है। गोंदिया अपने घने जंगलों, वन्य जीव अभ्यारण्य, पहाड़ों और प्राकृतिक गुफाओं के कारण प्रमुख पर्यटन स्थल है। इसकी भौगोलिक सीमाएं मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ से जुड़ती हैं। महाराष्ट्र की उप राजधानी नागपुर लगभग डेढ़ सौ किलोमीटर की दूरी पर है। ऐसे में गोंदिया लंबे समय से व्यापारिक केंद्र के रूप में भी रहा है। ब्रिटिश राज में यहां लाह के कई कारखाने थे और 100 वर्षों से भी अधिक समय से यहां तंबाकू और बीड़ी उद्योग भी तेजी से बढ़ा है। प्राकृतिक जड़ी-बूटियों, लोबान, गूगल आदि सुगंधित वनस्पतियों की उपलब्धता के कारण हाल के दशकों में विदर्भ के नागपुर आदि जिलों में अगरबत्ती मैनुफैक्चरिंग और रा मटेरियल्स सप्लायर के तौर पर गोंदिया की अहमियत बढ़ी है।

### महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश, छत्तीसगढ़ का सेंटर

महाराष्ट्र, छत्तीसगढ़ और मध्य प्रदेश की सीमा पर स्थित होने के कारण गोंदिया देश के बड़े ब्रांडेड अगरबत्ती और धूप उत्पादकों के सप्लायर सेंटर के तौर पर भी उभरा है। सुगंध इंडिया की मार्केट रिपोर्ट के अनुसार गोंदिया की मार्केट का असर विदर्भ के नागपुर, भंडारा, गडचिरोली आदि कई जिलों के साथ ही मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ के सीमावर्ती जिलों पर भी पड़ता है। यहां कई बड़ी कंपनियों के सीएनएफ और बड़े सप्लायर हैं, जो पूरे विदर्भ, छत्तीसगढ़ और एमपी तक सप्लायर करते हैं। जानकारी के अनुसार यहां कई बड़ी कंपनियां फैक्ट्री रेट पर माल सप्लायर करती हैं। इस कारण दोनों ही राज्यों के जिलों में यहां से अगरबत्ती और धूप उत्पादों की आपूर्ति की जाती है। मार्केट रिपोर्ट के अनुसार इसे कटिंग कहा जाता है, लेकिन यही स्थिति मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ के सीमावर्ती जिलों की भी है, क्योंकि वहां से भी माल की कटिंग महाराष्ट्र के सीमावर्ती जिलों तक होती है। गोंदिया के कई बड़े सप्लायर मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ के कई जिलों के डिस्ट्रीब्यूटर्स को सप्लायर करते हैं। यहां अगरबत्ती की मार्केट लगभग 70% और धूप की 30% मानी जाती है। गीली धूप का चलन पहले ज्यादा था, लेकिन अब बंबू लेस प्रोडक्ट्स की मांग बढ़ी है।

### लूज की भी है 15-20% मार्केट

मार्केट रिपोर्ट के अनुसार गोंदिया खुद में बड़ा बाजार न होने के बावजूद यहां अगरबत्ती उत्पादों की खपत ज्यादा है। ब्रांडेड के अलावा यहां लूज अगरबत्ती की भी 15 से 20% मार्केट है और 80% में बंगलुरु, पुणे, मुंबई, नागपुर, अहमदाबाद, इंदौर और दिल्ली आदि के प्रोडक्ट्स चलते हैं। गोंदिया में 10 और ₹20 में बॉक्स और ₹50 में जीपर पैकिंग के प्रोडक्ट्स वर्ष भर सबसे ज्यादा बिकते हैं। हालांकि त्योहारों के सीजन में ₹200 तक के प्रीमियम प्रोडक्ट की भी अच्छी खासी बिक्री होती है। ग्रामीण क्षेत्रों में भी 10-20 रुपए के बॉक्स और जीपर पैकिंग का चलन बढ़ा है। इधर बीच 400 ग्राम का जंबो जीपर पैक 100 रुपए में काफी पसंद किया जा रहा है, क्योंकि यह सस्ता और ज्यादा क्वांटिटी में होता है। यहां के बड़े रिटेल काउंटेर्स पर बालाजी, भारत दर्शन, भारतवासी, फॉरेस्ट, कर्नाटक फ्रेगरेंस, अलौकिक की अच्छी खासी मार्केट है। साइकिल व जेड ब्लैक मीडियम से लेकर प्रीमियम रेंज में काफी पसंद किए जाते हैं। रेगुलर मार्केट में अमृता एरोमेटिक, सच्चे साईं, श्रीनिवास सुगंधालय, निराली प्रोडक्ट्स, सिद्धि फ्रेगरेंस, सत्या, नागपुर का रॉकेट, श्री ट्रेडिंग कंपनी, फॉरेस्ट, शंकर परफ्यूमरी और आईटीसी सुपर मार्केट में चलता है। इसके अलावा बीआईसी, राज, मिस्बाह, ओरिएण्टल, परिमल मंदिर, रथनाम, एकेपी, अलौकिक, वसंत, विजय, ओमेगा, अभिमान, आदि भी चलते हैं।

### बंबू लेस प्रोडक्ट्स का बढ़ रहा चलन

मार्केट रिपोर्ट के अनुसार यहां धूप की मार्केट 30% है, जिसमें सबसे ज्यादा गीली धूप चलती है। ड्राई धूप के प्रोडक्ट्स भी अच्छे खासे चलते हैं। धूप में 10 और ₹20 की पैकिंग वाले प्रोडक्ट रेगुलर में चलते हैं। ₹50 और उससे अधिक कीमत वाली धूप की भी मार्केट अच्छी है। पहले मैसूर धूप सुगंध कंपनी की लक्ष्मी धूप काफी चलती थी। गीली धूप में बालाजी, रियल, जेड ब्लैक का मंथन, हरि दर्शन अच्छा चलता है। ड्राई धूप में बालाजी, सत्या, अमृता, पायनियर, ग्रह शांति और रौनक फ्रेगरेंस को लोग ज्यादा पसंद करते हैं। यह 25 से ₹50 की रेंज में है। ₹50 में 90 ग्राम का पैक चलता है कोन में अमृता का 80 ग्राम ₹50 में तथा पंड्याज चेन्नई का सांब्रानी और जेड ब्लैक का श्रीफल चलता है। प्रीमियम गीली धूप में बालाजी, रौनक और फॉरेस्ट ₹50 की रेंज में 100 ग्राम पैक चलता है। ₹20 में जीपर और ₹50 में प्रीमियम को लोग ज्यादा लेते हैं। मंथन ₹20 में सबसे ज्यादा बिकने वाला ब्रांड है। ड्राई स्टिक में फॉरेस्ट और कर्नाटक फ्रेगरेंस आदि सभी के प्रोडक्ट चलते हैं। ड्राई स्टिक में ₹50 की मांग ज्यादा है। कप में कर्नाटक फ्रेगरेंस, फॉरेस्ट और रौनक आदि चलते हैं। साइकिल का नैवेद्य बहुत बेस्ट क्वालिटी का है, लेकिन अन्य कंपनियों के कप से महंगा है।

### रंग बिरंगे चंदन टीके की मांग बढ़ी

कपूर, चंदन टीका और इत्र या रोलऑन के मामले में यहां जेड ब्लैक सहित कई कंपनियां पूजा पाठ की सभी सामग्रियों की सप्लायर करती हैं। चंदन टीका का चलन गोंदिया ही नहीं आसपास के जिलों में भी बहुत बढ़ रहा है। इसका कारण संत महात्माओं के प्रवचनों में टीका लगाने के महत्व को लोग अब मानने लगे हैं। यही कारण है कि सफेद, काला, पीला, नारंगी, लाल आदि कई रंगों के टीकों का चलन यहां बढ़ रहा है। चंदन टीका में सबसे ज्यादा हरि दर्शन और मनोहर चलते हैं। इसके अलावा कृष्ण मुरारी और देव दर्शन की भी मार्केट है। यहां पेस्ट और पाउडर दोनों ही लोग पसंद करते हैं। चंदन टीका की शुरुआत हरि दर्शन ने की थी और अब भी मार्केट में उसका दबदबा है। चंदन टीका ₹25 की एमआरपी में बिकता है। कपूर में यहां कई बड़ी मैनुफैक्चरर कंपनियां हैं, जिनमें स्वामी, गणेश, मौर्या आदि हैं। इसलिए यहां पर बाहर के दूसरे ब्रांडेड कपूर कम बिकते हैं। रोल आन और इत्र में प्रीमियम में बालाजी है। इसके अलावा रतलाम का एरोकैम, सबा फ्रेगरेंस, मजमुआ और मैप्रेट आदि भी चलते हैं। मार्केट रिपोर्ट के अनुसार गोंदिया में एक ग्राहक प्रतिमाह 100 से ₹200 की अगरबत्ती खरीदता है। त्योहारों के समय में यह और बढ़ जाता है। यहां ब्रांड लायल्टी 50-50% है। 10 में से लगभग 5 ग्राहक ब्रांड के नाम से खरीदारी करते हैं। ■



# 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)

संभारि धुंधि | सन्भरि २०२५-२६

# सोलापुर में सफारी बिग की सबसे बड़ी मार्केट: अब्दुल कदीर



सोलापुर की परवीन सेल्स कॉरपोरेशन सफारी बिग और ठकराल ग्रुप के प्रोडक्ट्स की आसपास के जिलों के प्रमुख डिस्ट्रीब्यूटर है। फर्म सफारी और जलाराम फ्रेगरेंस ब्रांड के सभी प्रोडक्ट्स की प्रमुख होलसेल सप्लायर और रिटेलर है। परवीन सेल्स के प्रमुख श्री अब्दुल कदीर अहमद इस्माइल जकलेर ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में बताया कि उनके पिता 1975 से अगरबत्ती का कारोबार करते थे। पहले वह साइकिल पर फेरी लगाते थे। इसके बाद 1989 में परवीन सेल्स कॉरपोरेशन की स्थापना हुई और और एक रिटेल शॉप भी खोली। उन्होंने बताया कि सबसे पहले उनके यहां, मराठा केवड़ा ब्रांड का काम शुरू किया गया था। फिर सफारी बिग ब्रांड का काम मिला। इसके अलावा बेंगलुरु की भी बहुत सारी कंपनियों का भी काम उनके पास है। इस वक्त सफारी बिग के अलावा जलाराम फ्रेगरेंस, ओसवाल, रियल, अरिहंत, अमृता, अंबर, साइकिल, वासु, फॉरेस्ट, धनलक्ष्मी, कर्नाटक फ्रेगरेंस, अहमदाबाद का नीव इंटरनेशनल व मदुरै का काम है। उन्होंने बताया कि पवनराज, गुडलक, फर्स्ट चॉइस, एके प्रोडक्ट्स, मिस्बाह, एआर इंडस्ट्रीज, श्रीधन, परिमल मंदिर, महालक्ष्मी, देवदर्शन, श्री ट्रेडिंग कंपनी, रोशन, ओके कपूर, ओसियन अगरबत्ती और सबा फ्रेगरेंस सहित कई कंपनियों के डिस्ट्रीब्यूशन का काम उनके पास है।

**अ** अब्दुल कदीर भाई ने सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में बताया कि वह मुख्य रूप से सोलापुर, बीजापुर और बागलकोट तक के 300 किलोमीटर के दायरे में सप्लाय करते हैं। साथ ही अमेरिका, यूके, दुबई और मुंबई से भी बहुत सारे ग्राहक उनसे रिटेल माल लेते हैं। उन्होंने बताया कि उनका मुख्य काम सफारी बिग का है और उनके यहां सबसे ज्यादा सफारी बिग और फिर जलाराम फ्रेगरेंस के प्रोडक्ट की सप्लाय और रिटेल बिक्री होती है। सोलापुर के आसपास के 300 किलोमीटर में लगभग 1300 काउंटर तक उनका सप्लाय नेटवर्क है। कॉस्मेटिक शॉप्स, किराना स्टोर, सुपर मार्केट, जनरल स्टोर और पान की दुकान तक सप्लाय करते हैं। उन्होंने बताया कि चूंकि

अब्दुल कदीर भाई ने कपूर की मार्केट संबंधी सवाल के जवाब में बताया कि कपूर की यहां लोकल फैक्ट्रियां बहुत हैं, जो कंपनी से सस्ता और अच्छा प्रोडक्ट देती हैं। फिर भी मंगलम और कुछ अन्य ब्रांड भी यहां चलते हैं। उनके यहां जालाराम और ओके ब्रांड अच्छा बिकता है। सांब्राणी कप में महालक्ष्मी और गुड लक का चिंतन चलता है। साइकिल के नैवेद्य की भी मार्केट है लेकिन वह दूसरे प्रोडक्ट की तुलना में महंगा है, जबकि लोग सस्ता और अच्छा चाहते हैं। फर्स्ट चॉइस के चिरंतन की भी बिक्री है। उन्होंने कहा कि इत्र में वह रतलाम का एरोकेम और केलकर के प्रोडक्ट बेचते हैं। यहां इत्र की अच्छी मार्केट है।

उनका इत्र का भी काम है। इसलिए कॉस्मेटिक शॉप्स में भी उनकी सप्लाई है। फेरी वाले भी हमसे माल लेते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि सोलापुर अगरबत्ती की बहुत अच्छी मार्केट है और यहां सबसे ज्यादा सफारी बिग ब्रांड चलता है। इसके बाद धनलक्ष्मी, जालाराम, फर्स्ट च्वाइस, गुड लक, अमृता, अंबर और फॉरेस्ट है, लेकिन हमारे यहां सफारी और जालाराम के प्रोडक्ट्स की सबसे ज्यादा होलसेल सप्लाई और रिटेल बिक्री है। उन्होंने बताया कि इसके अलावा साइकिल, जेड ब्लैक, बालाजी, रियल की भी यहां मार्केट है।

सोलापुर की मार्केट संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां ₹10 वाली पैकिंग सबसे ज्यादा बिकती है। जीपर का चलन भी बहुत बढ़ा है। सुपरमार्केट और फेरी वाले जीपर सबसे ज्यादा लेते हैं। इसके अलावा त्योहारों के सीजन में प्रीमियम क्वालिटी के

प्रोडक्ट बहुत चलते हैं। उन्होंने बताया कि यहां अगरबत्ती का चलन 80% और धूप 20% है। धूप में चंडीगढ़ का देव दर्शन, जेड ब्लैक का मंथन, मिस्बाह, श्रीधन आदि ब्रांड चलते हैं, लेकिन गीली धूप में देव दर्शन और मंथन की सबसे ज्यादा मांग है। सूखी धूप में महालक्ष्मी, मिस्बाह, अमृता और जार पैकिंग में सफारी बिग सबसे ज्यादा चलता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां गीली धूप ज्यादा चलती है और उसमें भी देव दर्शन की मार्केट सबसे ज्यादा है, क्योंकि वह 60 वर्षों से बिक रहा है, देसी घी से निर्मित है और लोगों को ब्रांड पर विश्वास है। हालांकि सच्चाई भी है कि उसकी

खुशबू बहुत अच्छी है। धूप में यहां 10, 15 और ₹20 की अच्छी मार्केट है। त्योहारों के सीजन में 50-60 रुपए की एमआरपी वाले प्रोडक्ट भी बिकते हैं, जिसमें मिस्बाह और एआर अच्छे चलते हैं।

अब्दुल कदीर भाई ने कपूर की मार्केट संबंधी सवाल के जवाब में बताया कि कपूर की यहां लोकल फैक्ट्रियां बहुत हैं,

**उन्होंने बताया कि वह चंदन टीका का काम नहीं करते, लेकिन मार्केट में टॉप्सी अच्छा चलता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां रिटेल में ब्रांड के नाम से 10 में से 8-9 ग्राहक खरीदारी करते हैं और उसमें भी सबसे ज्यादा बिग सफारी की मांग लोग करते हैं। यहां आमतौर पर एक ग्राहक ₹500 के प्रॉडक्ट्स खरीदता है, जबकि प्रीमियम प्रोडक्ट के खरीदार 4-5 हजार रुपए की खरीदारी करते हैं।**

जो कंपनी से सस्ता और अच्छा प्रोडक्ट देती हैं। फिर भी मंगलम और कुछ अन्य ब्रांड भी यहां चलते हैं। उनके यहां जालाराम और ओके ब्रांड अच्छा बिकता है। सांब्राणी कप में महालक्ष्मी और गुड लक का चिंतन चलता है। साइकिल के नैवेद्य की भी मार्केट है लेकिन वह दूसरे प्रोडक्ट की तुलना में महंगा है, जबकि लोग सस्ता और अच्छा चाहते हैं। फर्स्ट चॉइस के चिरंतन की भी बिक्री है। उन्होंने कहा कि इत्र में वह रतलाम का एरोकेम और केलकर के प्रोडक्ट

बेचते हैं। यहां इत्र की अच्छी मार्केट है। रमजान में बखूर सबसे ज्यादा चलता है, लेकिन आमतौर पर 40 से ₹50 की मार्केट यहां है। उन्होंने बताया कि वह चंदन टीका का काम नहीं करते, लेकिन मार्केट में टॉप्सी अच्छा चलता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां रिटेल में ब्रांड के नाम से 10 में से 8-9 ग्राहक खरीदारी करते हैं और उसमें भी सबसे ज्यादा बिग सफारी की मांग लोग करते हैं। यहां आमतौर पर एक ग्राहक ₹500 के प्रॉडक्ट्स खरीदता है, जबकि प्रीमियम प्रोडक्ट के खरीदार 4-5 हजार रुपए की खरीदारी करते हैं। ■

# ट्रेड का भविष्य उज्ज्वल लेकिन बदल रहा मार्केटिंग ट्रेड: वकील जाजम

## गोंदिया में जेड ब्लैक का काम करती है न्यू महाराष्ट्र एजेंसी



अगरबत्ती उद्योग का भविष्य बेहतर है और यह आगे बढ़ता ही जाएगा, लेकिन दशकों से प्रोडक्ट्स की मार्केटिंग और सप्लाय चैन का तरीका तेजी से बदलने लगा है। सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में न्यू महाराष्ट्र एजेंसी गोंदिया के प्रमुख श्री वकील जाजम ने कहा कि एजेंसी का फ्यूचर खत्म हो रहा है ! उसकी जगह डी मार्ट और कई बड़ी कंपनियां काम कर रही हैं। बड़े-बड़े स्टोर्स, मॉल और खास तौर पर एक प्रोडक्ट के लिए बनाए गए बड़े-बड़े काउंटर के कारण एजेंसी के जरिए डिस्ट्रीब्यूशन का नेटवर्क कमजोर हो रहा है, जो आने वाले वर्षों में पूरी तरह खत्म हो जाएगा ! उन्होंने कहा कि बड़ी-बड़ी कंपनियों के डिपो खुल गए हैं और वह कैश पर काम करते हैं। ऐसे में एजेंसी और डिस्ट्रीब्यूटर्स के यहां कंपनियां माल डंप करके क्यों काम करेंगी। साथ ही ऑनलाइन सेल भी बढ़ी है और नई पीढ़ी मार्केटिंग के इस तरीके को ज्यादा पसंद कर रही है। न्यू महाराष्ट्र एजेंसी गोंदिया में 1998 से काम कर रही है और उसके पास बजाज, डार, लिज्जत पापड़, ब्रांडेड चाय की पत्तियों और जेड ब्लैक सहित 20 से अधिक कंपनियों का काम है।

**सु**गंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में वकील भाई ने बताया कि उनके पास कई एफएमसीजी कंपनियों का काम है। अगरबत्ती का काम उन्होंने वर्ष 2003 से जेड ब्लैक से शुरू किया था। वह जेड ब्लैक के डिपो से माल लेते हैं और वह गोंदिया के एक दो इलाकों को छोड़कर पूरी मार्केट में सप्लाय करते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि गोंदिया में जेड ब्लैक का दबदबा है। यहां के अगरबत्ती धूप और पूजा पाठ सामग्रियों की

70% मार्केट पर उसका कब्जा है। 30% में दूसरी अन्य कंपनियों के प्रोडक्ट्स बिकते हैं। जेड ब्लैक के दो से ढाई सौ प्रोडक्ट हैं और न्यू महाराष्ट्र एजेंसी में उसके सभी प्रोडक्ट उपलब्ध रहते हैं। उन्होंने बताया कि सबसे ज्यादा मंथन पाउच बिकता है। इसके अलावा 3 इन 1, चंदन, मोगरा और गुलाब चलता है। अष्टगंध चंदन टीका, अलसी तेल, घी, गुलाब जल, इत्र, कपूर और हवन सामग्री आदि सभी प्रोडक्ट उनके यहां चलते हैं। वकील भाई ने एक सवाल के

जवाब में कहा कि जेड ब्लैक के ₹10 से लेकर डेढ़ हजार रुपए दर्जन तक का माल उनके यहां है। प्रीमियम प्रोडक्ट्स त्योहारों में ज्यादा चलते हैं। इसके अलावा उनके मिस्टी धूप, वंडरफुल, संदल, 3 इन 1 और आरिज प्रोडक्ट्स की मार्केट सबसे ज्यादा है। गोंदिया मार्केट संबंधी सवाल के जवाब में बताया कि यहां अगरबत्ती की मार्केट तेजी से बढ़ रही है और उसमें बड़ा शेर जेड ब्लैक का है। उसका सांब्रानी और सूखी धूप भी बहुत चलती है और सांब्रानी में श्रीफल और बंबू लेस की भी मार्केट है। जेड ब्लैक के अगरबत्ती रेंज के प्रोडक्ट्स भी बहुत ज्यादा चलते हैं। धूप में 10, 20 और ₹100 तक के प्रोडक्ट हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि बंबू लेस प्रोडक्ट्स की मार्केट तेजी से बढ़ रही है। यहां 60% धूप और 40% में अगरबत्ती की मार्केट है। जेड ब्लैक के 10 और ₹20 वाले जीपर प्रोडक्ट बहुत चलते हैं। उन्होंने बताया कि गोंदिया में बॉक्स का चलन कम है। जीपर में वजन ज्यादा है और वह लोग पसंद कर रहे हैं।

गोंदिया में बिकने वाले अन्य ब्रांडेड प्रोडक्ट संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां बालाजी, साइकिल, बिग बेल का कच्चा बेला, अमृता, लक्ष्मी की भी अच्छी मार्केट है और जेड ब्लैक से उनका मुकाबला है। उन्होंने बताया कि हम हर छोटे बड़े काउंटर पर सप्लाय करते हैं। सुपर बाजार, लोकल मार्केट और पान की दुकानों में भी अगरबत्ती की बिक्री बहुत होती है। इसलिए वहां भी सप्लाय करते हैं। उन्होंने बताया कि गोंदिया अपने में बहुत बड़ी मार्केट नहीं है, लेकिन 30 किलोमीटर में मध्य प्रदेश और 50 किलोमीटर में छत्तीसगढ़ की सीमा शुरू हो जाती है। इसलिए यहां की मार्केट का असर इन राज्यों पर भी होता है और माल की कटिंग खूब होती है। दो राज्यों का सेंटर होने के कारण गोंदिया में फैक्ट्री रेट पर माल मिलता है। इसलिए पड़ोसी राज्यों के सीमावर्ती इलाकों से भी खरीदारी करने लोग आते हैं। हालांकि मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ का भी माल इधर आता है, लेकिन गोंदिया एक खास लोकेशन पर स्थित होने के कारण अगरबत्ती मार्केट के लिए बहुत बेहतर है। ■

"Your Industrial Drying Best Friend In Any Season."



ठंडी हो या बारिश बत्ती  
३ - ४ घंटे में सूख जाती है।



32 kg Dryer



250 kg dryer



Dhoop stick dryer

## AGARBATTI & DHOOP STICK DRYER

Agarbatti: 3 - 4 Hours Drying Time

Dhoop : 5 - 6 Hours Drying Time

Running successfully since 8 Years



Dhoop  
Stick  
Dryer

100 to  
20,000  
Kgs/Day

Dhoop  
Cone  
Dryer

100 to  
20,000  
Kgs/Day

Dhoop  
Cup  
Dryer

100 to  
20,000  
Kgs/Day

Computer  
Sambrani  
Dryer

100 to  
20,000  
Kgs/Day

Agarbatti/  
Incense Stick  
Dryer

250 to  
50,000  
Kgs/Day

### KEY POINTS

- 1 High performance & low drying cost
- 2 Fast drying even in monsoon season
- 3 Minimize bending issues
- 4 Reduces breakages of the sticks
- 5 No fungal development
- 6 Maintains an even dipping ratio
- 7 Ensures uniform drying

Steamtech Innovative Machinery Pvt. Ltd.

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

**CONTACT**  
**+91 85111 46990**



hello@simpdryers.com  
www.simpdryers.com

# गोंदिया में लद्दाराम एंड संस का है बड़ा नाम



अगरबत्ती और धूप उद्योग धीरे-धीरे एमएसएमई उद्यम से आगे बढ़ रहा है और इस लिहाज से इसकी मार्केटिंग भी बढ़ी है, लेकिन 100 साल पहले जब यह उद्योग आज जैसा नहीं था तब भी अगरबत्ती उत्पादों की बड़ी कंपनियां और सप्लाय चैन के लिए एजेंसियां होती थीं। लद्दाराम एंड संस फर्म गोंदिया में आधा दर्जन अगरबत्ती कंपनियों की सीएनएफ और रिटेल कारोबार में है। लद्दाराम एंड संस के प्रमुख अशोक लद्दाराम ठकरानी ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में बताया कि उनके परदादा देश के बंटवारे के बाद यहाँ आ गए थे और मुंबई की मैसूर अगरबत्ती कंपनी, केके एंड संस नागपुर के अलावा बेंगलुरु की कई कंपनियों के प्रोडक्ट्स का काम करने लगे थे। उस समय भी उनका अगरबत्ती डिस्ट्रीब्यूशन का काम था। गोंदिया में लद्दाराम एंड संस 1984 से अगरबत्ती, धूप और पूजा पाठ सामग्रियों की प्रमुख सप्लायर हैं। साथ ही वह कई कंपनियों के सीएनएफ और रिटेल शॉप भी है।



**अ** शोक लद्दाराम ठकरानी ने सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में बताया कि इस समय उनके पास अशोक ट्रेडिंग कंपनी, शंकर परफ्यूमरी, फॉरेस्ट फ्रेगरेंस, कर्नाटक फ्रेगरेंस, एके प्रोडक्ट्स, सबा प्रोडक्ट्स और राज फ्रेगरेंस का 20 वर्षों से मध्यप्रदेश, छत्तीसगढ़ और विदर्भ के कुछ जिलों में सीएनएफ का काम है। गोंदिया में लद्दाराम एंड संस की रिटेल शॉप है, जहां वह ओरिएंटल, अलौकिक, बीआईसी, बालाजी, परिमल मंदिर, मंगलम, जयंत, विजय और वाला परफ्यूमरी सहित लगभग 80 से 90 ब्रांडेड कंपनियों के प्रोडक्ट्स रखते हैं। महाराष्ट्र की भी कई कंपनियों का काम उनके पास है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हमारी मुख्य मार्केट गोंदिया, गडचिरोली और भंडारा है। इसके अलावा मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़ के कई जिलों में उनके डिस्ट्रीब्यूटर पार्टियां हैं, जिनको वह सप्लाई करते हैं। उन्होंने कहा कि अगरबत्ती का कारोबार पहले बहुत अच्छा था, लेकिन इधर तीन-चार वर्षों से यह कम मजेदार हो गया है, क्योंकि बहुत सारी कंपनियां हो गई हैं और लोकल उत्पादक बहुत बढ़ गए हैं। इसलिए मार्केट में सभी का हिस्सा है। खपत जरूर बढ़ी है, लेकिन शेयर भी बंट गया है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि गोंदिया की मार्केट बहुत बड़ी नहीं है, लेकिन फिर भी काफी है, क्योंकि हम बीते 4 दशक से काम कर रहे हैं और आसपास के राज्यों और जिलों में भी काम है इसलिए काम अच्छा चल रहा है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि आजकल धूप की बिक्री काफी बढ़ी है। गीली धूप पहले भी चलती थी, लेकिन इधर ड्राई स्टिक और बंबू लेस की भी मार्केट बन गई है। पहले मैसूर धूप सुगंध कंपनी और लक्ष्मी कंपनी की धूप थी। उस समय केवल वही बिकती थी। इसके बाद हरि दर्शन मार्केट में आया, तो गीली धूप का चलन बहुत बढ़ गया। उन्होंने बताया कि गीली धूप की बिक्री अभी भी काफी ज्यादा है और यह धारणा गलत है कि उसे केवल खोमचा, रेहड़ी-पटरी वाले ही जलाते हैं। घरों में भी लोग उसका इस्तेमाल कर रहे हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि अगरबत्ती में प्रीमियम के भी यहां अच्छे खासे ग्राहक हैं। पूजा और त्योहार के समय ₹200 का पैकेट भी आसानी से बिक जाता है, लेकिन वर्ष भर 10 और ₹20 के बॉक्स और ₹50 में बिकने वाले जीपर चलते हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में 10 और 20 रुपए का चलन पहले ज्यादा था, लेकिन अब वहां भी जीपर की सेल बढ़ी है। सबसे ज्यादा जंबो जीपर पैक लोग लेते हैं। जंबो जीपर में माल ज्यादा है और वह सस्ता पड़ता है। 400 ग्राम का पैक लेने पर एक परिवार में एक दो माह तक वह आसानी से चल जाता है। ₹100 में 400 ग्राम का पैक लोग आसानी से ले लेते हैं।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि उनके काउंटर पर सोना-चांदी, बालाजी, भारत दर्शन, भारतवासी, फॉरेस्ट, कर्नाटका फ्रेगरेंस, शंकर, अलौकिक की बहुत ज्यादा मांग है। जेड ब्लैक और साइकिल की भी बिक्री है। उन्होंने बताया कि यहां भी ग्राहक नए फ्रेगरेंस और मार्केट में आई नई चीज की मांग करते हैं। साइकिल भी एक क्वालिटी प्रोडक्ट है, जो काफी चलता है। यहां मीडियम और प्रीमियम दोनों की मार्केट है, लेकिन महंगे प्रोडक्ट त्योहारों पर ही ज्यादा चलते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती की बिक्री सबसे ज्यादा लगभग 70% है और 30% में धूप के प्रोडक्ट्स चलते हैं, जिनमें गीली धूप, ड्राई स्टिक, बंबू लेस और सांब्रानी हैं। उन्होंने बताया कि गीली धूप में जेड ब्लैक, साइकिल, पायनियर, ग्रह शांति, रौनक फ्रेगरेंस, हरि दर्शन चलते हैं। यह सभी 10 से ₹20 की पैकिंग वाले हैं। प्रीमियम गीली धूप में बालाजी, रौनक

एआर प्रोडक्ट, फॉरेस्ट है, जो ₹50 की रेंज में 100 ग्राम का पैक देते हैं। ₹20 में जीपर और ₹50 में प्रीमियम धूप लोग आसानी से ले लेते हैं। उन्होंने बताया कि मंथन का ₹20 का पैक सबसे ज्यादा बिकता है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि ड्राई स्टिक में फॉरेस्ट, कर्नाटक फ्रेगरेंस आदि सभी के प्रोडक्ट चलते हैं। प्रोडक्ट आमतौर पर दुकानदारों के मुताबिक भी बिकता है। दुकानदार ग्राहक को बता देता है कि यह ब्रांड ज्यादा अच्छा है, तो ग्राहक उसे आसानी से ले लेते हैं। ड्राई स्टिक में ₹50 एमआरपी वाले प्रोडक्ट ज्यादा चलते हैं। सांब्रानी स्टिक में लक्ष्मी और श्रीफल चलते हैं और कप में कर्नाटक फ्रेगरेंस, फॉरेस्ट, रौनक और साइकिल का नैवेद्य ज्यादा पसंद किया जाता है। उन्होंने बताया कि कपूर में मंगलम के अलावा 555, 505, 333 और

इसके बाद हरि दर्शन मार्केट में आया, तो गीली धूप का चलन बहुत बढ़ गया। उन्होंने बताया कि गीली धूप की बिक्री अभी भी काफी ज्यादा है और यह धारणा गलत है कि उसे केवल खोमचा, रेहड़ी-पटरी वाले ही जलाते हैं। घरों में भी लोग उसका इस्तेमाल कर रहे हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि अगरबत्ती में प्रीमियम के भी यहां अच्छे खासे ग्राहक हैं। पूजा और त्योहार के समय ₹200 का पैकेट भी आसानी से बिक जाता है, लेकिन वर्ष भर 10 और ₹20 के बॉक्स और ₹50 में बिकने वाले जीपर चलते हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में 10 और 20 रुपए का चलन पहले ज्यादा था, लेकिन अब वहां भी जीपर की सेल बढ़ी है। सबसे ज्यादा जंबो जीपर पैक लोग लेते हैं। जंबो जीपर में माल ज्यादा है और वह सस्ता पड़ता है। 400 ग्राम का पैक लेने पर एक परिवार में एक दो माह तक वह आसानी से चल जाता है। ₹100 में 400 ग्राम का पैक लोग आसानी से ले लेते हैं।

सरस्वती चलते हैं, चूंकि यहां स्वामी व गणेश जैसी कई कंपनियां प्रोडक्शन करती हैं। इसलिए उनकी भी बहुत ज्यादा बिक्री है। चंदन टीका में हरी दर्शन की एकतरफा मार्केट है। चंदन टीका की शुरुआत उसी ने की थी। उन्होंने बताया कि यहां पेस्ट की बिक्री ज्यादा है, जो ₹25 में बिकता है। इसके अलावा कृष्ण मुरारी, देव दर्शन और मनोहर का अष्टगंध भी चलता है। इत्र और रोल आन में बाला भावनगर, सबा फ्रेगरेंस, भी चलते हैं, लेकिन सबसे ज्यादा ऐरोकेम अपने क्वालिटी और रेट के दम पर चलता है। हालांकि नेमत कंपनी का मजमुआ और मैग्रेट भी अच्छे चलते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां एक ग्राहक औसतन 100 से ₹200 के प्रोडक्ट्स प्रतिमाह खरीदता है और 10 में से तीन-चार ग्राहक ही ब्रांड के नाम से खरीदारी करते हैं। ■

# सत्संग से बढ़ा रंग-बिरंगे टीकों का चलन: राकेश भाई पटेल



## गोंदिया में हरि दर्शन व मनोहर का सबसे ज्यादा चलता है चंदन-टीका व अष्टगंध

हाल के वर्षों और खास तौर पर कोरोना महामारी के बाद से आम लोगों में धार्मिक विश्वास और पूजा-पाठ के प्रति आस्था बढ़ी है। यही कारण है कि अगरबत्ती व धूप सहित तमाम पूजा सामग्रियों की मार्केट तेजी से बढ़ रही है। वहीं धार्मिक प्रवचन कर्ताओं और साधु-महात्माओं के सत्संग के कारण माथे पर टीका चंदन करने का चलन भी बढ़ा है। जेके ब्रदर्स गोंदिया के प्रमुख राकेश भाई पटेल ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि चंदन टीका लगाने वालों की संख्या में भारी वृद्धि हुई है। पहले कुछ लोग पीला चंदन लगाते थे, लेकिन अब सफेद, काला, ऑरेंज, लाल आदि रंग के टीका चंदन लगाने का महत्व बढ़ा है। उन्होंने बताया कि गोंदिया में हरि दर्शन और मनोहर का चंदन टीका सबसे ज्यादा चलता है। यहां पेस्ट और पाउडर दोनों ही प्रकार के टीके बिकते हैं। विभिन्न रंग के टीकों के इस्तेमाल पर उन्होंने कहा कि प्रवचन कर्ताओं, साधु और महात्मा अपने भक्तों को जिस रंग के चंदन लगाने का सुझाव अथवा समस्या के निदान हेतु उपाय बताते हैं लोग उसी रंग का टीका खरीदते हैं।

**रा**केश भाई पटेल ने सुगंध इंडिया को बताया कि 44 वर्ष पूर्व उन्होंने बेंगलुरु की अगरबत्ती कंपनी अनंत से काम शुरू किया था। फिर उन्होंने जयंती, बालाजी, एएस अगरबत्ती सहित 4-5 कंपनियों का काम किया। जेके ब्रदर्स गोंदिया में 44 वर्षों से अगरबत्ती के कारोबार में है और इस वक्त फर्म के पास एएस अगरबत्ती बंगलुरु, रियल फ्रेगरेंस पुणे, बालाजी, अमृता एरोमेटिक बंगलुरु, सच्चे साईं, श्रीनिवास सुगंधालय सत्या, एरोकेम, निराली प्रोडक्ट, सिद्धि फ्रेगरेंस और रॉकेट सहित 10-11 कंपनियों का काम है। फर्म की गोंदिया से लेकर गडचिरोली तक सप्लाय चैन

है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां बेंगलुरु, अहमदाबाद के अलावा पुणे, नागपुर और इंदौर की ब्रांडेड कंपनियों के भी प्रोडक्ट्स काफी चलते हैं। साथ ही स्थानीय उत्पादकों की भी अच्छी खासी मार्केट है। साथ ही यहां लूज की भी अच्छी मार्केट है, लेकिन यह नागपुर की तुलना में काफी कम है। यहां 160 से लेकर 300 रूपए प्रति किलो तक के लूज प्रोडक्ट भी चलते हैं। ज्यादा क्वांटिटी, कम कीमत और ठीक-ठाक खुशबू के कारण उसके ग्राहक बढ़ रहे हैं। उन्होंने कहा कि इस वक्त 15 से 20% मार्केट लूज प्रोडक्ट की हो गई है। फिर भी 80% मार्केट में ब्रांडेड कंपनियों का

कब्जा है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां अगरबत्ती का अच्छा बाजार है और श्री ट्रेडिंग कंपनी, फॉरेस्ट, शंकर परफ्यूमरी, अमृता एरोमेटिक और बालाजी टॉप पर बिकते हैं। जेड ब्लैक और साइकिल की भी अच्छी मार्केट है।

उन्होंने बताया कि आईटीसी ज्यादातर सुपर मार्केट में चलता है। पहले यहां ₹10 के प्रोडक्ट्स की मार्केट ज्यादा थी, लेकिन अब ₹20 का पैक काफी चलता है। फिर भी सबसे ज्यादा 70-75 रूपए की एमआरपी वाले जीपर ज्यादा बिकते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हाल के वर्षों में धूप का चलन तेजी से बढ़ा है। पहले 10 और ₹20 वाले ही बिकते थे, लेकिन अब 50-60 और 80 रूपए में भी वह बिकता है। धूप की मार्केट अब बढ़कर 30% हो गई है, जबकि अगरबत्ती का चलन अभी भी 70% है। धूप में सबसे ज्यादा चलन गीले का है, लेकिन अब ड्राई धूप भी तेजी से बढ़ रही है। उन्होंने बताया कि धूप में ₹50 वाले प्रोडक्ट्स की खुशबू अच्छी होती है। गीली धूप में बालाजी और रियल ज्यादा चलते हैं। यह 10, 20 और ₹50 की रेंज में है। जेड ब्लैक का ₹20 में काफी अच्छा चलता है और ₹20 वाली मार्केट में उसका दबदबा है। ड्राई धूप में बालाजी, सत्या और अमृता को लोग ज्यादा पसंद करते हैं। अमृता 25 और ₹50 में चलता है। ₹50 में 90 ग्राम का पैक है और कोन में भी अमृता का 80 ग्राम वाला पैक 50 रूपए में चलता है।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि सांब्रानी में चेन्नई के पांड्या और जेड ब्लैक का श्रीफल चलता है। सांब्रानी कप की इंधर मार्केट कम है। रियल के कप चलते हैं। इसके अलावा थोड़ा बहुत सभी ब्रांड के कप बिकते हैं। उन्होंने बताया कि कपूर में यहां गोंदिया में 3-4 फैक्ट्रियां हैं और उनके प्रोडक्ट काफी चलते हैं। उन्होंने कहा कि यहां लोग क्वालिटी के प्रोडक्ट पसंद करते हैं। इसके अलावा बाहर के भी कुछ कपूर चलते हैं। चंदन टीका की मार्केट इंधर जरूर बढ़ी है और उसमें हरि दर्शन और मनोहर सबसे ज्यादा हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि औसतन यहां एक ग्राहक ₹100 खर्च करता है। वह ज्यादा क्वांटिटी में सस्ता और हल्की खुशबू चाहता है, लेकिन जो थोड़ा बेहतर प्रोडक्ट चाहते हैं। वह दो से ढाई सौ रूपए तक की खरीदारी करते हैं। उन्होंने कहा कि 10 में से पांच ग्राहक ही ब्रांड के नाम से यहां खरीदारी करता है। ■



# ELEVATE YOUR CREATION WITH H.R.A. ESSENTIAL OIL FACTORY

## WHY CHOOSE HRA ESSENTIAL OILS?

Tailored Excellence: From fragrance to cosmetics, aromatherapy & pharmaceutical industries, our diverse range of oils caters to unique need of your industry. Partner with us to discover custom solutions that elevate your formulations to extraordinary heights



## TRANSFORM YOUR PRODUCTS TODAY!

Join the ranks of discerning manufacturers who trust HRA Essential Oils to infuse their creations with nature's finest offerings. Elevate your brand, captivate your audience, and unlock the full potential of your products with HRA Essential Oils.




 Sandalwood Essential Oil	 Cypril (Nagarmotha) Essential Oil	 Lavender Essential Oil	 Eucalyptus Essential Oil	 Peppermint Essential Oil
 Rose Essential Oil	 Vetiver Essential Oil	 Lemongrass Essential Oil	 Citronella Essential Oil	

Dive into a world where nature's essence intertwines with your creations, elevating them to new heights of excellence. Welcome to HRA Essential Oil Factory, where craftsmanship meets innovation, and every drop tells a story of purity and passion

For Inquiries  
And Collaborations

Address:  
Head Office & Factory; Haji Ganj, Kannauj 209 725 (UP), India

### CONTACT US AT

 [info@hraessentialoil.com](mailto:info@hraessentialoil.com)
 [hareem@hraessentialoil.com](mailto:hareem@hraessentialoil.com)  
 [www.hraessentialoil.com](http://www.hraessentialoil.com)
 +91 9935327008, 9807307779



# 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



Estd. 2001

**GOBLIN**

*we're about luggage*

# Bag & Accessories Company

Starting Price From

**₹100**

PROMOTIONAL GIFTINGS

CORPORATE SCHEMES

BULK ORDERS



CHEST BAG



HAND BAG



OFFICE BAG



MESSENGER BAG



DUFFLE BAG



BACKPACK



SLING BAG



Discover affordable luxury: introducing our new & customisable bag collection.

**GOBLIN INDIA LTD.**

**CONTACT US : +91 99099 61224 / +91 9879056471**

1st Floor, Camex House, Stadium-Commerce Road, Navrangpura, Ahmedabad - 380009. India

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

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

[@goblinluggage](https://www.instagram.com/goblinluggage)

[Goblin India](https://www.facebook.com/GoblinIndia)

WE ARE AVAILABLE ON:

[Flipkart](#)

[Jiomart](#)

[amazon](#)

# KEMON ACHO KOLKATA?

BEFORE  
FESTIVAL SEASON 2026

3<sup>rd</sup> Edition

SUGANDH INDIA  
MAGAZINE DEDICATED TO INCENSE INDUSTRY सुगंध इंडिया

INTERNATIONAL  
Incense & Fragrance

EXPO

4th - 5th April 2026

KOLKATA

4th & 5th  
April 2026  
Kolkata

Call: +91 7838312431

✉ sugandhindiam@gmail.com

🌐 www.sugandhindia.in

▶ SugandhIndia

🌐 sugandhindia

👍 SugandhIndiaM

आपका अपना... 75



# राजकमल®

अगरबत्ती, धूप  
एवम् अन्य पूजा सामग्री

उच्चकोटि की पारंपरिक भारतीय सुगन्ध  
का प्रतिष्ठान **राजकमल®**



Mfd. by : BHARTIYA DHOOP KARYALAYA PVT. LTD.

H.O. 409, KATRA MAIDGRAN KHARI BAOLI, DELHI 110006

B.O. H-72, SECTOR-63, NOIDA - 201301, DISTT - G.B. NAGAR (U.P.)

visit us at :

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

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

Customer Care : 09212698545

e-mail : [enquiry@rajkamalbdk.com](mailto:enquiry@rajkamalbdk.com)



नाम आपका काम हमारा

# Attack

Mosquito Coil Sticks

**BIG WHOLE SALE SCHEME**

मात्र 7200/- रु पेटी

**30 Peti Attack**



32 inch LG Smart TV Free

**60 Peti Attack**



43 inch LG Smart TV Free

**90 Peti Attack**



50 inch LG Smart TV Free

**120 Peti Attack**



55 inch Samsung Smart TV Free



**HURRY UP!**

- ✓ 100% पेमेंट अडवांस
- ✓ गोंदिया से 1000 की. मी. तक डिलीवरी फ्री

## GAYATRI AGARBATTI WORKS & INDUSTRIES

- 📍 Plot No.62/A, Sardar Bhagat Singh Ward, Ward No.5, Marartoli, Gondia - 441614
- ☎ Office No. +91 8208352406 / 9371639924 ✉ gayatriagarbatti.g@gmail.com



**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

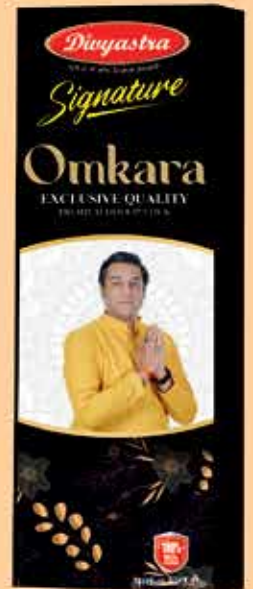
For any complaints or feedback contact  
our customer care head at manufacturing  
Address Phone No.  
[www.rathorebrothers.com](http://www.rathorebrothers.com)  
[fb.com/deepsagar](https://fb.com/deepsagar)  
**REGD. NO. 891969**



# प्राथना दिल से..



COMING  
SOON



## BAMBOO LESS

**DPB PRODUCTS**

Unit 1

13, G.I.D.C., Nr. Jupiter Chokadi, Makarpura, Vadodara  
Customer Care No. +91 7228847474

E-Mail : [feedback@divyastra.store](mailto:feedback@divyastra.store)

Mfg. By :



Unit 2

A/7 site - I Panki Industrial Area,  
Panki Kanpur Nagar, Uttar Pradesh - 208020

Website : [www.divyastra.store](http://www.divyastra.store)

[facebook.com/dpb.divyastra](https://www.facebook.com/dpb.divyastra)



CALL FOR BUSINESS ENQUIRY :  
**+91 7228847474**

Shop Now

