

₹100/-

SUGANDH INDIA

MAGAZINE FOR THE FRAGRANCE INDUSTRY

सुगंध इंडिया

VOL: 14 ISSUE: 07 JULY-2025

सम्पूर्ण सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका

आशावा

तेल से hope



Aashaa, jo har pooja ko poorn banati hai

57 YEARS TRUST



GT GROUP

SACHEE®

Crafting the finest Fragrances, Flavours
and Olfactory Experience since 1983

Pet Care & Grooming

*Fragrance artistry
for pet wellness*

Our pets are more than companions — they're family. That's why we've developed safe, soothing fragrances for shampoos, conditioners, and body oils tailored specially for them. In a thriving pet care market, our scents stand out — winning hearts of pet parents and groomers alike.

Shampoos | Conditioners | Body Oils

SACHEE FRAGRANCES & CHEMICALS LTD.

D-11 & D-12, Sector 2, Noida - 201301

E: sales@sacheefragrances.com

T: (0120) 2536111 | 2536222

W: www.sacheefragrance.com



| 2546643
es.com

+91-8851951516

info@sacheefragrances.com



IFRA CERTIFIED

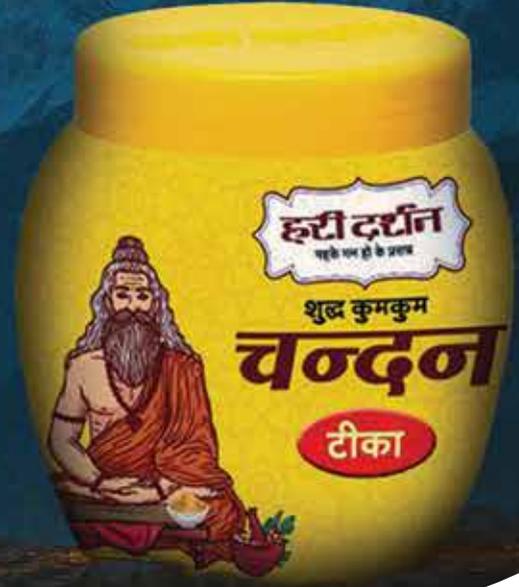


Hari Darshan

Mehke Mann, Hoke Prasann



परंपरा
में प्रथम,
शुद्धता में
सर्वोत्तम



Other Variants



Distributors Enquiries Welcome

Hari Darshan Sevashram Pvt. Ltd.

For Trade Enquiry: 9891089000 | admin@haridarshan.com

Facebook: HariDarshanIndia | Instagram: @haridarshanindia



Shop Now at
www.haridarshan.com



Ocean's Deep Printers
FOR FAST & ACCURATE PRINTING

Innovative
Printing
for
Unique
Products.

EXCELLENCE IN EVERY PRINT
PERFECTION IN EVERY PACKAGE

LUXURY BOXES | FOLDING CARTONS | CORRUGATED CARTONS | CANISTER TUBE PACKAGING
PAPER BAGS | FLEXIBLE PACKAGING | PET BOTTLES | STICKERS | LABELS | CATALOGUE
BROCHURE | HANG TAGS | STATIONARY PRINTING | PERFUME GLASS BOTTLES

C-1, Chinaibaug Estate, Nr. Union Bank, Nr. Torrent Power,
Dudheshwar, Ahmedabad - 380004. (Gujarat) INDIA.

Email : design@oceansdeepprinters.com, info@oceansdeepprinters.com

Customer Care : + 91 75758 00978

SHRIPAL R. PATEL : +91 93270 08607, +91 92652 68451

VRUND S. PATEL : +91 99797 46422 | SHUBH S. PATEL : +91 82384 91327

   @oceansdeepprinters

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

JYOTITM
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

INDIA'S PREMIER

**FRAGRANCE
EXPO!**



**3RD
SUGANDH
INDIA EXPO**

6 7 8

FEBRUARY 2026

**BISWA BANGLA
MELA PRANGAN
KOLKATA**



#WhereFragranceMeetsTheMarket

For Bookings : +91 9711766786





GROW WITH CHARU

Premium Long Dhooop Sticks

**Net Contents :
250 g**



**WHITE
SQUARE**

**ROSE
PETALS**

CHANDAN

**WHITE
FLOWER**

**CHARU
GOLD**



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

*Inspiring
Divine Fragrance*



D&B Certified Company

100
gm
₹ 65

NISHAN'S

PREMIUM WHITE DHOOP STICKS

NEW LAUNCHING



Manufactured & Marketed By :

BHAGAT NISHAN PRODUCTS PVT LTD.

Naroda - 382330, Ahmedabad, Gujarat.

Web : www.nishanproducts.com www.nishanproducts.in

FOR TRADE INQUIRY

+91 91042 15004

+91 84019 33418

Editorial



M. A. Farooqui

Fragrance Beyond Formula in the FMCG Era

In the saturated and highly fragmented fragrance segment of Indian FMCG, real growth doesn't come from routine marketing—it comes from differentiated execution, data-backed decisions, and sharp market intuition. While emotional branding and mass-market distribution are textbook principles, mature manufacturers must now shift their focus to smarter levers: micro-market behavior, evolving consumer expectations, and platform-specific content dynamics.

Today's consumer isn't just buying scent—they're buying identity, experience, and alignment with personal values. A key trend is the merging of wellness and fragrance—consumers are gravitating toward products that promise not just aroma but mood enhancement, stress relief, or spiritual value. This presents a chance to innovate not just on smell, but on positioning. Product descriptors like “calming,” “energizing,” or “purifying” now perform better than generic scent names.

At the retail level, shelf visibility is no longer enough. What matters is share of attention, not just share of shelf. QR-code integration for storytelling, short-form video marketing for demos, and localized digital campaigns are outperforming static displays. Meanwhile, WhatsApp commerce, regional influencer marketing, and vernacular ad creatives are driving sales in Tier 2–3 cities at a fraction of the cost of traditional marketing and promotion campaigns.

Festivals continue to be strong triggers, but the smarter players are moving beyond the usual Diwali or Rakhi push. They're tapping into micro-occasions—housewarming, baby naming ceremonies, or even astrology-driven dates—to create niche campaigns and limited-edition packs. The question is no longer “how to market” fragrance, but how to stay relevant in a market where everyone knows the playbook. The edge lies in combining insights with innovation, listening more than broadcasting, and designing products that not only smell good but mean something. ■

एफएमसीजी युग में सुगंध के फॉर्मूला से परे सोच

भारतीय एफएमसीजी सेक्टर में खुशबू वाले प्रोडक्ट का मार्केट बहुत बड़ा और बिखरा हुआ है। ऐसे में असली बढ़त पारंपरिक मार्केटिंग से नहीं, बल्कि अलग और स्मार्ट तरीके अपनाने से मिलती है। भावनात्मक ब्रांडिंग और बड़े पैमाने पर वितरण जैसे पुराने नियम अब काफी नहीं हैं। अब कंपनियों को छोटे-छोटे बाजार के व्यवहार, बदलती ग्राहक उम्मीदों और डिजिटल प्लेटफॉर्म की खासियतों पर ध्यान देना होगा।

आज के ग्राहक सिर्फ खुशबू खरीदना नहीं चाहते, वे अपनी पहचान, अनुभव और अपनी पसंद से जुड़ी चीजें खरीदते हैं। एक बड़ा ट्रेंड है वेलनेस और खुशबू का मेल—लोग ऐसी खुशबू पसंद कर रहे हैं जो सिर्फ महक ही नहीं, बल्कि मूड अच्छा करने, तनाव कम करने या आध्यात्मिक अनुभव देने का वादा करती है। इसलिए अब सिर्फ खुशबू के नाम से काम नहीं चलेगा, बल्कि प्रोडक्ट की पोजिशनिंग में “शांतिदायक”, “ऊर्जावान” या “शुद्ध करने वाला” जैसे शब्द ज्यादा असर करते हैं।

दुकान पर केवल शेल्फ पर दिखना अब काफी नहीं है। उत्पाद ऐसा होना चाहिए जो ग्राहक का ध्यान खींच ले और अपनी छाप छोड़ दे। QR कोड के ज़रिए उत्पाद के बारे में कहानी बताना, छोटे वीडियो से डेमो दिखाना, और स्थानीय भाषा में डिजिटल प्रचार अब ज्यादा असरदार हैं। साथ ही, छोटे शहरों में व्हाट्सएप कॉमर्स, रीजनल इन्फ्लुएंसर और लोकल भाषा के विज्ञापन कम लागत में बिक्री बढ़ा रहे हैं।

त्योहार अभी भी बड़े मौके हैं, लेकिन समझदार ब्रांड अब दिवाली या राखी के अलावा छोटे मौके जैसे गृहप्रवेश, नामकरण संस्कार या ज्योतिष से जुड़ी तिथियों को भी टारगेट कर रहे हैं और खास ऑफर ला रहे हैं।

अब सवाल यह नहीं कि खुशबू को कैसे बेचें, बल्कि यह है कि एक ऐसे बाजार में खुद को कैसे प्रासंगिक बनाएं जहां हर कोई मार्केटिंग के पुराने तरीके जानता है। सफलता उन्हीं को मिलेगी जो नई समझ के साथ नवाचार करें, ज्यादा सुनें और ऐसे प्रोडक्ट बनाएं जो सिर्फ महक नहीं बल्कि अर्थ भी रखते हों। ■



Shah FrAGRANCE & FLAVOURS



For More Details

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

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

Balaji[®]
Since 1957

NEW
LAUNCH



100 Gms • MRP: ₹380/-
Master CTN: 20 Kgs

Balaji Agarbatti Company

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

Customer Care: +91 85888 08914

Email: sales@balajiincense.com

Visit us: www.balajiincense.com

balajiincense @ f X

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



18 FRAGRANCE WITH PURPOSE ITC MANGALDEEP'S SUSTAINABILITY VISION

24 INSIDE THE SUCCESS OF CHAMUNDI AGARBATTI A JOURNEY BUILT ON QUALITY KANTILAL PARMAR SPEAKS

32 BRAND NEWS

40 MARKET REPORT: KOLHAPUR MARKET

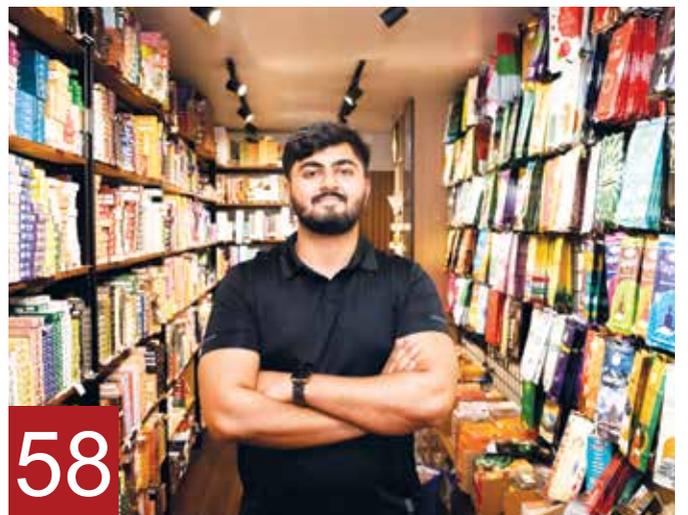
42 BIG SAFARI WINS HEARTS WITH 'ZYADA SUGANDH, ZYADA BATTI'

46 OK CAMPHOR A TRUSTED NAME IN PURITY SINCE 1967

50 RAJKALA: A TRUSTED NAME IN INCENSE & CAMPHOR ACROSS MAHARASHTRA

54 STRONG FRAGRANCES IN DEMAND IN KOLHAPUR: SHIVKUMAR SUDESH CHAUHAN

58 MAHALAXMI TRADERS REDEFINES INCENSE RETAIL WITH AC SHOWROOM IN KOLHAPUR



**NAMOH
INDIYA**

LONG LASTING AROMA

Prarthana Luxe

PREMIUM DHOOP STICKS



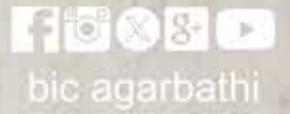
INTRODUCING 6 NEW FRAGRANCES OF DHOOP STICKS

PATCHOULI WOOD | FLORAL MAGIC | PURE KAPUR | WHITE MUSK | SWEET MUSKAN | ROSE OUDH



Manufactured & Marketed By:
Prayer Ensemble Pvt. Ltd.
A-25, Sector-5 Noida-201301 (U.P.)

For Feedback / Suggestions
Customer Care No.: +91-9315690511
E - Mail : namohindiya@gmail.com
Website : www.namohindiya.com



प्रीमियम गीला धूप



Brand Owned By:
BHARAT INDUSTRIAL CORPORATION
P.O. BOX No. 2104, Bangalore - 560 021

BINDU
INCENSE CRAFT

Manufactured by & Consumer Care Address :
BINDU INCENSE CRAFT LLP
48/D -156/2, 5th Main, Prakash Nagar
Bangalore - 560 021(INDIA)

+91 89043 11022 | contact@panchavati.com | www.panchavati.com

FRAGRANCE WITH PURPOSE

ITC Mangaldeep's Sustainability Vision

At ITC Mangaldeep, every incense stick carries the fragrance of responsibility – **Gaurav Tayal**

In today's evolving incense industry, sustainability is no longer just a trend—it's a necessity. At the forefront of this shift is ITC Mangaldeep, a brand that has reimagined the way incense can be made, marketed, and consumed—with responsibility at its core. In this exclusive conversation with Sugandh India Magazine, Mr. Gaurav Tayal, Divisional CEO – Matches & Agarbatti Division, ITC Ltd., delves into the brand's holistic sustainability journey.

From empowering women through self-help groups to launching bamboo-less and charcoal-free incense sticks, Mangaldeep's initiatives are a reflection of ITC's larger vision for social and environmental stewardship. Mr. Tayal shares how the brand balances innovation, community impact, and market relevance—while navigating the complexities of building a sustainable supply chain in a traditional industry. Whether it's



“

We believe the future of incense lies not just in how it smells, but in how it's made, sourced, and shared. Mangaldeep is committed to crafting products that carry both fragrance and purpose. ”

– Gaurav Tayal



transforming temple flowers into meaningful products or pioneering recyclable packaging solutions, Mangaldeep continues to set benchmarks for a greener, more inclusive future.

How has ITC Mangaldeep's sustainability focus evolved over the years?

ITC Mangaldeep has been deeply aligned with ITC's commitment to sustainability, which is embedded in every aspect of its diversified businesses. What began as a compliance-oriented approach has

evolved into a comprehensive, integrated strategy that combines environmental stewardship with socio-economic empowerment. Over the years, Mangaldeep has actively partnered with women's self-help groups (SHGs), supported small-scale vendors, and promoted fair trade practices, ensuring that its value chain benefits marginalized communities. More recently, the brand has demonstrated leadership in innovation by introducing eco-friendly variants, such as

bamboo-less and charcoal-free incense sticks and launching temple-inspired product lines that incorporate dried temple flowers. This multi-faceted approach reflects Mangaldeep's endeavor to harmonize consumer needs, community welfare, and environmental responsibility.

What is the main challenge ITC Mangaldeep faces in maintaining its sustainability standards?

Sustainability for ITC Mangaldeep is a dynamic journey that requires continuous innovation and adaptation. Operating within an agri- and forestry-based value chain offers unique opportunities to create meaningful social and environmental impact, but it also demands careful stewardship to ensure consistent quality and ethical sourcing across a diverse supplier network. Balancing the dual objectives of empowering communities, particularly women and marginalized groups, while advancing environmental goals requires thoughtful interventions that are both inclusive and scalable. As consumer expectations evolve and regulatory frameworks advance, Mangaldeep remains committed to proactively refining its processes,





Mangaldeep has incorporated 20% Post-Consumer Resin (PCR) content into its laminates, making it one of the first in the category to adopt PCR in its packaging.



building resilient supply chains, and investing in responsible innovations that enable the brand to deliver high-quality, sustainable products while creating shared value for all stakeholders.

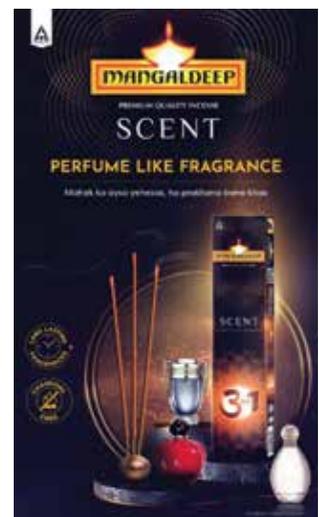
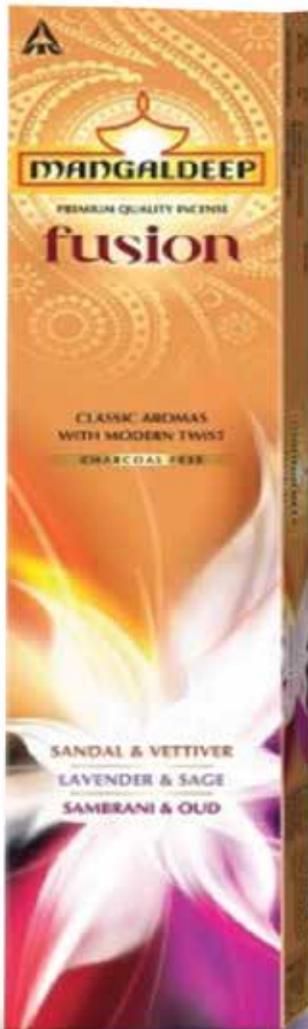
How does ITC Mangaldeep's sustainability performance influence its market positioning?

Mangaldeep's steadfast focus on sustainability and inclusive growth provides a strong differentiator in a highly competitive marketplace of

the incense industry. Its commitment to ethical sourcing, livelihood creation, and eco-friendly innovation resonates with a growing segment of consumers who prioritize responsible consumption. By offering premium, natural, and socially responsible products, Mangaldeep has successfully elevated its brand equity and strengthened its presence in the premium segment. Furthermore, its participation in fair trade networks and adoption of globally recognized certifications, such as the FTO mark, have enhanced its credibility and appeal in both domestic and international markets, reinforcing ITC's reputation as a responsible and future-ready enterprise.

What specific materials does ITC Mangaldeep use in its products to promote sustainability?

ITC Mangaldeep integrates sustainability at the material level through the thoughtful selection of eco-friendly and natural components. The brand has introduced bamboo-less and charcoal-free variants, significantly reducing the reliance on forest resources and minimizing emissions during usage. Natural binders and fragrances are employed to ensure a safe and environmentally sensitive product experience. Notably, Mangaldeep's temple-inspired range incorporates dried flowers collected from major temples, transforming sacred floral offerings into meaningful products while simultaneously supporting local communities engaged in flower





collection and processing. While specifics on packaging are continually being enhanced, ITC's larger commitment to recyclable and sustainable packaging solutions extends to Mangaldeep's portfolio, further reinforcing its holistic approach to sustainability.

How does ITC Mangaldeep measure the success of its sustainability initiatives?

Success for Mangaldeep is measured through a comprehensive set of impact-driven metrics that reflect both social and environmental progress. On the social front, the brand evaluates the scale of livelihood generation, including the number of women and small-scale entrepreneurs empowered and the

income opportunities created across its value chain. Environmentally, Mangaldeep assesses its reductions in carbon emissions, waste minimization, and decreased usage of non-renewable materials, in alignment with ITC's corporate-wide sustainability

parameters. Market response, consumer adoption of sustainable product lines, and recognition through certifications and awards also serve as key indicators of the brand's sustainability performance and consumer trust.

How does ITC Mangaldeep's 'fragrance-lock' packaging contribute to sustainability?

The fragrance-lock packaging reflects Mangaldeep's ongoing commitment to combining product excellence with responsible innovation. In a pioneering move within the agarbatti industry, Mangaldeep has incorporated 20% Post-Consumer Resin (PCR) content into its laminates, making it one of the first in the category to adopt PCR in its packaging. Additionally, the shift from a PET/PE structure to more recyclable materials has further enhanced the packaging's sustainability profile. While ensuring that the aroma and quality of the incense sticks are preserved over extended periods, reducing spoilage and wastage, these advancements also significantly lower the environmental footprint by optimizing material usage and promoting circularity. This integrated approach not only elevates consumer satisfaction but also reinforces Mangaldeep's broader commitment to sustainable packaging and responsible consumption. ■

Empowering women through self-help groups is not CSR- it's a core part of our supply chain.

symrise 

iff



BIOLANDES
NATURAL EXTRACTS FOR CREATORS

kaeo

pfw 

Keva 

Trusted Partner

AACIPL

www.aacipl.com | info@aacipl.com

LANXESS

Energizing Chemistry



SYNAROME™

FRAGRANCE INGREDIENTS & SPECIALTIES

AARAV Ingredients
BALANCE | CLARITY | INTEGRITY

KalpSutra™
CHEMICALS PVT.LTD



FOREST DOT

Premium Incense Sticks



FREE Match box
Inside



Address:

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

E-mail: info@forestfragrance.com

Customer care no: 08026712538, 6362-547943

Website: www.Forestfragrance.com

INSIDE THE SUCCESS OF CHAMUNDI AGARBATTI

A JOURNEY BUILT ON QUALITY

KANTILAL PARMAR SPEAKS

Breaking Boundaries: How Balaji Darshan Expanded into Online and Export Markets – **Gautam Parmar's Insight**

Bengaluru-based Chamundi Agarbatti India Private Ltd has successfully expanded its brand Pan-India, establishing itself as a leading player in the incense sector. The business started growing regionally in Karnataka. Their flagship brand has gained a strong foothold in Andhra Pradesh, Kerala, Telangana, Maharashtra, Odisha, West Bengal, Assam, Bihar, Jharkhand, and Uttar Pradesh.

Kantilal Parmar, the head of Chamundi Agarbatti Company, has overcome significant challenges in the industry. Speaking to Sugandh India, he shared how he transitioned from working in printing and packaging to supplying raw materials and eventually establishing his manufacturing operations. His unwavering focus on quality, integrity, and innovation has been instrumental in the growth of his business. Now, his son Gautam Parmar is leading efforts to position the brand as a market leader in e-commerce and exports. After completing his studies, he joined the company to grow the digital footprint of their product portfolio globally. Looking ahead—the company plans to enhance its product portfolio with premium offerings, including new fragrances and coloured variants for the export market. Additionally, it aims to diversify into roll-ons, detergents, perfumes, soaps, and other consumer products to strengthen its presence in the industry. Mr Parmar, founder of Chamundi Agarbatti Company Private Limited, has built a thriving business from humble beginnings.



Speaking to Sugandh India, he shared his journey from Rajasthan to Bengaluru, where he established the company in 2003. His entrepreneurial journey began in 1985 when his elder brother, employed in Bengaluru, started working with printing and packaging materials for the agarbatti industry. Seeing an opportunity, Mr Parmar joined the business, supplying PP bags and pouches to the trade. In 2000, he launched Pooja Agency, a retail shop on Cottonpet Road, a key marketplace for raw materials used in the agarbatti industry. This venture helped him build strong industry connections, leading him to expand into raw material supply. Recognising the potential for manufacturing, Mr Parmar founded Chamundi Agarbatti in 2003, initially operating from a 900-square-foot facility near his shop. As demands grew, the company expanded its operations, constructing a four-storey factory on one acre of land. Today, Chamundi Agarbatti manufactures a comprehensive range of products in-house, including raw agarbatti, white agarbatti and masala agarbatti, as well as base agarbatti, dhoop, dry sticks, and cones. Their growth highlights its strategic expansion and commitment to quality manufacturing in the incense sector.

Chamundi Agarbatti Company has strategically expanded its production and marketing network to cater to increasing demand across India. Mr Parmar, highlighted the growth from a 900-square-foot facility to a 25,000-square-foot production unit, ensuring a steady supply of high-quality products. Initially focusing on local market demand in Karnataka, the company established a robust marketing network in 2009. Today, its distribution network includes over 750 distributors and a 75-member sales team. The company operates its supply chain in multiple states, including Andhra Pradesh, Telangana, Tamil Nadu, Kerala, West Bengal, Odisha, Assam, Bihar, Jharkhand, Maharashtra, and Uttar Pradesh. Each state has a dedicated sales team of 8 to 10 members, with over 80-100 distributors per region.

Leading the digital and export strategy— Mr Parmar's son, Gautam Parmar fulfils business strategy in the online digital space. To tap global demand opportunities: Chamundi Agarbatti has introduced premium handrolled halmaddi based products and is developing premium-coloured variants for exports. He emphasised that global demand for high-quality Indian agarbattis is rising, and innovation is key to staying ahead in the competitive export market. With this vision, the company is actively expanding its digital presence and export operations to strengthen its foothold in international markets.

Chamundi Agarbatti Company initially launched its products under its original brand name but later rebranded following personal inspiration. Mr Parmar, shared in a conversation with Sugandh India that during a visit to Balaji Tirupati Nath, he decided to rename the brand Balaji Darshan in honour of his devotion. This strategic move helped the brand gain rapid popularity across Karnataka. Following this success, the company consolidated its branding, ensuring products carried the Balaji Darshan name. Today, Chamundi Agarbatti offers 150+ product



agarbatti variants, including premium quality flora, base and masala agarbattis and dhoop and dry dhoop cones. These products are available in pouches, boxes, and zipper packaging, catering to diverse consumer preferences.

The company has strategically priced its products to appeal to a broad market, with MRPs ranging from ₹10 to ₹250. Among these, the ₹50 pack is the top-selling product. Additionally, the 50g, 100g, 150g, and 200g packs, priced at ₹70, ₹80, ₹100, ₹125, ₹150, and ₹250, continue to see strong demand. By leveraging strategic branding and a diversified product range, Chamundi Agarbatti has positioned itself as a leading player in the industry, catering to domestic and international markets.

The agarbatti industry is witnessing intensifying competition, with numerous manufacturers introducing innovative and differentiated products. Mr Parmar highlighted the importance of closely tracking; quality, quantity, and pricing to maintain a competitive edge. He stressed that market engagement is crucial for brand success, as staying informed about current and emerging trends has been instrumental in his journey—from printing, packaging, and raw material supply to full-scale manufacturing.

Chamundi Agarbatti also expanded its export operations, supplying zipper and pouch-packed cups and dhoop products to several international markets. Discussing future growth plans— Mr Parmar revealed that the company has introduced Deepam oil, commonly used in religious rituals, particularly in South India, where it has gained popularity due to its jasmine-infused fragrance.

Furthermore— the company has launched its camphor brand to cater to the growing market demand. Looking ahead: Chamundi Agarbatti is expanding its product range and boosting its presence in (both) domestic and international markets— the company is positioning itself as a leading industry player. ■

शुशुभ हूर परिवार की

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



Manufactured by :

INCENSE PARIVAAR PVT. LTD.

Beside Radhe Krishna Industrial Park, Zak-Jalundra Road, Mota Jalundra, Dist. Gandhinagar-382305
Ph. : 9898000948 | parivaaragarbatti@gmail.com | www.parivaargroup.com



www.norex.in

Fragrances for

- Incense Sticks
- Dhoop & Cones
- Agarbatti



A Star Export House Recognised by Government of India.

NOREX FLAVOURS PRIVATE LIMITED

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

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

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

Contact Sales @ +91-7060297400

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

A Subsidiary in USA - NOREX FLAVOURS & FRAGRANCES LLC

Member of



THE INTERNATIONAL FRAGRANCE ASSOCIATION



IN 2025, THE AGARBATTI INDUSTRY IS MOVING TOWARDS

Becoming an Organised Sector: Sandip Patel



Nishan, a key player in the agarbatti and dhoop segment, is witnessing a transformation in the industry. According to Sandip Patel [company head], the agarbatti sector is predominantly unorganised. However, by the end of the present financial year, it is set to move towards an organised sector. Speaking exclusively to Sugandh India, he noted a significant rise in the incense trade this year compared to 2024, benefiting the brand's growth. As Nishan expands its presence from Tier-1 to Tier-2 cities, it is refining its strategies to align with market demand. The surge in demand for dhoop sticks is a key industry trend. Mr Patel highlighted two major shifts—dhoop sticks are outpacing agarbattis in growth, and premium products are witnessing higher demand. In response, Nishan plans to introduce an expanded range of dhoop sticks this year. The brand is already established in the Sambrani Cup segment and is now gearing up to launch the Masala Cup and additional dhoop stick variants. Additionally, it is working on Sambrani Stick in two- to three-inch sizes to strengthen its product portfolio.

Nishan stays out of the price war and focuses on quality and sustainable growth: PRATIK PATEL

Mr Patel told Sugandh India that several of their new products will be introduced in zipper packs this year—yielding

value for money. The company aims to maintain its quality and pricing standards while adapting to market trends.

Commenting on the rising demand for jumbo packs, he stated that Zipper Packs already offers 200g and 400g variants but has no plans to introduce larger sizes due to quality challenges.

He believes the jumbo pack trend will not be sustainable in the long run—as quality concerns persist. Distributors and retailers have also noted that customers who purchase jumbo packs tend to delay repeat purchases, impacting sales cycles. In response, the company is focussed on quality enhancement in its 400g Zipper Pack segment. Meanwhile, Nishan continues to expand its market footprint beyond Gujarat, recording strong performance in Rajasthan, Maharashtra, and Madhya Pradesh.

Speaking to Sugandh India, Sandip stated that high transportation costs had previously restricted the company from supplying to distant states. However, this year, it has expanded its distribution network to Uttar Pradesh and Jharkhand, marking a strategic shift. While the company already has a strong distributor presence in Tier-1 cities, it is now focusing on Tier-2 markets to strengthen its reach. The brand primarily targets incense dealers and retail shops, but its products are also available in retail outlets, grocery stores, religious speciality shops, and FMCG stores. Looking ahead to 2025, the company plans to enhance product quality, introduce new offerings, and optimise its supply chain services.

Commenting on the declining product quality in the industry, Sandip pointed out

that manufacturers are struggling with cost pressures, often leading to compromises in quality.

He noted that intense market competition has driven companies to push 200g packs at lower prices, in an attempt to capture market share. However, he dismissed this approach, emphasising that long-term brand sustainability depends on consistent quality standards rather than price wars.

Joining in the conversation Pratik Patel addressed the ongoing price war in the incense industry. Manufacturers are offering larger quantities at lower prices to capture market share. However, he emphasised that Nishan has never engaged in this strategy, prioritising quality over volume despite having a limited product range.

Discussing credit transactions in the trade, he explained that payment issues arise when products fail to perform well in the market. When a product sells successfully, payments flow consistently; otherwise, outstanding credit builds up, leading to financial strain. Prateek Bhai remarked that credit should only be given to borrowers after carefully assessing their financial stability and the market potential of the product to ensure timely repayment and reduce financial risk. Prateek Bhai further stated that when a company appoints a dealer, it expects them to stock higher quantities, which is only feasible if the quality and weight of the product align with market demand.

This, he noted, is essential for a brand's long-term sustainability and growth. Advising new manufacturers, he underscored the importance of patience and persistent effort in building a successful brand. He urged newcomers to focus on product quality rather than criticising competitors or engaging in direct competition. Understanding market trends is crucial, he said, but blindly copying another brand's name or quality will not lead to long-term success. ■

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!!!!!!



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



HEAD OFFICE: **SVAR FRAGRANCES & FLAVORS PRIVATE LIMITED**

610, RUNWAL R SQUARE, LBS MARG, MULUND (WEST), MUMBAI-400080. MOB: +91-9833540041



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, CHROMEPETCHENNAI 600044.INDIA.

PH: +91-9444389959

Email: smsajahan@maschmeijer.com

contact@maschmeijer.com

Mr. Neaz (DELHI MANAGER)

PH: +919891358354, 8920455360

Email: neaz1975@yahoo.com

DevDarshan Unveiled New Masala Dhoop Range



DevDarshan, India's leading Dhoop and Agarbatti manufacturer since 1954, has introduced a premium collection of Masala Dhoop Cones that blends traditional craftsmanship with modern appeal. The new variants—Ved Mantra, Dharmik, and Lotus—are available in space-efficient 80g jar packs, attractively priced at MRP ₹150. These cones offer long-lasting, pious fragrances crafted for both spiritual and wellness-focused consumers. Made using natural ingredients such as herbs, spices, and essential oils, they are free from artificial binders or fillers, ensuring a slow, consistent burn without smoke irritation. The result is a

cleaner, more authentic aromatic experience ideal for daily worship and meditation.

A standout feature of DevDarshan's Masala Dhoop Cones is their bamboo-free composition. By removing the bamboo core, the cones deliver a concentrated fragrance with improved purity and intensity—enhancing the overall sensory experience.

The jar packaging is designed for logistical ease—compact, easy to stock, and highly suitable for modern retail formats. This not only benefits retailers and distributors but also ensures visibility and freshness at the point of sale.

As consumers increasingly shift towards natural incense alternatives, DevDarshan's new range appeals to a wide demographic—from traditional households to wellness-oriented urban users. The company's commitment to quality and purity remains at the heart of its innovations, upholding its legacy while staying attuned to changing market preferences. With this latest launch, DevDarshan continues to set benchmarks in the incense category—delivering products that are as meaningful as they are market-ready. For more information, visit www.devdarshandhoop.com. ■

RKT Kingdom Collection Celebrates 1 Year of Fragrant Success

The RKT Kingdom Collection completes a successful year, earning strong traction across the Deccan region of India. Known for its value-for-money pricing and generous gramage, the collection has become a favorite among incense buyers. A key highlight is its extra-thick white stick, which delivers a wider fragrance spread and leaves a noticeable presence in the room—even after burning is complete!

The collection's retail trial pack, priced at ₹80 for 4 pieces of 80g each, has received an amazing response on e-commerce platforms. The attractive price point and compact format make it an easy-sell for both trial and repeat customers. Each of the four fragrances is inspired by a global city—Kyoto, London, New York, and Paris—adding aspirational flair to the everyday incense experience. With high repeat rates, strong offline demand, and rising online traction, RKT Kingdom is building a loyal kingdom of its own. ■





DEV DARSHAN[®]
Spreading Fragrance Since 1954...

Purity in Every Cup Divinity in Every Breath



Pure
Ingredients



Ideal for Spiritual
Practices



Cozy
Atmosphere



 **SHOP
ONLINE**
www.devdarshandhoop.com 



World's No. 1
choice since 1954

Devdarshan Overseas

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

Contact: +91-94642 15979, 0172-4645925



Exported
Worldwide

Subha Jalao Sham Jalao.... Charon Dishaoon Ko Mehakao....

Krishnkala Wild Series: Untamed Luxury in Every Stick

Bengaluru-based A Ravirag Industries, the powerhouse behind the premium Krishnkala brand, has struck gold with its latest launch: the Wild Series.

With six intoxicating variants—Wild Life, Wild Wood, Wild Rose, Wild Opium, Wild Oudh, and Wild Amber—this line is crafted for those who crave bold and sophisticated aromas. Priced at ₹550 for 100 grams, these sticks are gaining popularity in premium fragrance stores across India.



With world-class packaging and top-tier quality, Krishnkala Wild Series is redefining how premium incense is experienced. ■

Lohana Zippers – Trendy, Fragrant, and in Demand



Ahmedabad-based Lohana Industries Pvt. Ltd. is quickly emerging as a fan-favorite with its trendy 100g zipper pouches, offering modern fragrances and unbeatable variety.

One standout is the Lohana Gold 4-in-1, combining Jordic, Luxury, Awesom, and Spray variants in a single convenient pack—hugely popular in regions like Kolhapur.

Tuned into the latest market demands, Lohana is positioning itself as a brand that delivers trendy fragrances in formats today's incense users love. ■

GP Industries - The Scent of Sophistication

Shimoga's GP Industries has become a go-to name for premium perfumed incense sticks, especially across Maharashtra's discerning markets.

Recently launched variants like Majmua, Heena, Lavender Musk, and Chandan Woods are making waves for their elegant aroma profiles. Among these, Majmua stands out as a top-seller for its complex, soothing notes.



Packaged in attractive boxes and priced at ₹175 for 50 grams, GP's range continues to set high standards for what refined incense should smell like. ■

॥ 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

Charu 5 Star Relaunches in Stylish New Packaging

Bengaluru: Known as the incense capital of India, Bengaluru has given rise to many iconic agarbatti brands, and one of the most loved among them is Charu Perfumery House. With a legacy of delivering high-quality incense, Charu has captivated global markets with its premium offerings.



One of its timeless bestsellers, Charu 5 Star, has been a staple in the market for years—so much so that retailers once considered their incense range incomplete without it. Now, Charu 5 Star returns in fresh new packaging, maintaining the same trusted quality with a modern look. This classic incense stick is available in five all-time favorite fragrances: Rose, Mogra, Kewda, Sandal, and Firdaus. The new packaging has been well-received, with strong market feedback, reinforcing Charu's enduring appeal. ■

Jyoti Products Strengthening its market presence with Premium Zipper Range

Gujarat: Renowned for supplying top-tier raw materials to the agarbatti industry, Jyoti Products is now building its own incense brand under the Jyoti label. With a strong focus on quality, innovation, and customer satisfaction, the brand is rapidly expanding its product footprint.

Jyoti Products incense range includes incense sticks in various formats—pouches, zipper packs, jumbo zippers, premium boxes, and dry dhoop jars.

For the top selling zipper pouch segment, jyoti has 120g packs (MRP ₹70), in six premium fragrances:

Blossom, Flower Forest, Harmony, Paradise, Kasturi, and Ramesht. Each fragrance offers a unique sensory experience, making them highly sought after by discerning customers.

Jyoti Products is actively seeking passionate distributors and sellers. The company is open to offering customized solutions tailored to regional markets and specific retailer needs. ■





Where
Quality Speaks
for Itself

1st 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

NIRALI PERFUMERY A POPULAR CHOICE in Maharashtra for Premium Masala Incense

Ahmedabad: Long recognized for manufacturing high-quality yet affordable incense, Ahmedabad is now also home to rising premium brands. One standout is Nirali Perfumery Products, specializing in premium masala agarbatti that blends traditional craftsmanship with elegant presentation. With a stronghold across Maharashtra's key districts, a state known for its premium incense consumption, Nirali's top offerings include:

Mysore Prince, Woodamber, Natural Woods, and Vatrika. These products are elegantly packed in boxes and retail at ₹325 for 250 grams, striking a fine balance between quality and value. Nirali's success lies in catering to buyers who appreciate traditional fragrances with refined quality. The brand continues to grow in markets that demand excellence without compromise. ■



Hari Darshan's Temple Collection Elevates Devotion with Handcrafted Masala Agarbatti

Delhi: A household name in the pooja product industry, Hari Darshan has been synonymous with quality incense, dhoop, chandan tika, and spiritual products for decades. With a reputation built on trust and tradition, the brand continues to innovate while honoring its heritage.

One of its standout offerings is the Temple Collection – a range of handmade Masala Agarbatti crafted from an exquisite blend of natural herbs, spices, resins, flowers, and essential oils. Designed to elevate spiritual and meditative practices, these incense sticks create a soothing and sacred ambiance.

The Temple Collection is available in three captivating fragrances:

Temple Rose, Temple Gold, and Temple Sandal. These incense sticks are eco-friendly, charcoal-free, and safe for children, making them ideal for both home and temple use. Beyond spiritual purposes, the incense also offers aromatherapy benefits, helping reduce stress, enhance focus, and refresh the air with their lingering, therapeutic aroma. ■



प्रार्थना की शक्ति™



Rocket® | रॉकेट®
BRAND AGARBATTI | ब्राण्ड अगारबत्ती



जहां रॉकेट, वहां भरोसा

₹70 ↘

₹140 ↙



Scan & Explore
Our Website

ROCKET
AGARBATTI
.COM

MARKET REPORT KOLHAPUR MARKET

Kolhapur is recognized as one of Maharashtra's most vibrant incense markets—rich in tradition, culture, and consumption. The region not only serves as a strong consumption base but has also evolved into a hub for camphor production, incense trading, and innovative retail formats, supplying surrounding regions including Goa and Karnataka.

Market Composition

- Incense sticks (agarbatti) dominate with 70% market share, while dhoop products make up 30%, equally split between wet and dry dhoop.
- The shift toward bamboo-less products like dry dhoop and sticks is noticeable, especially among consumers with specific ritual preferences.
- Zipper packs priced at ₹50–₹60 (100–120 grams) are the most sold pack sizes.

Consumer Segmentation

- Economy segment (₹10–₹20): Makes up 50% of the volume; mostly for daily rituals and temple use.
- Medium segment (₹30–₹70): 25% market share; preferred for regular home use.
- Premium segment (₹100 and above): 25% of the market, with a surge in demand during festivals, sometimes comprising up to 80% of seasonal sales.

Fragrance & Format Preferences

- Over 70% of consumers prefer strong, perfume-based fragrances. Kewda, mogra, black musk, ashwa gandha, and other bold scents are in high demand.
- Milder variants like rose have relatively lower preference.
- Jumbo packs (400g) and long-burn dry sticks priced at ₹70–₹105 are popular, especially in rural areas.

Top-Running Brands in the Market

- Kolhapur's incense counters and wholesale racks prominently feature the following high-demand and fast-moving brands:
Incense Sticks (Agarbatti)
- Balaji, BIC, Big Bell, Alaukik, Amrutha, Geeta, Manohar, Zed Black, Forest, Cycle, Nikhil, Geetanjali, Swaraj, Ullas, Flourish, Pioneer (Jaipur), Shree Trading, Misbah, Danka, Swaraj, GT, Real, Nishan, Utsav, Jesal, Moksh, Somnath, Anubhav, Satya, AS Agarbatti, Good Luck, Zebra, Parimal Mandir, A Ravi Raag (Krishna Kala), Pandian, Deshpande, TPRG, Shreejee, Haria, D. Shankar, Tathe.

Dhoop (Wet & Dry) and Sambrani

- Top Wet Dhoop Brands: BIC, Balaji, Forest, Real, Nishan, Krishna Kala, Shridhan, Zed Black (Manthan), Topsi.
- Dry Dhoop Popular SKUs: 100g zipper packs at ₹70 MRP. Flourish and GT are also gaining traction.
- Sambrani Cups & Sticks: High demand during festivals. Leading brands include Manohar, Balaji, Good Luck (Chintan), Nikhil, Pandian (Mahalaxmi), TPRG (Tapasya), and OK.

Camphor Market Insights

- Kolhapur and Sangli are key hubs for camphor production and distribution. Camphor use has grown post-COVID with added emphasis on scented camphor for electric burners.

Top Brands in Camphor:

- OK Camphor ■ Rajkala
- Shree Dev Pooja ■ Mangalam

Prices range around ₹650–₹700 per kg, with packs available from ₹1 to ₹1000 depending on size and format.

Other High-Demand Product Categories

Sandalwood Tilak (Paste & Powder)

Manohar, Hari Darshan, Mauli

- Preferred colors: Orange and Yellow with real sandalwood content.

Attars & Roll-Ons

- Arome (Ratlam), Nikhil, Kelkar, A A Attarwala
Scents with long-lasting and bold notes are preferred by Kolhapur buyers.

Retail & Consumer Behavior

- Brand awareness is strong: 6 to 8 out of 10 customers shop by brand name.
- Monthly customer spend:
 - Economy: ₹200–₹600
 - Mid-range: ₹1000+
 - Premium consumers: Up to ₹5000/month
- Organized incense retail—air-conditioned showrooms with guided fragrance selection—is transforming buyer behavior. Consumers are becoming more informed and open to exploring premium ranges.

Distribution Reach

- Distribution networks extend to 1,000+ counters including provision stores, incense outlets, supermarkets, and pooja stores across Kolhapur and nearby regions like Konkan, Western Maharashtra, Sangli, parts of Karnataka and Goa.
- In Goa, although economy products dominate, premium incense sees strong demand due to tourist influence.

Conclusion

Kolhapur stands out as both a production and consumption powerhouse in India's incense and camphor industry. With evolving retail models, a strong preference for branded and bold-scented products, and robust distribution systems, the market continues to grow steadily across all consumer segments. ■

Extra Premium Hand Rolled Incense Sticks


Param[®]
मन की शांति... इफोरे

10
Sticks

Rs.
190/-

Real **JASMINE**
Hand Rolled Premium Incense Sticks

Amber Oud
Hand Rolled Premium Incense Sticks

ROYAL
SANDAL
Hand Rolled Premium Incense Sticks

Rose Wood
Hand Rolled Premium Incense Sticks



Premium
INCENSE STICKS

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
paramagarbattiworks@gmail.com
+91 98751 50743

Find us on :



Big Safari Wins Hearts with 'Zyada Sugandh, Zyada Batti'

Bajrang Soni Shares the Scented Journey of Soni Trading Co., Latur

In the heart of Latur, Maharashtra, stands a company built not just on commerce, but on values, trust, and a vision rooted in tradition—Soni Trading Co. For over three decades, the company has served as a key distributor for agarbatti and FMCG products in the Marathwada region. At the helm is Mr. Bajrang Soni, who has carried forward the legacy started by his father and uncle, adding new dimensions while staying grounded in ethics and service. In an engaging conversation with Sugandh India, Mr. Soni reflected on his journey, shared insights into the incense trade, and revealed the principles that have kept his business growing.



Mr. Bajrang Soni shared with Sugandh India that Soni Trading Co. was founded in 1989, initially focused on trading coconuts. However, the perishable nature of the product led the family to reconsider. “We realized coconut stock couldn’t be stored for long, which made it a risky business,” Mr. Soni told Sugandh

India. “That’s when we shifted to the matchbox business and started sourcing directly from South India.”

He further shared that their journey into the incense segment began in 1992, when they got an opportunity to distribute Nashik based brand Nandini Mogra agarbatti. The brand quickly gained popularity in Latur, Osmanabad, Beed, and Bidar.



JUMBO BATTI JUMBO OFFER!

इनमे से कोई भी प्रॉडक्ट की खरीदी पर पाईये 2 लीटर की 1 सुपर क्वालिटी वाटर बोतल बिल्कुल मुफ्त।



1. RANGOLI JUMBO 200g POUCH
2. HI-KLASS 400g ZIPPER
3. ROYAL LOBAN 300g
4. ULTIMATE PUNCH 350g ZIPPER (B&B)
5. RANGOLI JUMBO 200g ZIPPER

ऑफर सिमित कालावधि के लिए है

यह बोतल 3 कलर में उपलब्ध है।

रेड कलर

स्काय ब्लू कलर

पिंक कलर

SHREE SADGURU SUGANDHALAYA



7447243650

Mr. Soni mentioned that the fragrance and packaging were appealing, and their efforts to build retailer relationships helped the brand gain strong traction in the region. In 1994–95, we were approached by the Thakral Group for their then-new launch, Big Safari. Mr. Soni told Sugandh India, “The tagline ‘Zyada Sugandh, Zyada Batti’ and the product’s value-for-money proposition struck a chord with the market.” He added that though it took effort to initially introduce it to retailers, the quality eventually won them over, making Big Safari a flagship product for the company.

Mr. Soni mentioned that over the years, Soni Trading Co. took on the distribution of many well-known brands, including Real Fragrances (Pune),, Shri jai brand, AR Industries, AR Incense, Abhimaan, Mangalam Camphor, Parimal Mandir , Oswal , S OSWAL, Mahalakshmi Dhoop (Chennai), Utsav (Rajkot), Vijay Agarbatti (Ahmedabad), Shastri and Delta. Among them, the long-standing association with the Thakral Group remains close to Mr. Soni’s heart. “Thakral group is clear in communication, quick in decision-making, and strong on ethics,”

Mr. Soni mentioned that over the years, Soni Trading Co. took on the distribution of many well-known brands, including Real Fragrances (Pune),, Shri jai brand, AR Industries, AR Incense, Abhimaan, Mangalam Camphor, Parimal Mandir , Oswal , S OSWAL, Mahalakshmi Dhoop (Chennai), Utsav (Rajkot), Vijay Agarbatti (Ahmedabad), Shastri and Delta. Among them, the long-standing association with the Thakral Group remains close to Mr. Soni’s heart. “Thakral group is clear in communication, quick in decision-making, and strong on ethics,” he told Sugandh India.

he told Sugandh India. “They understand the challenges of distributors and always support us.”

A pivotal shift occurred under the spiritual guidance of Saint Haribappa, Mr. Soni shared. “We were in the tobacco and gutkha business, but gave it up completely,” he told Sugandh India. “We then entered the rice business, which

ran well till the COVID-19 pandemic. After the lockdown, we chose to focus entirely on incense and FMCG distribution.”

Today, Soni Trading Co. operates across four districts—Latur, Osmanabad, Beed, and Bidar—supported by 10–12 sub-stockists and over 800 to 1,000 retail counters. Mr. Soni shared with Sugandh India that around 60% of the incense market is of Rs 10 packs, 25% is of Rs. 50 packs, and just 5–8% is of premium segment. He noted that “value-for-money” continues to be the top priority for customers, even though demand for good fragrance and packaging is increasing.

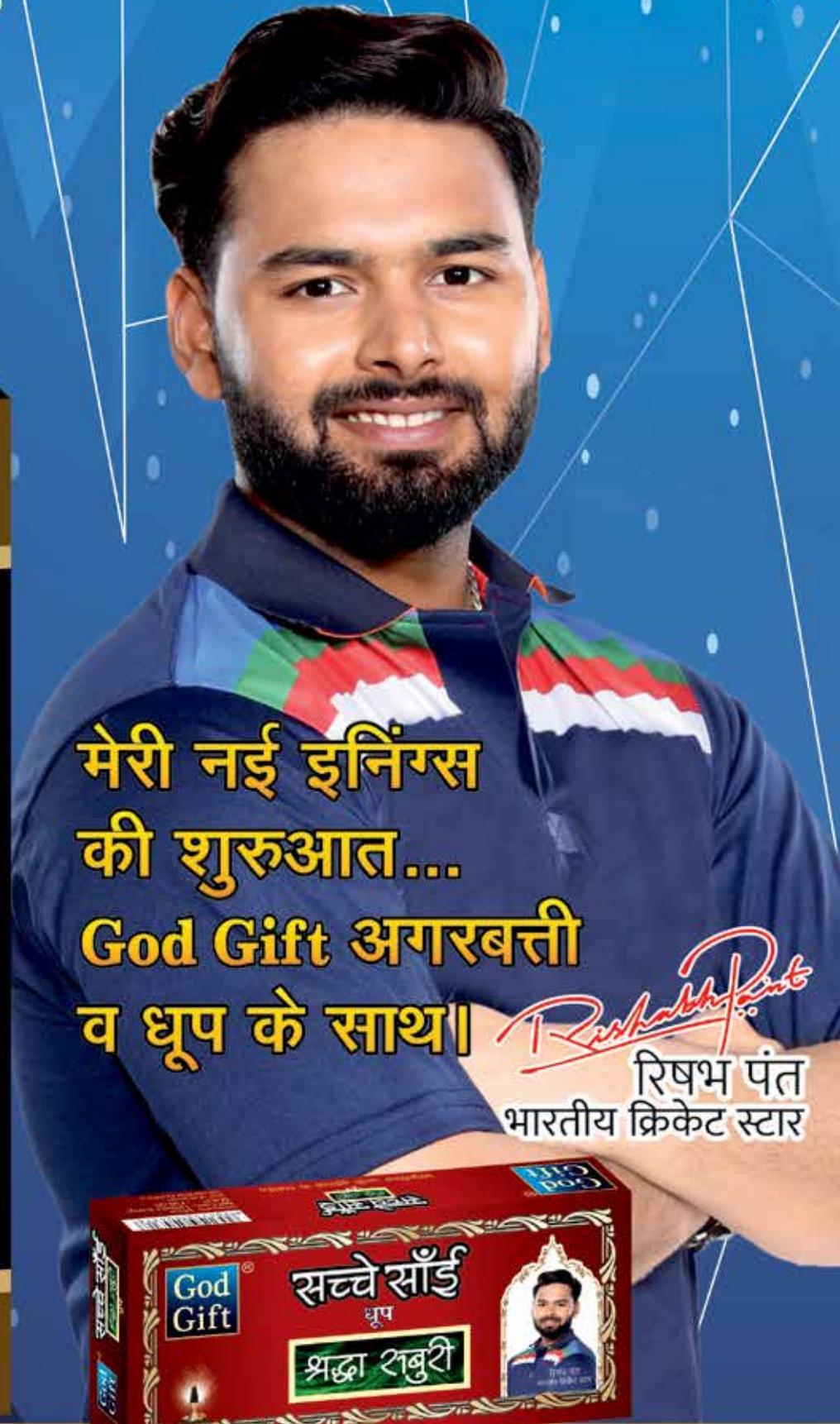
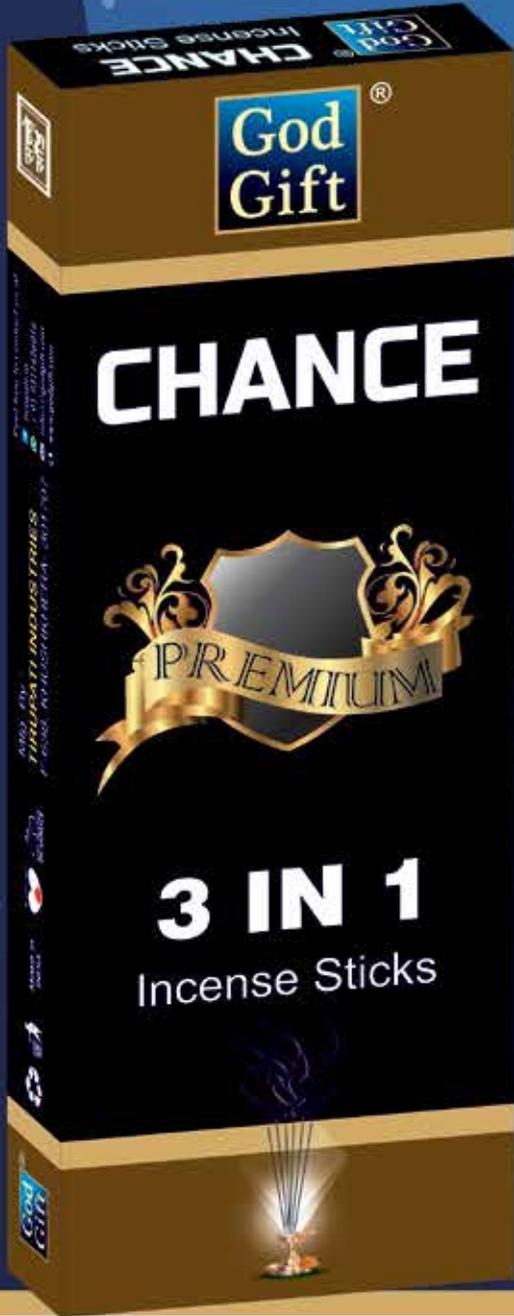
On current market dynamics, Mr. Soni told Sugandh India that Big Safari still dominates incense sales in the region, followed by Balaji, Z Black and local brands. Cycle, Ullas, Forest, Peshwa and BIC are also present in the market. Agarbatti has 80% market share, while dhoop products are 20%. In wet dhoop, Sri jai, Haridarshan and Manthan are leading performers, Utsav and a lot of other agarbatti companies are also present in the market which are producing wet dhoop. Mahalaxmi leads in Sambrani stick market. In cup dhoop, Delta, Nakshatra, and Real are popular. Mr. Soni mentioned that the camphor segment has also evolved. “Earlier people used to buy camphor in loose form,” he said. “Now, brands like Mangalam, OK Kapoor, and 333 are well-established.” Hari Darshan and Manohar dominate the Chandan Tika Ashtagandh Market.

Mr. Soni informed that a typical retail customer spends around Rs200 per month on Incense and Pooja items and out of 10, 6 customers are loyal to brands.

Mr. Soni emphasized that for a brand to succeed, it must offer consistent quality, attractive packaging, and strong dealer support. “You can’t expect a retailer to push your product just because it looks good,” he explained. “Retailers need solid reasons—good margins, marketing support, and reliability.” He also added with conviction, “A product is like your own child. You must present it well, take care of it, and nurture it for the market to respect it.” Mr. Soni told Sugandh India that building and maintaining relationships with both brands and retailers has been the key to their sustained success.

As Soni Trading Co. looks toward the future, its foundation in honesty, service, and spiritual values continues to guide every decision. “We are not just selling agarbatti,” Mr. Soni said with pride. “We are building trust, one stick at a time.” ■

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

OK CAMPHOR A TRUSTED NAME IN PURITY SINCE 1967

Nishikant Traders: Powering Maharashtra's Incense Market



“Good Camphor Leaves Nothing Behind”: Rahul Halade

The hallmark of a good camphor is that it burns completely, leaving no residue behind. That is considered the sign of pure camphor. Rahul Babasaheb Halade, the head of OK Camphor manufactured in Kolhapur, shared in a conversation with Sugandh India that aside from the fact that pure camphor burns completely, the belief that pure camphor doesn't emit black smoke is a misconception. Camphor does emit smoke while burning.

He informed that raw materials for camphor come from Indonesia and China. About 4–5 companies, such as Saptagiri Camphor Company, process these into camphor powder, which is then blended with other materials to make tablets and other products.

In response to a question about why Kolhapur and Sangli have become hubs for camphor production, he said the region has had a long-standing tradition of high camphor consumption. As demand grew, local production increased.

Alongside manufacturing the popular OK brand of camphor, Nishikant Traders also produces incense sticks, dhoop, and dry sticks. Additionally, they are super stockists for well-known brands such as Hem, Moksh, Nishan, Jesal, Dhanlaxmi, and Utsav Fragrances, and distributors for over 30 other agarbatti and dhoop manufacturers including Balaji in the Kolhapur region.

Rahul Halade, in response to a question from Sugandh India, stated that production of OK Camphor began in 1967 with his father, Mr.

Babasaheb Halade. Initially, they operated from home, but as business grew, they established a factory. Today, OK Camphor offers nearly 100 packaging varieties, with tablet sizes and pack formats ranging from ₹1 to ₹1000. The company also produces Bhimseni camphor.

OK Camphor is not only sold in Maharashtra but also in Karnataka, Gujarat, Tamil Nadu, Kerala, Rajasthan, and other states. Kolhapur and Sangli have now become hubs for both production and consumption of camphor, widely used in rituals and havans across India. Recently, camphor with added fragrance for use in electric burners has also become popular. The demand for camphor has surged post-COVID, especially for scented variants. This increasing market interest has prompted major companies to enter the camphor segment. OK too is planning to scale up production and introduce new fragrance-based camphor products.

Apart from camphor, Nishikant Traders is a well-known name in Maharashtra—especially Kolhapur—as a super stockist and distributor of branded products. Speaking on how they entered incense and dhoop trading, Rahul said that 8–10 years after camphor production began, they ventured into incense trading, starting with Hem Agarbatti as their first distribution partner. Today, Nishikant Traders handles many major brands including Balaji, Nishan, Dhanlaxmi, Moksh, Jesal, Utsav, Karnataka Fragrance, Bansi, Manohar, Goodluck, Amrutha, Somnath, Real, Parimal Mandir, Anubhav, AS, Zebra, Satya, Pandian, Krishnakala, Haria, D. Shankar, Deshpande, Tathe, Shreejee, Gajanan, and TPRG. As a super stockist, their network spans across Kolhapur and Western Maharashtra, Konkan, and Goa, connecting to nearly 4,000 distributors and retail counters.

On the Kolhapur market, he mentioned that incense stick sales are strong and growing rapidly. Zipper packs weighing 100–120 grams and priced between ₹50–₹60 are top sellers. Regarding the Goa market, he said it is mainly driven by economy products priced at ₹10, but due to foreign tourists, there is demand for premium products as well.



He noted that in Kolhapur, demand for dhoop is rising, though incense still dominates with 70% market share. Dhoop holds 30%, evenly split between wet and dry varieties. In wet dhoop, zipper packs are most popular. Brands like Nishan (zipper pack) and Real (premium) have strong demand, along with Balaji and Krishna Kala by A Ravi Raag. Packs priced at ₹20 and ₹50 are most in demand. A Ravi Raag's premium wet dhoop also performs well.

Balaji's premium incense sticks are top-sellers, with small packs at ₹50 and large packs going up to ₹2000. The dry stick segment is also expanding, with ₹50 packs leading in popularity. During festivals, Panchjanya, Balaji, and Good Luck's Chintan Sambrani cups sell well. In Sambrani sticks, Pandian's Mahalaxmi, TPRG's Tapasya, and OK's own products are in high demand.

Responding to a question about puja oils, he said that Cycle was the pioneer in Kolhapur, and now both Cycle and OK are popular. In camphor, OK holds the No. 1 position, followed by Mangalam. In sandalwood tilak, Manohar's Ashwagandha variant is in demand. In attars and roll-ons, SRS and Kelkar brands are top choices.

He concluded by stating that the average monthly purchase by a customer is around ₹200, but premium customers may spend up to ₹5000. About 5 out of 10 customers make their purchase decisions based on brand names. ■



**SOURCED DIRECTLY FROM
INDONESIAN FARMS**

EXPERIENCE THE FINEST PATCHOULI OILS

PATCHOULI OIL 30 LIGHT/DARK

PATCHOULI OIL 32 LIGHT/DARK

PATCHOULI OIL (IRON FREE)

PATCHOULI SELECT

PATCHOULI STANDARD LIGHT/DARK

PATCHOULI TERPENES



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

Essential Oils | Carrier Oils | Fragrances | Flavors | Aroma Chemicals

Ph: 011-42141579/574

Email: sales@iktaaromatics.in | rnd@iktaaromatics.in

www.iktaaromatics.com

आपकी पूजा
आपका उपहार।



LEADING 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.himalayadhooop.com © Jalandhar, Punjab India - 144001.

Rajkala: A Trusted Name in Incense & Camphor Across Maharashtra



The incense sticks and camphor products of the Rajkala brand, owned by Samarth Industries in Kolhapur, are quite popular across Maharashtra and neighboring states. In a conversation with Sugandh India, Mr. Rohit Kulkarni, head of Samarth Industries, said that the demand and consumption of camphor are very high in Kolhapur. As a result, production has also increased significantly here. He shared that his father founded Samarth Industries in 1985 and began camphor production under the name Rajkala. In 1986, they started producing premium quality incense sticks under the same brand name.

Besides its own products, Samarth Industries also distributes incense sticks of several other companies in Kolhapur, such as Big Bell, Alaukik, Aradhya, Geeta, Manohar, Jain Products, Aalok, Jai Bhavani, and Vakratund.

Responding to a question from Sugandh India, Mr. Kulkarni said they produce around 20 types of camphor under the Rajkala brand, including camphor cones, Bhimseni camphor, and tablets of various sizes. When asked about scented camphor, he said although such fragrances are trending in the market, they are currently not working on them. Rajkala camphor products are sold at around ₹650 per kilogram, though the price fluctuates with the market.

Rajkala also produces premium masala incense sticks, which are supplied not only across Maharashtra but also to Gujarat, Madhya Pradesh, and a few other states. He mentioned that Rajkala products are known for their quality. Throughout the year, about 70% of the market is for medium-quality products, 20% for economy, and 10% for premium. However, during festivals, the demand for premium products rises to around 80%.

Mr. Kulkarni also said that besides distributing incense, camphor, and dhoop products, they have a retail outlet that sells all brands related to dhoop and fragrances. Their distribution journey began with the brand Shreejai from Nagpur. Today, they work with nearly two dozen companies and have a large supply network in Kolhapur that reaches around 1,000 counters including grocery stores, malls, pan shops, and dedicated incense outlets.

According to him, Kolhapur is a very good market for incense products, especially for premium quality items.

Products priced at ₹100 with



10–15 sticks are in demand, but the ₹50 zipper pack is the highest-selling. People here prefer strong perfume-based fragrances.

On market trends, he mentioned that almost all brands perform well, but relationships play a key role in sales. At his counters, Aradhya, Alaukik, and Big Bell are the top-selling brands. He noted a growing demand for 400-gram jumbo packs, while the ₹10 product segment is declining. In Kolhapur, demand for bamboo-less products like dry dhoop and dhoop sticks is rising, currently making up about 30% of the market, while 70% still prefer incense sticks. Wet dhoop sells more during winter and monsoon seasons, with Geeta and Big Bell being top sellers in that segment.

He added that products with better margins and promotional schemes tend to sell more. In the dhoop category, 20-stick packs priced at ₹20 sell the most, while premium dhoop sells less. For dry dhoop, the brands that sell well as incense also do well. A ₹70 MRP pack containing 100 grams is in high demand. In cup dhoop, brands like Manohar, Big Bell, Aradhya, and Vakratund, priced between ₹50–₹60, are popular.

Regarding sandalwood tilak, Manohar is the most in-demand brand, along with products from Haridarshan and Mauli. Both wet and powder forms of sandalwood are sold, with orange and yellow being the preferred colors. In attars and roll-ons, Manohar, SL, and A

Attarwala are leading brands. In camphor, apart from their own Rajkala brand, OK Camphor also has high demand, followed by other brands. He stated that customers in Kolhapur mostly prefer branded camphor. On average, a customer buys products worth ₹400–₹500 per month. While many rely on the shopkeeper's recommendation, 5–6 out of 10 customers specifically ask for a brand by name. ■





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 | Email - anandorganicproducts@gmail.com



TM No : 5811979



Anubhav Incense Manufacturing Company

(Formerly Elite Agarbathi Works)

Manufacturer of Quality Agarbathi & Dhoops

G / 4, 2nd A Main Rd, Ramachandrapuram, Ramchandrapuram, Bengaluru - 560021

Tel: 080 - 23121762 Email: aimco2021@gmail.com

Vinodrai O.Mehta: 9448461762 | Mehul V.Mehta: 9886250867 | Rakesh V. Mehta: 9886383839



Strong Fragrances in Demand in Kolhapur: Shivkumar Sudesh Chauhan

Geetanjali Earns Distinct Identity in Both Manufacturing & Trading

Sudesh Perfumery Works and Geetanjali Agarbatti Company have carved a niche in both manufacturing and trading of incense, dhoop, camphor, and related products in Kolhapur. Under Sudesh Perfumery Works, the company produces agarbatti under the Geetanjali brand along with dhoop, dry sticks, cones, and camphor. Meanwhile, Geetanjali Agarbatti Company handles trading for around 40 brands across Kolhapur.

In an exclusive conversation with Sugandh India, Mr. Shivkumar Sudesh Chauhan, the head of the company, shared, “My grandfather started the incense business in 1972. He used to bring agarbattis from Bengaluru and supply them to shops in towns and villages using a bicycle. Eventually, we felt the need to start our own production, and the first product launched under the name Geetanjali became highly popular—even gaining recognition in Bengaluru.”

On advice from family and business associates, they officially registered Geetanjali Agarbatti in 1982, making it the first incense brand in Maharashtra to receive corporate registration.

In response to questions from Sugandh India, Shivkumar explained that their incense products range from ₹5 to ₹100 in the premium segment. The company manufactures agarbatti, dhoop, dry sticks, cones, and camphor. Their products are widely distributed across Kolhapur and the Konkan region. While Geetanjali remains their flagship brand, Swaraj agarbatti is also quite popular

He observed that Kolhapur consumers have a preference for strong fragrances—just like their love for spicy food. Mild fragrances like rose aren't as popular, but kewda and mogra, regardless of the brand, sell very well. Their brand Charlie, which has a strong aroma, is also a local favorite. The Shree Dev Pooja Camphor brand by the company is widely used across Kolhapur and other districts in Maharashtra. He added that among the top three camphor brands in the Kolhapur market are OK, Rajkala, and their own Shree Dev Pooja.

On the incense market in Kolhapur, Shivkumar noted that 70% is dominated by agarbatti and 30% by dhoop, with dry sticks gaining popularity—particularly among Jain consumers. While the use of bamboo in incense has been a point of debate, more traditional consumers are now accepting it, leading to a resurgence in agarbatti usage.



When asked about the company's trading operations, Shivkumar said their first trading partnerships were with Cycle and Danka agarbatti. They now hold distribution for Shree Trading Company, Misbah, Topsi, and multiple brands from AR Industries. In total, they hold agency rights for 40 brands, some exclusive to Kolhapur and others covering the entire district.

Kolhapur has 40 talukas, and Geetanjali's supply network reaches around 1,000 outlets including agarbatti counters, provision stores, supermarkets, and general stores. The market, he said, consists of 50% economy products, with the remaining 50% split evenly between medium and premium categories. For temple use, consumers typically buy ₹5–₹10 packs, while for home use, the same customers prefer ₹50 and higher zipper packs.

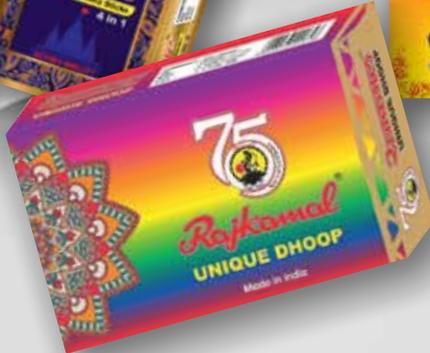
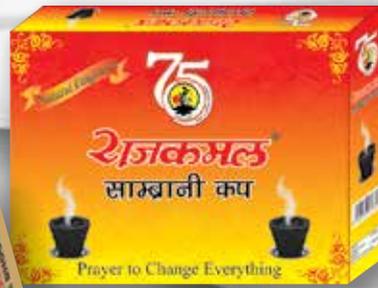
In terms of bestsellers, Shivkumar listed Shree Trading, Misbah, Balaji, Forest, Ullas, and Zed Black as the most popular incense brands. ₹10 and ₹50 packs are the top sellers in agarbatti. In wet dhoop, Shridhan, Topsi, Pioneer (Jaipur), and Zed Black Manthan are in high demand. Premium product demand is growing quickly. In dry sticks, the GT brand leads. Sambrani cups of incense brands are all over the market.

He added that in the camphor category, the top brands are OK, Rajkala, and Shree Dev Pooja. In sandalwood tilak, Manohar is the top choice, especially in yellow and orange paste forms. On average, a customer in Kolhapur spends ₹500 to ₹600 per month, and 6 out of 10 customers ask specifically by brand name. ■



Rajkamal®

Agarbatti, Dhoop, Hawan Samagri, Roli, Sindoor, Kalawa,
Camphor, Chandan Tika, Jyot Batti and other Pooja Samagri



Mfd. & Mktd. by:

BHARTIYA DHOOP KARYALAYA PVT. LTD.

H.O.: 409, 1st Floor, Katra Maidgran, Khari Baoli, Delhi-110006

B.O. : H-72, Sector-63, Noida-201301, Distt. G.B. Nagar (U.P.)

Email : enquiry@rajkamalbdk.com

Website : www.rajkamalbdk.in
www.rajkamalbdk.com

Phone No. : 0120-4246400

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



MFG OF DHOOP, AGGARBATI, DRY CONE, DRY STICKS & BAKHOORS

Marketed By
R.P FRAGRANCES

Kannauj - 209725 (U.P.) Indian | Customer Care No.: +91 9628078000

MAHALAXMI TRADERS REDEFINES INCENSE RETAIL WITH AC SHOWROOM IN KOLHAPUR



“We Educate Customers Before Selling Products”: Prathamesh Daware

Just like malls, supermarkets, and modern retail stores that feature neatly displayed grocery and consumer goods in air-conditioned environments, the trend of organized retail is growing. Mahalaxmi Traders in Kolhapur is one such prominent retail centre where top Indian brands of agarbatti, dhoop, and pooja items are displayed attractively, offering customers a pleasant shopping experience.

At this exclusive store, customers are educated about the product quality, fragrance types, and raw materials of incense and other aromatic products. They are encouraged to browse at their leisure, understand the details, and then make informed purchases. As a result, consumers become more aware and brand-conscious. Today, 8 out of 10 customers here choose branded products. Mahalaxmi Traders’ owner, Mr. Prathamesh Daware, told Sugandh India in a special interview that they launched this fully air-conditioned

showroom three years ago with a fresh retail concept, which quickly proved successful. Customers began buying premium incense and related products in greater quantities.

Prathamesh shared that his father, Mr. Raj Daware, started the business 10 years ago. Though the family is involved in other businesses as well, three years ago they launched this wholesale and retail counter dedicated to agarbatti, dhoop, and pooja materials. Initially operating from a small counter, Prathamesh envisioned a space where customers could comfortably enter the store, explore products based on their preferences and needs,

and receive product information from the staff. Buying from outside the shop, he believed, didn't allow for the same experience—hence the birth of the AC showroom.

Within a year, the results were promising. Today, the store carries over 1,000 products from more than 20 major brands. The nearby temple also contributes to heavy footfall. The retail model also helped them better understand product quality and consumer preferences, resulting in higher customer satisfaction and acceptance.

Responding to Sugandh India's query, he explained that customers visiting the store can view a wide display of products and buy according to daily needs, special occasions, or fragrance preferences. "Just as everyone has unique tastes in food and lifestyle, people also have different sensitivities to fragrance. A scent that feels mild to one person may feel strong to another," he said. They help guide customers to products that suit their taste. From retail experience, he learned that over 70% of Kolhapur's consumers prefer strong fragrances.

Prathamesh believes that the future of India's agarbatti industry depends on creating more consumer awareness. He emphasized that companies must educate buyers about quality, burning time, and fragrance notes. "Until brands inform consumers about premium products, people won't fully understand or appreciate them," he added. Because of his informative selling approach, even economy buyers are now buying premium products without hesitation.

He shared that Big Bell and Balaji are their top-selling brands. Balaji products often fly off the shelves by themselves. Other popular brands include Nikhil, BIC, and in masala agarbatti, Flourish. Agarbatti products costing over Rs. 1000 also are in demand. Among customer favorites are Balaji's Botanical Garden (₹500) and Nikhil's 250g pack priced at ₹1075—both have loyal buyers. In Kolhapur, incense sticks dominate the market with a 70% share, followed by wet dhoop, dry sticks, and sambrani cups. Wet and dry dhoop have roughly equal customer bases. The ₹50 zipper pack is the highest-selling incense product. In jumbo packs, the White Stick by Orange Aroma in four fragrances (400g) is popular—he sold 60–65 packs in the last 5–6 months.

He noted that large packs also sell well in rural areas. Mahalaxmi Traders supplies across Kolhapur district, including its rural zones and parts of Konkan. Their distribution network reaches over 100 stores



within an 80 km radius—general stores, pooja product stores, supermarkets, and stationery shops.

In wet dhoop, BIC, Balaji, and Forest are the top sellers. Wet Dhoop products priced between ₹20 and ₹70 sell the most. In dry sticks, products priced at ₹70 and ₹105 with burn times of 1–2 hours are popular, particularly from Balaji and Big Bell. In dry stick, BIC is also a popular choice with Himalayan and Black Musk (₹60) being highly demanded. In sambrani cups, Manohar, Nikhil, and Shri are well-received. For scented camphor, Mangalam is a customer favorite.

The store stocks only Manohar for sandalwood tilak, which is preferred by 80% of customers, along with Hari Darshan. There is high demand for sandalwood powder, especially in orange color with real sandalwood. In roll-ons and attars, Arome (Ratlam) and Nikhil are the most preferred brand. According to him, individual customers spend between ₹1000 to ₹1500 per month on agarbattis, and most of them shop by brand name. ■

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, 2nd Floor, Habib Complex, Bharat Nagar, New Delhi-110065

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

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



Six Decades of Pure Pine Chemistry



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

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

AURACAM
GOLD STANDARD
Bhimseni Camphor & Tablets



Camphor Powder	Isoborneol Powder
Bhimseni Camphor	Dipentene
Pine Oil	Terpineol
Gum Rosin	Paraffin Wax

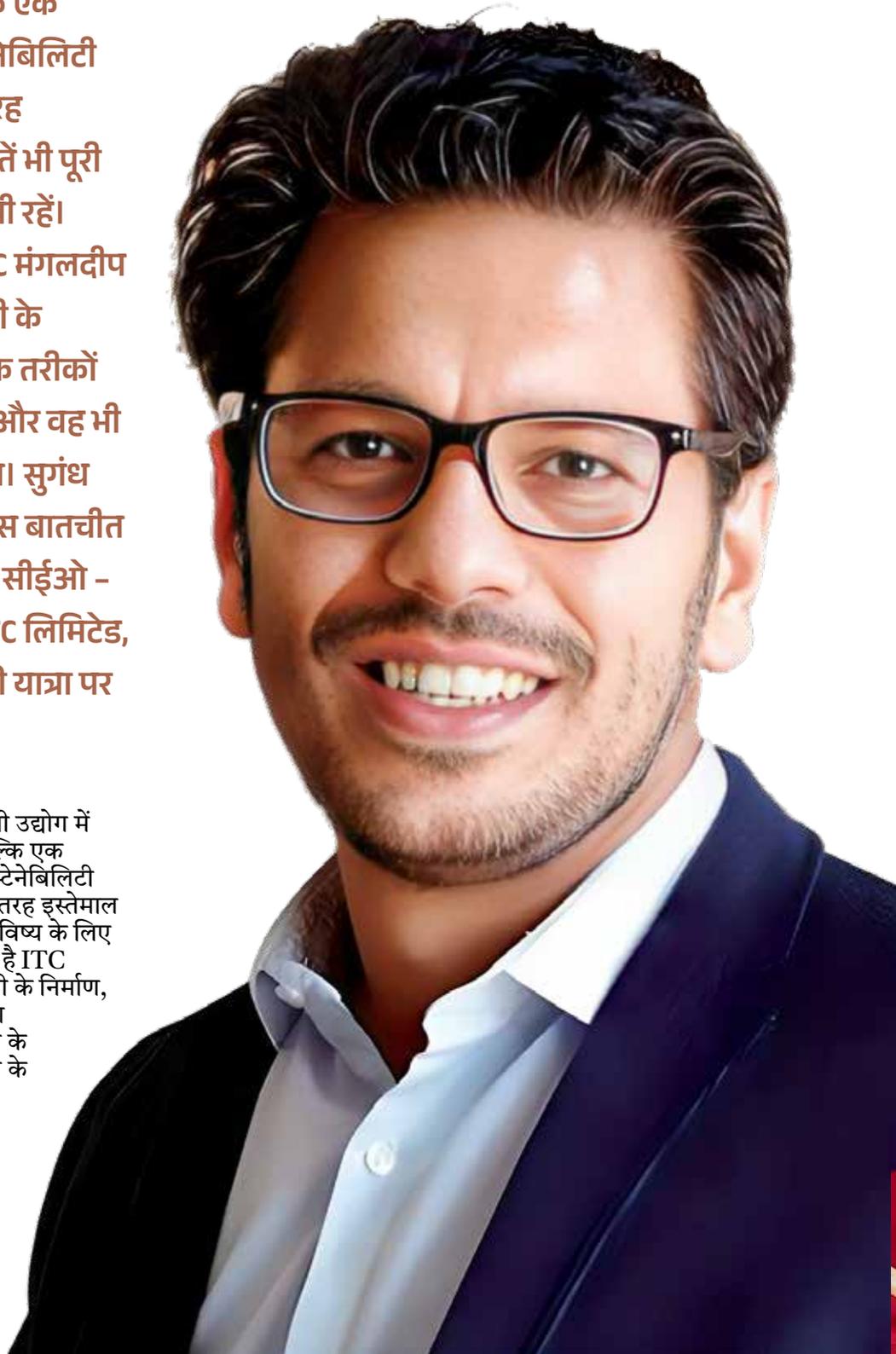
svdpinechem.com

सार्थक सुगंध: सस्टेनेबिलिटी की ओर बढ़ता ITC मंगलदीप

“ITC मंगलदीप की हर अगरबत्ती में है जिम्मेदारी की सुगंध” – गौरव तायल

लगातार विकसित होते अगरबत्ती उद्योग में सस्टेनेबिलिटी चलन नहीं, बल्कि एक आवश्यकता बन चुकी है। सस्टेनेबिलिटी यानि अपने संसाधनों का इस तरह इस्तेमाल जिससे आज की ज़रूरतें भी पूरी हों और भविष्य के लिए भी वे बची रहें। इस बदलाव में सबसे आगे है ITC मंगलदीप – एक ऐसा ब्रांड जिसने अगरबत्ती के निर्माण, मार्केटिंग और उपयोग के तरीकों को दोबारा परिभाषित किया है, और वह भी जिम्मेदारी के मूल विचार के साथ। सुगंध इंडिया मैगज़ीन के साथ एक खास बातचीत में, श्री गौरव तायल (डिविजनल सीईओ – माचिस व अगरबत्ती डिवीजन, ITC लिमिटेड, मंगलदीप) ने सम्पूर्ण स्थिरता की यात्रा पर प्रकाश डाला।

लगातार विकसित होते अगरबत्ती उद्योग में सस्टेनेबिलिटी चलन नहीं, बल्कि एक आवश्यकता बन चुकी है। सस्टेनेबिलिटी यानि अपने संसाधनों का इस तरह इस्तेमाल जिससे आज की ज़रूरतें भी पूरी हों और भविष्य के लिए भी वे बची रहें। इस बदलाव में सबसे आगे है ITC मंगलदीप – एक ऐसा ब्रांड जिसने अगरबत्ती के निर्माण, मार्केटिंग और उपयोग के तरीकों को दोबारा परिभाषित किया है, और वह भी जिम्मेदारी के मूल विचार के साथ। सुगंध इंडिया मैगज़ीन के साथ एक खास बातचीत में, श्री गौरव तायल (डिविजनल सीईओ – माचिस व अगरबत्ती डिवीजन, ITC लिमिटेड, मंगलदीप) ने सम्पूर्ण स्थिरता की यात्रा पर प्रकाश डाला।



66

हम मानते हैं कि अगरबत्ती का भविष्य केवल इसकी सुगंध में नहीं है, बल्कि इसके बनने, स्रोत और साझा किए जाने के तरीके में भी है। मंगलदीप ऐसे उत्पाद बनाने के लिए प्रतिबद्ध है जो सुगंध और उद्देश्य दोनों को साथ लाते हैं। 99



स्वयं सहायता समूहों के माध्यम से महिलाओं को सशक्त बनाना हो या बांस रहित और चारकोल फ्री (कोयला रहित) अगरबत्तियों की शुरुआत, यह सभी मंगलदीप की पहल हैं जो ITC की सामाजिक और पर्यावरण की ओर ज़िम्मेदारी के बड़े नज़रिये को दिखाती हैं। श्री तायल बताते हैं कि कैसे यह ब्रांड नएपन, समाज पर असर और बाज़ार की ज़रूरत को एक साथ साधता है – साथ ही, एक पारंपरिक उद्योग में टिकाऊ सप्लाई चेन बनाने की मुश्किलों से भी निपटता है। चाहे मंदिरों के फूलों को उपयोगी उत्पादों में बदलना हो या रीसाइकिल की जा सकने

वाली पैकेजिंग बनाना हो, मंगलदीप एक हरियाली भरे और सबको साथ लेकर चलने वाले भविष्य के लिए नई मिसालें स्थापित कर रहा है।

आईटीसी मंगलदीप का सस्टेनेबिलिटी पर ध्यान पिछले कुछ वर्षों में कैसे बदला है?

आईटीसी मंगलदीप हमेशा से आईटीसी की सस्टेनेबिलिटी की प्रतिबद्धता से जुड़ा रहा है, जो उसके सभी व्यवसायों में शामिल है। जो बात पहले सिर्फ नियमों का पालन करने से शुरू हुई थी, वह अब एक पूरी तरह से सोची-समझी रणनीति बन गई है, जिसमें

पर्यावरण की देखभाल को सामाजिक-आर्थिक सशक्तिकरण के साथ जोड़ा गया है। इन वर्षों में, मंगलदीप ने महिला स्वयं सहायता समूहों (SHGs) के साथ मिलकर काम किया है, छोटे विक्रेताओं का समर्थन किया है, और निष्पक्ष व्यापार (फेयर ट्रेड) के तरीकों को बढ़ावा दिया है, यह सुनिश्चित करते हुए कि उसकी मूल्य श्रृंखला से कमजोर समुदायों को फायदा हो। हाल ही में, ब्रांड ने पर्यावरण-अनुकूल उत्पाद जैसे कि बिना बांस और बिना कोयले वाली अगरबत्तियां पेश करके और मंदिर के सूखे फूलों का इस्तेमाल करके मंदिर से प्रेरित उत्पाद श्रृंखलाएं शुरू करके इनोवेशन में अपना नेतृत्व दिखाया है। यह तरीका मंगलदीप के उपभोक्ताओं की ज़रूरतों, समुदाय के कल्याण और पर्यावरण की ओर ज़िम्मेदारी को एक साथ लाने के प्रयास को दर्शाता है।

आईटीसी मंगलदीप को अपने सस्टेनेबिलिटी मानकों को बनाए रखने में सबसे बड़ी चुनौती क्या आती है?

आईटीसी मंगलदीप के लिए सस्टेनेबिलिटी एक ऐसी यात्रा है जिसमें लगातार नयापन और बदलाव की ज़रूरत होती है। कृषि और वन-आधारित मूल्य श्रृंखला में काम करने से सामाजिक और पर्यावरणीय रूप से महत्वपूर्ण प्रभाव डालने के अनोखे अवसर मिलते हैं, लेकिन एक बड़े सप्लाई नेटवर्क में गुणवत्ता बनाये रखना और नैतिक स्रोत सुनिश्चित करना भी चुनौतीपूर्ण होता है। विशेष रूप से महिलाओं और हाशिए के समूहों को सशक्त बनाना और साथ ही पर्यावरणीय लक्ष्यों को आगे बढ़ाना—इन दोनों कामों में संतुलन बिठाने के लिए ऐसे तरीकों की ज़रूरत है जो सबको साथ लेकर चलें और बड़े पैमाने पर लागू





मंगलदीप ने अपनी पैकेजिंग में 20% पोस्ट-कंज्यूमर रेजिन (PCR) शामिल किया है—यह उद्योग में इस तरह की पहल करने वाला पहला ब्रांड है।



किए जा सकें। जैसे-जैसे उपभोक्ताओं की अपेक्षाएं और सरकार के नियम बदलते हैं, मंगलदीप लगातार अपनी प्रक्रियाओं को बेहतर बनाता है, साथ ही मजबूत स्पलाई चैन बनाने और ऐसी अच्छी चीजों में निवेश करने के लिए प्रतिबद्ध है जिससे ब्रांड टिकाऊ और अच्छी क्वालिटी के उत्पाद दे सके। साथ ही, ब्रांड से जुड़े सभी लोगों के लिए भी फ़ायदेमंद हो सके।

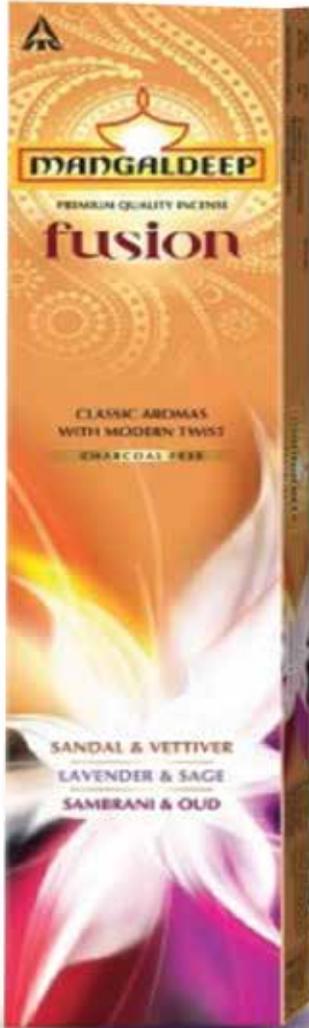
आईटीसी मंगलदीप का सस्टेनेबिलिटी पर काम, बाज़ार में उसकी जगह कैसे बनाता है?

अगरबत्ती के इस कड़े मुकाबले वाले बाज़ार में, मंगलदीप का सस्टेनेबिलिटी और सबको साथ लेकर चलने वाला विकास त्री

उसकी सबसे बड़ी खासियत है। कंपनी का ईमानदारी से माल खरीदना, लोगों के लिए रोज़गार के मौके बनाना, और पर्यावरण को नुकसान न पहुँचाने वाली नई चीज़ें बनाना, ये सब उन ग्राहकों को बहुत पसंद आता है जो ज़िम्मेदारी से चीज़ें खरीदना पसंद करते हैं। मंगलदीप ने प्राकृतिक, उच्च गुणवत्ता और समाज की भलाई करने वाले उत्पादों के ज़रिये अपनी ब्रांड वैल्यू को बढ़ाया है और प्रीमियम सेगमेंट में मजबूत उपस्थिति बनाई है। इसके अलावा, फेयर ट्रेड (निष्पक्ष व्यापार) नेटवर्क से जुड़ने और FTO मार्क जैसे ग्लोबल सर्टिफिकेट हासिल करने से देश और विदेश दोनों जगह उसकी भरोसेमंद ब्रांड के तौर पर पहचान बढ़ी है, इससे ITC की पहचान एक जिम्मेदार और भविष्य के लिए तैयार कंपनी के तौर पर और मजबूत हुई है।

आईटीसी मंगलदीप अपने उत्पादों में सस्टेनेबिलिटी को बढ़ावा देने के लिए किन खास सामग्रियों का उपयोग करता है?

आईटीसी मंगलदीप पर्यावरण-अनुकूल और प्राकृतिक चीज़ों का सावधानी से चुनाव करके अपने उत्पादों में सस्टेनेबिलिटी को शामिल करता है। ब्रांड ने बांस रहित और बिना कोयले वाली अगरबत्तियां पेश की हैं, जिससे जंगल के संसाधनों पर निर्भरता काफी कम हुई है और इस्तेमाल के दौरान होने वाले प्रदूषण में भी कमी आई है। एक सुरक्षित और पर्यावरण के प्रति संवेदनशील उत्पाद बनाने के लिए प्राकृतिक बाइंडर और सुगंध का उपयोग किया जाता है। खास बात यह है कि मंगलदीप की मंदिर से प्रेरित रेंज में प्रमुख मंदिरों से इकट्ठा किए गए सूखे फूल शामिल हैं, जो पवित्र फूलों की भेंट को उपयोगी उत्पादों में बदल देते हैं और साथ ही फूल इकट्ठा करने और प्रसंस्करण में लगे स्थानीय समुदायों का समर्थन भी करते हैं। जबकि पैकेजिंग को लगातार बेहतर किया जा रहा है, रीसाइकिल करने योग्य और टिकाऊ पैकेजिंग समाधानों के प्रति आईटीसी की बड़ी प्रतिबद्धता मंगलदीप के उत्पादों पर भी लागू





होती है, जो सस्टेनेबिलिटी के प्रति उसके समग्र दृष्टिकोण को और मजबूत करता है।

आईटीसी मंगलदीप अपनी सस्टेनेबिलिटी की पहल की सफलता को कैसे मापता है?

मंगलदीप के लिए सफलता को प्रभाव-आधारित मेट्रिक्स (मापदंडों) के एक व्यापक सेट के माध्यम से मापा जाता है जो सामाजिक और पर्यावरणीय दोनों प्रगति को दर्शाते हैं। सामाजिक रूप से, ब्रांड यह आकलन करता है कि कितनी महिलाओं और लघु उद्यमियों को सशक्त किया गया और कितने आजीविका के अवसर उत्पन्न हुए। पर्यावरण के लिहाज़ से, मंगलदीप कार्बन उत्सर्जन में कमी, कचरा कम करने और गैर-नवीकरणीय सामग्रियों के कम उपयोग का आकलन करता है, जो आईटीसी के पूरे कंपनी के सस्टेनेबिलिटी मापदंडों के अनुरूप है। बाज़ार की प्रतिक्रिया, टिकाऊ उत्पाद श्रृंखलाओं को उपभोक्ताओं द्वारा अपनाना, और प्रमाणपत्रों और पुरस्कारों के

माध्यम से मान्यता भी इस प्रदर्शन का महत्वपूर्ण संकेत है।

आईटीसी मंगलदीप की 'फ्रेगरेंस-लॉक' पैकेजिंग सस्टेनेबिलिटी में कैसे योगदान करती है?

फ्रेगरेंस-लॉक पैकेजिंग उत्पाद की बेहतरीन क्वालिटी को जिम्मेदारी से किये गए नवाचार के साथ जोड़ने की मंगलदीप की निरंतर प्रतिबद्धता को दर्शाती है। अगरबत्ती उद्योग में एक अग्रणी कदम के तहत, मंगलदीप ने अपने लैमिनेट्स में 20% पोस्ट-कंज्यूमर रैजिन (PCR) सामग्री को शामिल किया है, जिससे यह अपनी कैटेगरी में PCR को अपनी पैकेजिंग में अपनाने वाला पहला ब्रांड बन गया है। इसके अलावा, पीईटी/पीई (PET/PE) संरचना से अधिक रीसाइकिल करने योग्य सामग्रियों में बदलाव ने पैकेजिंग की सस्टेनेबिलिटी प्रोफाइल को और बढ़ाया है। जबकि यह सुनिश्चित करता है कि अगरबत्ती की सुगंध और गुणवत्ता लंबे समय तक बनी रहे, जिससे खराब होने और बर्बादी कम हो, और पर्यावरणीय प्रभाव भी घटता है। यह एकीकृत दृष्टिकोण ने केवल उपभोक्ता संतुष्टि को बढ़ाता है बल्कि टिकाऊ पैकेजिंग और जिम्मेदार खपत के प्रति मंगलदीप की व्यापक प्रतिबद्धता को भी मजबूत करता है। ■

स्वयं सहायता समूहों के माध्यम से महिलाओं को सशक्त बनाना CSR नहीं, बल्कि हमारी सप्लाई चेन का अहम हिस्सा है।

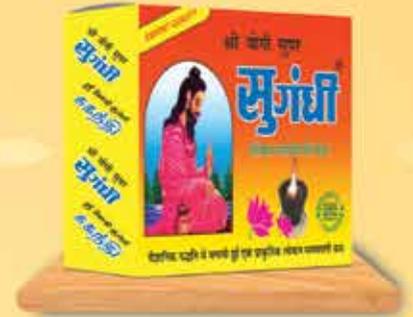
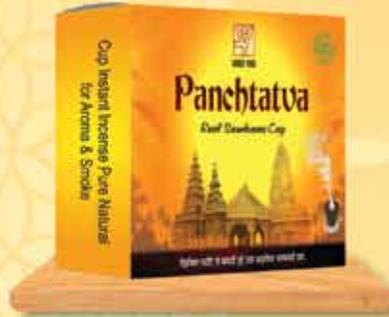


SHREE YOGI SUPER [®] **Sugandhi**

INDIA'S OLDEST & ONLY CARBON FREE

Sambrani Dhooop 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

Established: 1935



Rajalakshmi
regd No. 2468072

Phoshak[®]

*Bamboofless Premium
Dhoop Sticks*



Try our other Bamboofless Products



BAMBOOFLESS



CHARCOAL FREE



THICK & LONG



RAJALAKSHMI PERFUMERY WORKS
No. 247, 3rd Main Road, Chamarajpet, Bangalore - 560 018

Ph: 080 41206464

E mail phoshak@yahoo.co.in

क्वालिटी के दम पर लोकप्रिय हैं

चामुंडी अगरबत्ती प्रोडक्ट्स: कांतिलाल परमार

बालाजी दर्शन ब्रांड ऑनलाइन व एक्सपोर्ट मार्केट तक पहुंचा: गौतम परमार

बंगलुरु के चामुंडी अगरबत्ती इंडिया प्राइवेट लिमिटेड का ब्रांड बालाजी दर्शन अब कर्नाटक से निकलकर आंध्र प्रदेश, केरल, तेलंगाना, महाराष्ट्र, ओडिशा, पश्चिम बंगाल, असम, बिहार, झारखंड और उत्तर प्रदेश सहित कई राज्यों का प्रमुख ब्रांड बन गया है। चामुंडी अगरबत्ती के प्रमुख श्री कांतिलाल परमार का अगरबत्ती उद्योग में कामयाबी का सफर संघर्षों का रहा है। सुगंध इंडिया से एक बातचीत में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग के लिए प्रिंटिंग और पैकेजिंग से लेकर रॉ मैटेरियल्स सप्लायर और फिर मैनुफैक्चरर बनने के लिए उन्हें कठिन रास्ता अपनाना पड़ा है, लेकिन मेहनत, ईमानदारी और अपने प्रोडक्ट की क्वालिटी से समझौता ना करने के कारण ही कामयाबी मिली है। आज उनके बेटे श्री गौतम परमार भी पढ़ाई पूरी करने के बाद कंपनी के ब्रांड बालाजी दर्शन को ऑनलाइन मार्केट और एक्सपोर्ट में नंबर वन बनाने के लिए काम कर रहे हैं। कंपनी भविष्य में प्रीमियम क्वालिटी की मसाला अगरबत्ती, एक्सपोर्ट के लिए नए-नए फ्रेगरेंस की कलर अगरबत्तियों, रोल ऑन, डिटर्जेंट, इत्र, सोप, और पूजा पाठ सामग्रियों से संबंधित कई अन्य प्रोडक्ट्स बनाने की दिशा में काम कर रही है।

सु

गंध इंडिया से बातचीत में श्री कांतिलाल परमार ने बताया कि वह मूलतः राजस्थान के रहने वाले थे। 1993 में वह बंगलुरु आए और 2003 में चामुंडी अगरबत्ती इंडिया प्राइवेट लिमिटेड की स्थापना

की। मेरे बड़े भाई बंगलुरु में नौकरी करते थे। फिर उन्होंने 1985 में अगरबत्ती ट्रेड के लिए प्रिंटिंग और पैकेजिंग मैटेरियल्स का काम शुरू किया, जहां वह अगरबत्ती उद्योग के लिए पाउच, पीपी बैग, आदि बनाते थे। उनके साथ जुड़कर मैं भी पीपी बैग, पाउच आदि की सप्लाय अगरबत्ती ट्रेड में करने लगा। वर्ष 2000 में पूजा एजेंसी के नाम से कॉटन पेट रोड पर रिटेल शॉप शुरू की। यह ऐसा इलाका है, जहां अगरबत्ती उद्योग से संबंधित सभी तरह के रॉ मैटेरियल्स मिलते थे। इसलिए ट्रेड के लोगों से बहुत ज्यादा संपर्क रहा। फिर खुद मैंने भी रा मटेरियल की सप्लाय शुरू कर दी। इस दरमियान मुझे लगा कि खुद अपना प्रोडक्ट बनाना चाहिए। इस तरह वर्ष 2003 में हमने अपनी कंपनी शुरू की। 900 वर्ग फीट की एक जगह दुकान के पास ही ले ली और काम शुरू कर दिया। इसके बाद काम बढ़ा



और चार मंजिला फैक्ट्री एक एकड़ जमीन पर बनायी। इस तरह आज हम इन हाउस ही रा अगरबत्ती, व्हाइट, मसाला, बेस अगरबत्तियां, धूप, ड्राई स्टिक, कोन सब कुछ बना रहे हैं।

कांतिलाल जी ने एक सवाल के जवाब में बताया कि शुरुआत में हमने कर्नाटक की लोकल मार्केट की मांग के अनुरूप प्रोडक्शन किया और वर्ष 2009 में अपना मार्केटिंग नेटवर्क बनाया। शुरुआत 900 स्क्वायर फीट से की थी। जैसे-जैसे काम बढ़ा उसी अनुपात में फैक्ट्री की जगह बढ़ाई। पहले 8000 स्क्वायर फीट और फिर 25000 स्क्वायर फीट में कंपनी का प्रोडक्शन होने लगा। उन्होंने बताया कि मार्केटिंग नेटवर्क में 250 से अधिक डिस्ट्रीब्यूटर हैं। 35 सेल्स टीम है और आंध्र प्रदेश, तेलंगाना, तमिलनाडु, केरल, पश्चिम बंगाल, ओडिशा, असम, बिहार, झारखंड, महाराष्ट्र, यूपी सहित कई राज्यों में चामुंडी अगरबत्ती कंपनी का अपना सप्लाय नेटवर्क है। प्रत्येक राज्य में 8 से 10 लड़कों की कंपनी की सेल्स टीम है और प्रत्येक राज्य में 100 से अधिक डिस्ट्रीब्यूटर्स हैं।

कांतिलाल जी के बेटे गौतम परमार ने एक सवाल के जवाब में बताया कि भविष्य का मार्केट डिजिटल और सोशल मीडिया का है और मैं इस दिशा में काम कर रहा हूं। ऑनलाइन मार्केट के लिए प्रीमियम में ऊद और चंदन आदि के प्रोडक्ट्स निकले हैं। इसके अलावा एक्सपोर्ट के लिए प्रीमियम कलर अगरबत्ती पर काम कर रहे हैं। उन्होंने कहा कि एक्सपोर्ट बढ़ रहा है और दुनिया भर की अगरबत्ती में नयापन व खास क्वालिटी चाहती है। इसलिए मैं इस दिशा में काम कर रहा हूं।

कांतिलाल जी ने सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में बताया कि शुरुआत में चामुंडी अगरबत्ती ब्रांड के नाम से ही मैनुफैक्चरिंग शुरू की थी। चूंकि मैं बालाजी तिरुपति नाथ का भक्त हूं और एक बार वहां दर्शन करने गया था, तो मुझे लगा कि अपने ईश्वर के नाम पर ही ब्रांड का नाम क्यों ना रखा जाए। इसलिए बालाजी दर्शन नाम रख दिया, जो पूरे कर्नाटक में जल्दी ही लोकप्रिय हो गया। इसके बाद हमने अपने सभी प्रोडक्ट्स की ब्रांडिंग इसी नाम से कर दी। उन्होंने बताया कि इस वक्त कंपनी के 150 से अधिक रेंज के प्रोडक्ट हैं, जिनमें पाउच, बॉक्स, जीपर



पैकिंग में प्रीमियम अगरबत्तियां, फ्लोरा, बेस अगरबत्ती, मसाला अगरबत्ती, धूप और कोन आदि प्रोडक्ट्स हैं। कंपनी ₹10 से लेकर ₹250 की एमआरपी वाले प्रोडक्ट्स बनाती है। हमारा सबसे ज्यादा 50 रुपए की बिक्री वाला पैक बिकता है। इसके अलावा 50 ग्राम, 100, 150, 200 ग्राम वाले पैक जो 70, 80, 100, 125, 150 और 250 रुपए की रेंज में है वह प्रोडक्ट्स काफी चलते हैं।

अगरबत्ती उद्योग की चुनौतियां संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि मार्केट में कंपीशन बहुत तेजी से बढ़ रहा है। बहुत सारी कंपनियां मैनुफैक्चरिंग कर रही हैं और सभी के पास कुछ न कुछ खास और नया आइटम है। इसलिए हमको भी क्वालिटी, क्वांटिटी और प्राइस पर हमेशा नजर रखनी पड़ती है। उन्होंने कहा कि ब्रांड की कामयाबी तभी है, जब आप खुद मार्केट में जाकर चल रहे ट्रेंड और आने वाले ट्रेंड को जान पाएंगे। यही कारण है कि मुझे अगरबत्ती उद्योग में प्रिंटिंग, पैकेजिंग, रॉ मैटेरियल्स सप्लाय और फिर अब मैनुफैक्चरिंग के क्षेत्र में कामयाबी मिली है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि कंपनी के कई प्रोडक्ट जीपर, पाउच पैकिंग में कप और धूप प्रोडक्ट्स कई देशों में जाते हैं। भविष्य की योजनाओं पर उन्होंने बताया कि अगरबत्ती व धूप के अलावा कंपनी दीपम आयल जो पूजा में इस्तेमाल किया जाता है बनाया है। दक्षिण भारत में उसकी सबसे ज्यादा मांग होती है। इसमें हमने जैस्मिन डालकर आयल तैयार किया है, जिसे लोग बहुत पसंद कर रहे हैं और वह खूब चल रहा है। कंपनी का अपना कपूर ब्रांड भी है। उन्होंने बताया कि भविष्य में कंपनी अपने प्रोडक्ट्स में और भी विस्तार करेगी और घरेलू व विदेशी बाजारों में अपनी पकड़ और मजबूत करेगी। ■

“शुरुआत में चामुंडी अगरबत्ती ब्रांड के नाम से ही मैनुफैक्चरिंग शुरू की थी। चूंकि मैं बालाजी तिरुपति नाथ का भक्त हूं और एक बार वहां दर्शन करने गया था, तो मुझे लगा कि अपने ईश्वर के नाम पर ही ब्रांड का नाम क्यों ना रखा जाए। इसलिए बालाजी दर्शन नाम रख दिया, जो पूरे कर्नाटक में जल्दी ही लोकप्रिय हो गया। इसके बाद हमने अपने सभी प्रोडक्ट्स की ब्रांडिंग इसी नाम से कर दी।”

- कांतिलाल परमार



5th - 7th
August
2025

150+ Exhibitors

500+ Brands

3000+ Visitors

One Destination. Endless Gifting



Vigyan Bhawan Science City,
Divine Rd, Sola, Ahmedabad

TRADE PARTNERS

JOCKEY

livpure

TRIDENT™
ALTIMA LUXURY DESIGN

boat

PUMA

Verage®

fabindia
CELEBRATE INDIA

Raymond

WILD
STONE
it happens

INVOLVE
YOUR SENSES
CAR PERFUMES

uppercase

signify
PHILIPS

Crocodile

KENNETH COLE

STANROSE
MAFATLAL

many more....

For Enquiries:

63582 60767, 63582 60768 booking@gujgiftexpo.com www.gujgiftexpo.com

ORGANIZERS:



ASSOCIATE PARTNER:



MEDIA PARTNER:



TRAVEL PARTNER:



LOGISTICS PARTNER:



EVENT PARTNER:





MSM.ONLINE

NAYA BHARAT

WHERE BUSINESS MEETS CONVENIENCE

INDIA'S UNIQUE CLOSED COMMUNITY B2B ONLINE PLATFORM

BRANDS ASSOCIATED WITH US



ONE-STOP PLATFORM FOR
ALL CORPORATE GIFTING

"AND MANY MORE NATIONAL AND INTERNATIONAL BRANDS"

Mo. +91 95588 65767
support@msm.online
www.msm.online



“2025” में ऑर्गेनाइज्ड सेक्टर की तरफ बढ़ रहा अगरबत्ती उद्योग: संदीप पटेल



अगरबत्ती और धूप उत्पादों के प्रमुख ब्रांड निशान के प्रमुख श्री संदीप पटेल का मानना है कि अगरबत्ती उद्योग अभी तक असंगठित रहा है, लेकिन वर्ष 2025 में हम देख रहे हैं कि अब यह ऑर्गेनाइज्ड सेक्टर बनने की दिशा में बढ़ रहा है। सुगंध इंडिया से खास बातचीत में उन्होंने कहा कि वर्ष 2024 की तुलना में अगरबत्ती ट्रेड में इस वर्ष काफी बढ़ोतरी हुई है और स्वाभाविक है कि हमारे ब्रांड को भी इसका फायदा मिला है। उन्होंने कहा कि हम टीयर-1 से टीयर-2 में आ रहे हैं, तो उसके हिसाब से अपनी रणनीति भी बना रहे हैं। साथ ही अगरबत्ती उद्योग की मार्केट में अब धूप स्टिक तेजी से बढ़ रही है। उन्होंने कहा कि इस वर्ष दो प्रमुख बदलाव देखे जा रहे हैं। सबसे पहले यह कि धूप स्टिक अगरबत्ती के मुकाबले ज्यादा बढ़ रही है और दूसरा कि प्रीमियम प्रोडक्ट्स की मांग तेजी से बढ़ी है। इसलिए हम भी इस वर्ष धूप स्टिक में कई रेंज लाने वाले हैं। उन्होंने बताया कि हम सांब्रानी कप में पहले से हैं लेकिन अब हम मसाला कप और धूप स्टिक भी लाने की तैयारी कर रहे हैं। इसके अलावा दो-तीन इंच वाले सांब्रानी चौक पर भी काम हो रहा है।

प्राइस वॉर से अलग, गुणवत्ता और सतत विकास की राह पर निशान: **प्रतीक पटेल**

सं

दीप भाई ने सुगंध इंडिया को बताया कि वर्ष 2025 में जीपर में हम कई नए प्रोडक्ट ला रहे हैं, जो वैल्यू फॉर मनी के दृष्टिकोण से बनाए जाएंगे।

उन्होंने कहा कि जीपर में जो क्वालिटी और रेट अभी तक हम देते रहे हैं। हम उसी पर काम करेंगे। जंबो पैक की मार्केट में बढ़ रहे चलन पर उन्होंने कहा कि हमारे 200 और 400 ग्राम के जीपर पैक पहले से हैं, लेकिन हम इससे ज्यादा वजन वाली पैकिंग में नहीं जाएंगे, क्योंकि उसके बाद क्वालिटी दे पाना मुश्किल होता है। उन्होंने कहा कि जंबो पैक का चलन ज्यादा दिनों तक नहीं चलेगा, क्योंकि उसमें क्वालिटी नहीं है। डिस्ट्रीब्यूटर और रिटेलर्स भी बताते हैं कि जंबो पैक लेने के बाद ग्राहक काफी समय तक दुकान पर नहीं आते। इसलिए हम 400 ग्राम वाले जीपर पैक में ही क्वालिटी और बढ़ा रहे हैं। निशान की मार्केट गुजरात के अलावा राजस्थान महाराष्ट्र और मध्य प्रदेश में बहुत बेहतर स्थिति में है।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि ट्रांसपोर्टेशन कॉस्ट के कारण हम दूर के राज्यों में नहीं जा रहे थे, लेकिन इस वर्ष हम उत्तर प्रदेश और झारखंड में अपनी सप्लाय शुरू कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि टियर-1 शहरों में हमारे डिस्ट्रीब्यूटर्स हैं, लेकिन अब टियर-2 शहरों पर भी फोकस कर रहे हैं। मुख्यतः हम शहरों में अगरबत्ती डीलर्स और रिटेल शॉप पर जोर देते हैं। हालांकि रिटेल आउटलेट्स, किराने की दुकानें, पूजा पाठ की विशेष दुकानें और एफएमजीसी शॉप्स में भी प्रोडक्ट्स रखते हैं। इसके अलावा 2025 में हम अपने सप्लाय नेटवर्क वाले राज्यों में बेस्ट क्वालिटी के और नए प्रॉडक्ट्स तथा सप्लाय सर्विस को और बेहतर करने का लक्ष्य लेकर चल रहे हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि आज क्वालिटी इसलिए गिर रही है कि मैन्युफैक्चरर्स कॉस्ट ही नहीं

निकाल पा रहे हैं। कंपनियां एक दूसरे से होड़ कर रही हैं। बहुत लोग 200 ग्राम पैक सस्ते में देकर मार्केट कैप्चर करने की सोचते हैं, लेकिन हम इससे सहमत नहीं हैं। हमारा मानना है कि अपने प्रोडक्ट की क्वालिटी पर डटे रहें और कंपटीशन के कारण क्वालिटी को ना गिरने दें। तभी कोई ब्रांड मार्केट में ज्यादा समय तक टिकता है।

वहीं बातचीत में शामिल होते हुए प्रतीक भाई ने सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में बताया कि आजकल प्राइस वार चल रहा है। लोग 10-20 प्रोडक्ट सस्ता बनाकर और ज्यादा ग्राम देकर मार्केट पर कब्जा करने की होड़ करते हैं, लेकिन निशान इस दौड़ में कभी शामिल नहीं हुआ। निशान ब्रांड के प्रोडक्ट्स भले ही कम हों, लेकिन हम क्वालिटी पर समझौता नहीं करते। ट्रेड में चल रही उधारी की समस्या पर उन्होंने कहा कि यह कठिनाई तभी आती है, जब कोई प्रोडक्ट मार्केट में नहीं चल पाता। प्रोडक्ट यदि चलता है, तो भुगतान भी आता रहता है, नहीं तो उधारी चलती है और वह डूबती भी है। उन्होंने कहा कि उधारी भी सोच समझकर दी जाती है कि उधार लेने वाले की क्षमता और अपने नए प्रोडक्ट की स्थिति क्या है? तभी उधारी दी जाती है। उन्होंने कहा कि कोई कंपनी अपना डीलर बनाती है, तो वह चाहती है कि उसका माल ज्यादा रखे और यह तभी संभव होगा, जब क्वालिटी और ग्राम अच्छी होगी। फिर मार्केट में ब्रांड दौड़ेगा। इसमें नये उत्पादकों के लिए इसमें बहुत धीरज की जरूरत और लगातार मेहनत करनी होती है। अपने ब्रांड पर भरोसे से ही यह संभव है। उन्होंने कहा कि मैं अगरबत्ती उद्योग में आ रहे नए उत्पादकों से यही कहना चाहूंगा कि वह अपनी क्वालिटी पर भरोसा रखें और दूसरों के प्रोडक्ट को ना खराब कहें और ना उनसे कंपटीशन करें। तभी वह मार्केट में चल सकेंगे। मार्केट में चल रहे ट्रेड को देखना व समझना चाहिए, लेकिन किसी का नाम या क्वालिटी की कॉपी नहीं करनी चाहिए। ■



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 the 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



Cypriol (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; Hajj Ganj, Kannauj 209 725 (UP), India

CONTACT US AT

✉ info@hraessentialoil.com

🌐 www.hraessentialoil.com

✉ hareem@hraessentialoil.com

☎ +91 9935327008, 9807307779

सनातन देश की संस्कृति में बना सनातन संस्कृति का अपना ब्राण्ड



स्पेशल
पूजन
सामग्री

अन्य सामग्री

गंगाजल, कपूर, लाल चन्दन, पीला चन्दन, हवन सामग्री
नवग्रह लकड़ी, हवन वाली आम की लकड़ी एवं देशी उपला इत्यादि
सभी प्रकार के पूजन सामग्री किट उपलब्ध है



देवदर्शन ने लॉन्च की प्रीमियम मसाला धूप रेंज



भारत की अग्रणी धूप और अगरबत्ती निर्माता कंपनी देवदर्शन ने अपनी नई मसाला धूप को न श्रृंखला को बाजार में पेश किया है। वर्ष 1954 से सुगंधित उत्पादों में भरोसेमंद नाम रहा देवदर्शन अब परंपरा और आधुनिकता का संगम प्रस्तुत कर रहा है।

नई रेंज में तीन खास वेरिएंट शामिल हैं— वेद मंत्र, धार्मिक, और लोटस। ये सभी आकर्षक 80 ग्राम के जार पैक में उपलब्ध हैं, जिनकी अधिकतम खुदरा कीमत ₹150 है। इसकी कॉम्पैक्ट जार पैकिंग इसे आधुनिक रिटेल फॉर्मेट्स के लिए बिल्कुल उपयुक्त बनाती है। पारंपरिक अगरबत्तियों में प्रयुक्त बाँस की छड़ी को हटाकर देवदर्शन ने सुगंध

की शुद्धता और तीव्रता को कई गुना बढ़ा दिया है। इससे न केवल वातावरण में सुगंध लंबे समय तक बनी रहती है, बल्कि धुएं से होने वाली जलन भी नहीं होती। प्राकृतिक जड़ी-बूटियों, मसालों और आवश्यक तेलों से बनी इन धूप कोन्स में किसी भी प्रकार के कृत्रिम बाइंडर या फिलर का प्रयोग नहीं किया गया है, जो इसे पूजा-पाठ और ध्यान के लिए उपयुक्त बनाते हैं। देवदर्शन की यह नई पहल न केवल पारंपरिक उपभोक्ताओं, बल्कि आधुनिक उपभोक्ताओं को भी आकर्षित कर रही है। देवदर्शन की वर्षों पुरानी गुणवत्ता और शुद्धता की प्रतिबद्धता इस नई रेंज में भी स्पष्ट रूप से देखने को मिलती है। इस नए लॉन्च के साथ, देवदर्शन ने एक बार फिर से धूप और अगरबत्ती श्रेणी में एक नया मापदंड स्थापित किया है। अधिक जानकारी के लिए देखें: www.devdarshandhoop.com ■

आरकेटी किंगडम कलेक्शन ने पूरा किया खुशबू भरा 1 साल

आरकेटी किंगडम कलेक्शन ने सफलतापूर्वक एक वर्ष पूरा कर लिया है, और दक्षिण भारत खासकर दक्कन क्षेत्र में जबरदस्त लोकप्रियता हासिल की है। इसका किफायती दाम, बेहतरीन गुणवत्ता और अधिक वजन की वजह से यह ग्राहकों की पसंदीदा रेंज बन गई है। इस कलेक्शन की खास बात है इसकी सफेद अगरबत्ती स्टिक की अधिक मोटाई जिससे सुगंध ज़्यादा फैलती है और जलने के बाद भी कमरे में अपनी उपस्थिति बनाए रखती है। ₹80 में मिलने वाला इसका रिटेल ट्रायल पैक (4 पीस × 80 ग्राम) को ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर बेहतरीन प्रतिक्रिया मिली है। इसकी किफायती कीमत और कॉम्पैक्ट पैकिंग इसे ट्रायल और दोबारा खरीद के लिए आकर्षक बनाती है।



दुनिया के प्रसिद्ध शहरों —क्योटो, लंदन, न्यूयॉर्क और पेरिस से इन चारों खुशबुओं की प्रेरणा ली गई है जो रोज़मर्रा की अगरबत्ती को एक ग्लोबल अहसास देते हैं। ऑफ़लाइन बिक्री में मजबूती, ऑनलाइन ग्रोथ और रिपीट ऑर्डर के साथ, आरकेटी किंगडम का अपना खुद का वफादार ग्राहक वर्ग खड़ा हो रहा है। ■



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

www.goblinindia.com

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

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

WE ARE AVAILABLE ON:

[Flipkart](#)

[Jiomart](#)

[amazon](#)

कृष्णकला वाइल्ड सीरीज़: प्राकृतिक और प्रीमियम सुगंधों का खास संगम

बेंगलुरु की ए. रविराग इंडस्ट्रीज प्रीमियम अगरबत्ती उत्पादों के लिए जानी मानी कंपनी है। कंपनी के प्रमुख ब्रांड कृष्णकला की नई वाइल्ड सीरीज़ ने प्रीमियम अगरबत्ती बाजार में धूम मचा दी है। इसमें वाइल्ड लाइफ, वाइल्ड वुड, वाइल्ड रोज़, वाइल्ड ओपियम, वाइल्ड ऊद, और वाइल्ड एम्बर जैसे 6 रोचक सुगंध विकल्प हैं। सुगंध प्रेमियों और प्रीमियम अगरबत्ती ग्राहकों के लिए यह एक खास उत्पाद है। ₹550 (100 ग्राम) की कीमत वाली ये लक़री अगरबत्तियां देशभर के प्रीमियम आउटलेट्स पर उपलब्ध हैं। आकर्षक और रंगीन पैकेजिंग के साथ, कृष्णकला वाइल्ड सीरीज़ लक़री सेगमेंट में एक नया मापदंड स्थापित कर रही है। ■



लोहाना ज़िपर – ट्रेंड में, खुशबू में आगे



अहमदाबाद स्थित लोहाना इंडस्ट्रीज प्रा. लि. अपने 100 ग्राम ज़िपर पैक के कारण तेजी से घरेलू बाजार में लोकप्रियता हासिल कर रही है।

विशेष रूप से लोहाना गोल्ड 4 इन 1 पैक, जिसमें जॉर्डिक, लक़री, ऑसम, और स्प्रे खुशबुएं एक ही पैक में मिलती हैं, इसको कोल्हापुर जैसे बाजारों में जबरदस्त प्रतिक्रिया मिल रही है।

ज़िपर पाउच आज के समय की सबसे अधिक डिमांड वाली पैकेजिंग है और लोहाना ब्रांड इस ट्रेंड के अनुरूप अपने ग्राहकों को आधुनिक और मनभावन खुशबुएं दे रहा है। ■

क्वालिटी-फोकस ब्रांड जीपी इंडस्ट्रीज की प्रीमियम सेगमेंट में मजबूत पकड़

शिमोगा स्थित जीपी इंडस्ट्रीज की अगरबत्तियां महाराष्ट्र के प्रीमियम बाजार में एक मजबूत उपस्थिति बनाए हुए हैं।

हाल ही में लॉन्च किए गए परफ्यूम आधारित वैरिएंट्स—मजमुआ, हीना, लैवेंडर मस्क, और चंदन वुड्स—को ग्राहकों से बेहतरीन प्रतिक्रिया मिल रही है। इनमें से मजमुआ सबसे ज्यादा पसंद की जा रही है।



₹175 (50 ग्राम) की कीमत और आकर्षक बॉक्स पैकिंग के साथ, जीपी की अगरबत्तियां गुणवत्ता पसंद करने वालों के बीच तेजी से लोकप्रिय हो रही हैं। ■

चारु 5 स्टार अब नए आकर्षक पैक में

भारत की अगरबत्ती राजधानी के रूप में प्रसिद्ध, बेंगलुरु ने कई प्रतिष्ठित ब्रांड्स को जन्म दिया है। उन्हीं में से एक है चारु परफ्यूमरी हाउस, जिसने अपने बेहतरीन उत्पादों से वैश्विक बाजार में पहचान बनाई है। चारु का क्लासिक बेस्टसेलर चारु 5 स्टार वर्षों से बाज़ार में लोकप्रिय है—एक

दौर ऐसा भी था जब रिटेलर्स इसे स्टॉक में न रखें तो उनका कलेक्शन अधूरा माना जाता था। अब यह प्रोडक्ट नई पैकिंग में वापस आया है, जिसमें वही पुरानी विश्वसनीय गुणवत्ता एक आधुनिक लुक के साथ है।

चारु 5 स्टार पांच सदाबहार खुशबुओं में उपलब्ध है: गुलाब, मोगरा, केवड़ा, चंदन और फिरदौस। नई पैकिंग को बाजार से सकारात्मक प्रतिक्रिया मिल रही है, जिससे इसकी लोकप्रियता और भी बढ़ी है। ■



प्रीमियम ज़िपर रेंज से मार्केट में अपनी स्थिति मज़बूत करता ज्योति प्रोडक्ट्स

अगरबत्ती उद्योग में बेहतरीन कच्चे माल के लिए प्रसिद्ध ज्योति प्रोडक्ट्स (गुजरात) अब अपने ब्रांड ज्योति के तहत अगरबत्ती सेगमेंट में तेजी से कदम बढ़ा रहा है। कंपनी गुणवत्ता, नवाचार और ग्राहक संतुष्टि पर ध्यान केंद्रित करते हुए अपने प्रोडक्ट पोर्टफोलियो का विस्तार कर रही है। ज्योति प्रोडक्ट्स की अगरबत्ती रेंज में कई पैकेजिंग ऑप्शन हैं—पाउच, ज़िपर पैक, जंबो ज़िपर, प्रीमियम बॉक्स, और ड्राई धूप जार।



देश भर में सबसे ज़्यादा बिकने वाले जिपर पाउच सेगमेंट में 120 ग्राम पैक (एमआरपी ₹70) में ज्योति प्रोडक्ट्स छह प्रीमियम खुशबुएं दे रहा है। ब्लॉसम, फ्लावर फॉरेस्ट, हार्मनी, पैराडाइज़, कस्तूरी और रमेशट। हर खुशबू ग्राहकों को एक अलग अनुभव देती है और इन्हें विशेष रूप से पसंद किया जा रहा है। ज्योति प्रोडक्ट्स समर्पित डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेलर्स की तलाश में है और साथ ही स्थानीय बाजारों की ज़रूरतों के अनुसार कस्टमाइज़्ड उत्पाद देने के लिए तैयार है। ■

महाराष्ट्र में निराली परफ्यूमरी की प्रीमियम मसाला अगरबत्तियां बनी पहली पसंद

किफायती कीमत पर उच्च गुणवत्ता की अगरबत्तियों के लिए मशहूर अहमदाबाद अब कुछ प्रीमियम ब्रांड्स का भी केंद्र बन गया है। ऐसा ही एक ब्रांड है निराली परफ्यूमरी प्रोडक्ट्स, जो पारंपरिक विधियों और आधुनिक प्रस्तुति के साथ प्रीमियम मसाला अगरबत्ती बनाता है। महाराष्ट्र के प्रमुख जिलों में इसकी मजबूत पकड़ है, जो भारत के सबसे प्रीमियम अगरबत्ती बाजारों में से एक है। निराली के प्रमुख उत्पाद हैं:

मैसूर प्रिंस, वुडअंबर, नैचुरल वुड्स और वतृका। ये प्रोडक्ट आकर्षक बॉक्स पैकिंग में आते हैं और ₹325 में 250 ग्राम की रिटेल कीमत पर उपलब्ध हैं।

निराली की सफलता उन ग्राहकों को सेवा देने में है जो पारंपरिक खुशबूओं को बेहतरीन गुणवत्ता के साथ चाहते हैं। यह ब्रांड उन बाजारों में तेजी से बढ़ रहा है जहां प्रीमियम प्रोडक्ट्स की अधिक मांग है। ■



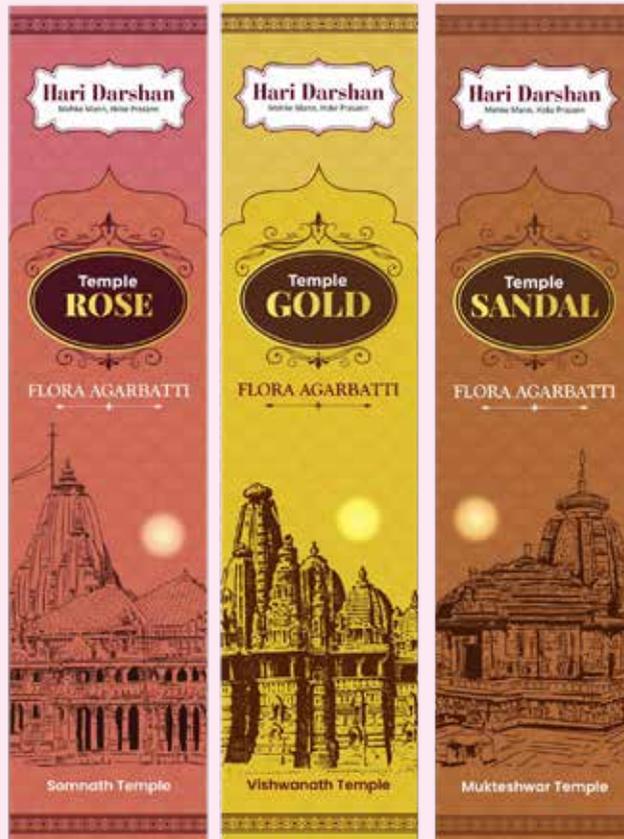
हरी दर्शन की टेम्पल कलेक्शन: भक्ति और सुगंध का आदर्श मेल

दिल्ली: पूजा सामग्री उद्योग में एक विश्वसनीय नाम, हरी दर्शन दशकों से अगरबत्ती, धूप, चंदन टीका और अन्य आध्यात्मिक उत्पादों का प्रमुख ब्रांड रहा है। परंपरा और गुणवत्ता पर आधारित यह ब्रांड लगातार नवाचार करता आ रहा है।

इसके प्रमुख उत्पादों में से एक है टेम्पल कलेक्शन – यह हाथ से बनी मसाला अगरबत्तियों की एक विशेष रेंज है, जो प्राकृतिक जड़ी-बूटियों, मसालों, फूलों, रेजिन्स और एसेंशियल आयल के सुंदर मिश्रण से बनाई जाती हैं। ये अगरबत्तियां ध्यान और पूजा को एक शांत और पवित्र वातावरण में बदल देती हैं।

टेम्पल कलेक्शन तीन आकर्षक खुशबूओं में उपलब्ध है: टेम्पल रोज़, टेम्पल गोल्ड और टेम्पल सैंडल। ये पूरी तरह से इको-फ्रेंडली, चारकोल फ्री और बच्चों के लिए सुरक्षित हैं—घर और मंदिर दोनों के लिए उपयुक्त।

आध्यात्मिक उपयोग के साथ-साथ ये अगरबत्तियां अरोमाथेरेपी के लाभ भी देती हैं, जैसे तनाव कम करना, ध्यान केंद्रित करना और वातावरण को खुशबू से भर देना। ■





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

मार्केट रिपोर्ट कोल्हापुर मार्केट

कोल्हापुर को महाराष्ट्र के सबसे जीवंत अगरबत्ती बाजारों में गिना जाता है—यहाँ परंपरा, संस्कृति और सुगंधित उत्पादों की खपत का गहरा संबंध है। यह क्षेत्र न केवल उपभोग का मजबूत केंद्र है, बल्कि कपूर निर्माण, अगरबत्ती व्यापार और आधुनिक रिटेल प्रारूपों के लिए एक अहम केंद्र बन गया है, जो गोवा, कर्नाटक और अन्य आसपास के क्षेत्रों में आपूर्ति करता है।

बाज़ार संरचना

- अगरबत्ती का बाज़ार में 70% हिस्सा है, जबकि धूप उत्पादों की हिस्सेदारी 30% है—जिसमें गीली और सूखी धूप बराबर मात्रा में बिकती हैं।
- बाँस रहित उत्पादों जैसे सूखी धूप और ड्राय स्टिक की ओर झुकाव बढ़ रहा है।
- ₹50-₹60 की ज़िपर पैकिंग (100-120 ग्राम) सबसे ज्यादा बिकने वाला पैक है।

उपभोक्ता वर्गीकरण

- सस्ती रेंज (₹10-₹20): 50% बाजार; मंदिर और दैनिक उपयोग के लिए।
- मध्यम रेंज (₹30-₹70): 25% हिस्सा; घरेलू नियमित उपयोग के लिए।
- प्रीमियम रेंज (₹100 और उससे अधिक): 25% हिस्सा; त्योहारों में यह हिस्सा 80% तक पहुंच सकता है।

सुगंध और फॉर्मेट पसंद

- 70% से अधिक ग्राहक तेज और परफ्यूम आधारित खुशबू पसंद करते हैं। जैसे — केवड़ा, मोगरा, ब्लैक मस्क, अश्वगंधा आदि।
- हल्की खुशबूएं जैसे गुलाब, तुलसी की मांग कम है।
- 400 ग्राम के जंबो पैक और 1-2 घंटे तक जलने वाले सूखे धूप स्टिक (₹70-₹105) विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में लोकप्रिय हैं।

कोल्हापुर बाज़ार में प्रमुख चलने वाले ब्रांड्स

- अगरबत्ती ब्रांड्स (Incense Sticks)
बालाजी, बीआईसी, बिग बेल, अलौकिक, अमृता, गीता, मनोहर, जेड ब्लैक, फॉरेस्ट, सायकल, निखिल, गीतांजलि, स्वराज, उल्लास, फ्लोरिश, पायनियर - जयपुर, श्री ट्रेडिंग, मिसबाह, डंका, जीटी, रियल, निशान, उत्सव, जेसल, मोक्ष, सोमनाथ, अनुभव, सत्य, ए.एस. अगरबत्ती, गुड लक, ज़ेब्रा, परिमल मंदिर, ए रवि राग - कृष्ण कला, पांडियन, देशपांडे, टीपीआरजी, श्रीजी, हरिया, डी. शंकर, ताठे।

धूप (गीली व सूखी) एवं सम्प्रणी ब्रांड्स

- शीर्ष गीली धूप ब्रांड्स:
बीआईसी, बालाजी, फॉरेस्ट, रियल, निशान, कृष्णकला, श्रीधन, जेड ब्लैक (मंथन), टॉप्सी
- सूखी धूप में लोकप्रिय पैक:
₹70 मूल्य पर 100 ग्राम ज़िपर पैक। फ्लोरिश और जीटी ब्रांड भी मांग में हैं।

सांझानी कप व स्टिक:

त्योहारों में ज़बरदस्त मांग रहती है। प्रमुख ब्रांड्स: मनोहर, बालाजी, गुड लक चिंतन, निखिल, पांडियन (महालक्ष्मी), टीपीआरजी (तपस्या), ओके

कपूर बाज़ार की झलक

- कोल्हापुर और सांगली आज भारत में कपूर निर्माण और खपत के प्रमुख केंद्र हैं। COVID के बाद से सुगंधित कपूर की मांग तेजी से बढ़ी है, खासकर इलेक्ट्रिक बर्नर के लिए।

प्रमुख कपूर ब्रांड्स:

- ओके कपूर
 - राजकला
 - श्री देव पूजा
 - मंगलम
- कीमतें: ₹650-₹700 प्रति किलो | पैकिंग: ₹1 से ₹1000 तक

अन्य लोकप्रिय उत्पाद

- चंदन तिलक (पेस्ट एवं पाउडर)
 - मनोहर
 - हरि दर्शन
 - मौली
- पसंदीदा रंग: नारंगी और पीला, जिसमें असली चंदन होता है।

अत्तर और रोल-ऑन

- अरॉम - रतलाम
- निखिल
- केलकर
- ए ए अत्तरवाला
- ग्राहक गाढ़ी, लंबे समय तक टिकने वाली खुशबूएं पसंद करते हैं।

रिटेल और उपभोक्ता व्यवहार

- ब्रांड अवेयरनेस मजबूत है—हर 10 में से 6-8 ग्राहक ब्रांड नाम से खरीदारी करते हैं।
- मासिक खर्च:
 - सस्ती रेंज: ₹200-₹600
 - मिड रेंज: ₹1000+
 - प्रीमियम ग्राहक: ₹5000 तक
- एसी शोरूम, ब्रांडेड डिस्प्ले और जानकार स्टाफ जैसे आधुनिक रिटेल प्रारूप उपभोक्ताओं को प्रीमियम रेंज अपनाने के लिए प्रेरित कर रहे हैं।

वितरण नेटवर्क

- 1,000 से अधिक दुकानों में सप्लाई—जनरल स्टोर, सुपरमार्केट, स्टेशनरी और पूजन सामग्री की दुकानें शामिल।
- आपूर्ति क्षेत्र: कोल्हापुर, सांगली, पश्चिमी महाराष्ट्र, कोंकण, गोवा, और कर्नाटक के कुछ हिस्से।
- गोवा में विदेशी पर्यटकों के कारण प्रीमियम उत्पादों की मांग अधिक है, जबकि सामान्य बाजार में ₹10-₹20 के उत्पाद चलते हैं।

निष्कर्ष

कोल्हापुर भारत के अगरबत्ती और कपूर उद्योग में एक मजबूत उत्पादन एवं उपभोग केंद्र के रूप में उभरा है। उपभोक्ताओं की ब्रांड-पसंद, तीव्र खुशबू की प्राथमिकता, और मजबूत वितरण नेटवर्क के चलते यह बाज़ार लगातार हर श्रेणी में विकास की ओर अग्रसर है। अगर आप चाहें तो मैं इसे Adobe InDesign या Canva जैसे टूल्स में एक सुंदर मैगज़ीन पेज डिज़ाइन में भी बना सकता हूँ। तैयार पीडीएफ लेआउट के लिए भी कह सकते हैं। ■

"Your Industrial Drying Best Friend In Any Season."



100%
PROVEN
Design

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

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



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

Steamtech Innovative Machinery Pvt. Ltd.

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

CONTACT
+91 85111 46990



hello@simplydryers.com
www.simplydryers.com

‘ज़्यादा सुगंध, ज़्यादा बत्ती’ से बिग सफारी ने जीते दिल

बजरंग सोनी ने साझा की सोनी ट्रेडिंग कंपनी, लातूर की सुगंधित यात्रा

महाराष्ट्र के लातूर शहर में स्थित सोनी ट्रेडिंग कंपनी, एक ऐसी कंपनी जो केवल व्यापार नहीं, बल्कि मूल्यों, विश्वास और परंपरा में जड़े एक दृष्टिकोण पर आधारित है। पिछले तीन दशकों से यह कंपनी मराठवाड़ा क्षेत्र में अगरबत्ती और एफएमसीजी उत्पादों की प्रमुख वितरक रही है। इसके नेतृत्व में हैं श्री बजरंग सोनी, जिन्होंने अपने पिता और चाचा द्वारा शुरू की गई विरासत को आगे बढ़ाया, उसमें नई दिशा जोड़ी, लेकिन सेवा और नैतिकता की जड़ों से जुड़े रहे। सुगंध इंडिया के साथ एक खास बातचीत में, श्री सोनी ने अपनी अब तक की यात्रा, अगरबत्ती के व्यापार की कुछ खास बातें और अपने कारोबार को लगातार आगे बढ़ाने वाले सिद्धांतों के बारे में बताया।



श्री

बजरंग सोनी ने सुगंध इंडिया को बताया कि सोनी ट्रेडिंग कंपनी की स्थापना वर्ष 1989 में हुई थी, जब उन्होंने नारियल के व्यापार से शुरुआत की थी। लेकिन नारियल के जल्दी खराब होने की वजह से इस व्यापार को जारी रखना कठिन हो गया। “हमें समझ में आया कि नारियल लंबे समय तक स्टोर नहीं हो सकता, जिससे यह जोखिम भरा

बिजनेस बन गया,” श्री सोनी ने कहा। “तभी हमने माचिस के व्यापार की ओर रुख किया और दक्षिण भारत से डायरेक्ट सोर्सिंग शुरू की।”

उन्होंने आगे बताया कि अगरबत्ती व्यापार में उनकी यात्रा 1992 में शुरू हुई, जब उन्हें नासिक की नंदिनी मोगरा अगरबत्ती के वितरण का अवसर मिला। यह ब्रांड लातूर, उस्मानाबाद, बीड और बीदर जैसे क्षेत्रों में तेज़ी से लोकप्रिय हुआ। श्री सोनी ने बताया कि

इसकी खुशबू और पैकिंग आकर्षक थी, और उनके रिटेलरों से अच्छे संबंधों ने ब्रांड को मज़बूती से जमने में मदद की।

1994-95 में वह ठकराल समूह के संपर्क में आये और उनके नए ब्रांड बिग सफारी का काम शुरू किया। श्री सोनी ने सुगंध इंडिया को बताया के बिग सफारी की टैगलाइन 'ज़्यादा सुगंध, ज़्यादा बत्ती' और उत्पाद की वैल्यू-फॉर-मनी अपील ने बाज़ार में सही तर्ज़ पर काम किया। उन्होंने बताया कि शुरुआत में रिटेलर्स को मनाने में मेहनत लगी, लेकिन ब्रांड की गुणवत्ता ने अंत में मार्केट का दिल जीत लिया और बिग सफारी फ्लैगशिप उत्पाद बन गया।

श्री सोनी ने बताया कि वर्षों में सोनी ट्रेडिंग कंपनी ने कई नामचीन ब्रांड्स का वितरण किया - रीयल फ्रेग्रेन्सेस (पुणे), श्री जय ब्रांड, एआर इंडस्ट्रीज़, एआर इन्सेंस, अभिमान, मंगलम कपूर, परिमल मंदिर, ओसवाल, एस ओसवाल, महालक्ष्मी धूप (चेन्नई), उत्सव (राजकोट), विजय अगरबत्ती (अहमदाबाद), शास्त्री और डेल्टा। इनमें से ठकराल ग्रुप के साथ पुराना संबंध श्री सोनी के लिए विशेष महत्व रखता है। "ठकराल ग्रुप संवाद में स्पष्ट, निर्णय लेने में तेज़ और नैतिकता में मज़बूत है," उन्होंने

श्री सोनी ने बताया कि वर्षों में सोनी ट्रेडिंग कंपनी ने कई नामचीन ब्रांड्स का वितरण किया - रीयल फ्रेग्रेन्सेस (पुणे), श्री जय ब्रांड, एआर इंडस्ट्रीज़, एआर इन्सेंस, अभिमान, मंगलम कपूर, परिमल मंदिर, ओसवाल, एस ओसवाल, महालक्ष्मी धूप (चेन्नई), उत्सव (राजकोट), विजय अगरबत्ती (अहमदाबाद), शास्त्री और डेल्टा। इनमें से ठकराल ग्रुप के साथ पुराना संबंध श्री सोनी के लिए विशेष महत्व रखता है। "ठकराल ग्रुप संवाद में स्पष्ट, निर्णय लेने में तेज़ और नैतिकता में मज़बूत है," उन्होंने कहा। "वे वितरकों की चुनौतियों को समझते हैं और हर कदम पर समर्थन करते हैं।"

कहा। "वे वितरकों की चुनौतियों को समझते हैं और हर कदम पर समर्थन करते हैं।"

एक बड़ा मोड़ आया संत हरिबप्पा के आध्यात्मिक मार्गदर्शन में। श्री सोनी ने बताया, "हम पहले तंबाकू और गुटखा व्यवसाय में थे, लेकिन उसे पूरी तरह से छोड़ दिया।"

इसके बाद उन्होंने चावल का व्यवसाय शुरू किया, जो कोविड-19 महामारी तक अच्छी तरह चला। लॉकडाउन के बाद उन्होंने पूरा ध्यान अगरबत्ती और एफएमसीजी वितरण पर केंद्रित किया।

आज सोनी ट्रेडिंग कंपनी लातूर, उस्मानाबाद, बीड और बिदर—चार जिलों में सक्रिय है, जहां उनके अंतर्गत 10-12 सब-स्टॉकिस्ट और 800 से 1,000 से अधिक रिटेल काउंटरों पर सप्लाई है। श्री सोनी ने सुगंध इंडिया को बताया कि अगरबत्ती बाजार के 60% हिस्से पर ₹10 के पैकेट का कब्ज़ा है, 25% ₹50 के पैक्स का, और केवल 5-8% हिस्सा प्रीमियम सेगमेंट का है। उन्होंने कहा कि "वैल्यू फॉर मनी" अब भी ग्राहकों की पहली पसंद है, हालांकि अब अच्छे परफ्यूम और पैकिंग की मांग भी बढ़ रही है।

वर्तमान बाजार के बारे में श्री सोनी ने बताया कि आज भी बिग सफारी क्षेत्र में सबसे अधिक बिकने वाला ब्रांड है, इसके बाद बालाजी, ज़ेड ब्लैक और लोकल ब्रांड्स हैं। साइकिल, उल्लास, फॉरेस्ट, पेशवा और बीआईसी भी बाजार में मौजूद हैं। अगरबत्ती का बाज़ार में 80% हिस्सा है, जबकि धूप उत्पादों का 20%। गीली धूप में श्री जय, हरिदर्शन और मंथन अग्रणी हैं। उत्सव ब्रांड और कई अन्य अगरबत्ती कंपनियाँ भी वेट धूप बना रही हैं जिनके उत्पाद यहां चलते हैं। सांबरानी स्टिक में महालक्ष्मी लीड करती है। कप धूप में डेल्टा, नक्षत्र और रीयल लोकप्रिय हैं। श्री सोनी ने बताया कि कपूर सेगमेंट में भी बदलाव आया है। "पहले लोग खुला कपूर लेते थे, अब मंगलम, ओके कपूर और 333 जैसे ब्रांड स्थापित हो चुके हैं।" चंदन टीका-अष्टगंध मार्केट में हरिदर्शन और मनोहर प्रमुख हैं।

श्री सोनी ने बताया कि एक औसत ग्राहक हर महीने पूजा और अगरबत्ती उत्पादों पर लगभग ₹200 खर्च करता है और 10 में से 6 ग्राहक ब्रांडों के प्रति वफादार हैं।

श्री सोनी ने ज़ोर देकर कहा कि किसी भी ब्रांड को सफल होने के लिए लगातार अच्छी गुणवत्ता, आकर्षक पैकेजिंग और मजबूत डीलर समर्थन देना जरूरी है। "सिर्फ प्रोडक्ट अच्छा दिखता है इसलिए रिटेलर उसे नहीं बेचेगा," उन्होंने समझाया। "उन्हें अच्छे मार्जिन, मार्केटिंग सपोर्ट और भरोसे की जरूरत होती है।"

उन्होंने पूरे विश्वास के साथ कहा, "एक उत्पाद आपके अपने बच्चे की तरह होता है। उसे अच्छे से पेश करना, उसकी देखभाल करना और उसे बढ़ाना जरूरी है ताकि मार्केट उसे सम्मान दे।" श्री सोनी ने सुगंध इंडिया से कहा कि ब्रांड्स और रिटेलर्स दोनों के साथ रिश्ते बनाना और उन्हें निभाना उनकी निरंतर सफलता की कुंजी रही है।

जैसे-जैसे सोनी ट्रेडिंग कंपनी आगे की ओर बढ़ रही है, ईमानदारी, सेवा और आध्यात्मिक मूल्यों पर आधारित उसकी नींव हर निर्णय में मार्गदर्शन करती है। "हम सिर्फ अगरबत्ती नहीं बेच रहे," श्री सोनी ने गर्व से कहा। "हम हर एक बत्ती के साथ विश्वास गढ़ रहे हैं।"

ओके कपूर: 1967 से शुद्धता और विश्वसनीयता का प्रतीक

महाराष्ट्र अगरबत्ती उद्योग में बड़ा नाम: निशिकांत ट्रेडर्स



“अच्छा कपूर वो जो जलने पर कुछ न बचे” – राहुल हलदे

एक अच्छे कपूर की पहचान यह होती है कि उसे जब जलाया जाए, तो वह पूरी तरह से जल जाए और उसमें कुछ भी शेष ना रहे। वही सबसे शुद्ध कपूर माना जाता है। कोल्हापुर से मैन्युफैक्चर होने वाले ओके कपूर के प्रमुख राहुल बाबा साहेब हलदे ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि शुद्ध कपूर में जलने के बाद कुछ भी ना बचने के अलावा यह धारणा कि शुद्ध कपूर में काला धुआं नहीं होता, पूरी तरह गलत प्रचार है, जलने पर कपूर में धुआं जरूर होगा।

उन्होंने बताया कि कपूर से संबंधित रॉ मैटेरियल्स इंडोनेशिया और चीन से आते हैं। सप्तगिरि कैफर कंपनी जैसी चार-पांच कंपनियां उसका पाउडर बनाती हैं। उस पाउडर और कुछ अन्य मैटेरियल मिलाने से ही टैबलेट व अन्य प्रोडक्ट्स बनते हैं। कोल्हापुर और सांगली में कपूर प्रोडक्शन का हब बनने संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यहां प्राचीन काल से ही इसकी खपत रही है। खपत ज्यादा होने के कारण यहां प्रोडक्शन भी होने लगा।

कपूर के लोकप्रिय ब्रांड ओके की मैन्युफैक्चरिंग के साथ निशिकांत ट्रेडर्स अगरबत्ती, धूप, ड्राई स्टिक का भी उत्पादन करती है। इसके अलावा हेम, मोक्ष, निशान, जैसल, धनलक्ष्मी, उत्सव फ्रेगरेंस जैसी बड़ी ब्रांडेड कंपनियों की निशिकांत ट्रेडर्स सुपर स्टाकिस्ट है और बालाजी सहित 30 से अधिक अगरबत्ती-धूप उत्पादक कंपनियों की वह कोल्हापुर के डिस्ट्रीब्यूटर भी है। राहुल हलदे ने सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में बताया कि ओके कैफर के प्रोडक्शन की शुरुआत 1967 में उनके पिता श्री बाबा साहेब हलदे ने की थी। शुरुआत में घर से ही काम करते थे, लेकिन काम बढ़ते बढ़ते फैक्ट्री खुली

और अब बड़े पैमाने पर उत्पादन होता है। उन्होंने बताया कि ओके कपूर में लगभग 100 तरह की पैकिंग है, जिसमें टैबलेट्स की साइज व पैकिंग अलग-अलग हैं। ओके कपूर ₹1 से लेकर 1000 रूपए तक की पैकिंग में हैं। कंपनी भीम सेनी कैफर भी बनाती है।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि ओके का बाजार पूरे महाराष्ट्र के अलावा कर्नाटक, गुजरात, तमिलनाडु, केरल और राजस्थान सहित कई अन्य राज्यों में है। उन्होंने बताया कि कोल्हापुर व सांगली कपूर उत्पादन और खपत का हब बन गया है। देश के कई राज्यों में इसका पूजा, हवन में मुख्य रूप से इस्तेमाल होता है। आजकल कपूर दानी में फ्रेगरेंस वाले कपूर का भी इस्तेमाल होने लगा है। उन्होंने बताया कि कपूर की मांग कोरोना के बाद तेजी से बढ़ी है और फ्रेगरेंस वाले कपूर को भी लोग ज्यादा पसंद कर रहे हैं। इसलिए इसकी मार्केट तेजी से बढ़ी है। यही कारण है कि अब बड़ी-बड़ी कंपनियां भी इसके प्रोडक्शन में लग गई हैं। मांग को देखते हुए ओके भी अपना प्रोडक्शन बढ़ाने और नए फ्रेगरेंस के प्रोडक्ट लाने की तैयारी कर रही है। देश के कई राज्यों में ओके कपूर की खास पहचान है। इसके अलावा ब्रांडेड कंपनियों के सुपर स्टाकिस्ट और डिस्ट्रीब्यूटर के तौर पर महाराष्ट्र खासतौर पर कोल्हापुर में निशिकांत ट्रेडर्स बड़ा नाम है।

कपूर के अलावा अगरबत्ती व धूप आदि प्रोडक्ट्स की मैनुफैक्चरिंग के बाद ट्रेडिंग में आने संबंधी एक सवाल के जवाब में राहुल फड़के ने बताया कि 1967 में कपूर का प्रोडक्शन शुरू होने के 8-10 वर्ष बाद अगरबत्ती ट्रेडिंग का काम शुरू हुआ। उस समय हेम अगरबत्ती का प्रोडक्शन शुरू हुआ था और सबसे पहले हेम के सुपर स्टाकिस्ट और डिस्ट्रीब्यूशन का काम मिला। आज उनके पास बालाजी, निशान, धनलक्ष्मी, मोक्ष, जेसल, उत्सव, कर्नाटका फ्रेग्नेन्स, बंसी, मनोहर, गुडलक, अमृथा, सोमनाथ, रियल, परिमल मंदिर, अनुभव, ए एस, ज़ेबरा, सत्या, पांड्यन, कृष्णकला, हरिआ, डी शंकर, देशपांडे, ताठे, श्रीजी, गजानन, टी पी आर जी सहित कई ब्रांडों का काम निशिकांत ट्रेडर्स के पास है। कई कंपनियों का एसएस के तौर पर निशिकांत ट्रेडर्स का कोल्हापुर समेत पश्चिम महाराष्ट्र, कोंकण और गोवा तक नेटवर्क है। इसके तहत लगभग 4000 डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेल काउंटर तक उनका नेटवर्क है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि कोल्हापुर अगरबत्ती की बहुत अच्छी मार्केट है, जो तेजी से बढ़ रही है। यहां 100 से 120 ग्राम की पैकिंग वाला जीपर पैक 50 से 60 रूपए में सबसे ज्यादा बिकता है। गोवा की मार्केट संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि वह मुख्यतः इकोनॉमी की मार्केट है। वहां ₹10 की एमआरपी वाले प्रोडक्ट्स



ज्यादा चलते हैं, लेकिन विदेशी और टूरिस्ट के कारण प्रीमियम प्रोडक्ट की भी मांग रहती है।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि कोल्हापुर मार्केट में धूप का चलन बढ़ रहा है, लेकिन अभी भी 70% मार्केट में अगरबत्ती का ही चलन है। धूप की 30% मार्केट में गीला और ड्राई धूप की मार्केट 50-50% है। गीला धूप में जीपर पैक सबसे ज्यादा चलता है। उन्होंने बताया कि हमारे यहां निशान का जीपर पैक और रियल के प्रीमियम की अच्छी खासी मांग है। बालाजी और ए रवि राग का कृष्ण कला काफी चलता है। ₹20 और ₹50 वाले पैक सबसे ज्यादा चलते हैं। गीला धूप में ए रवि राग का प्रीमियम प्रोडक्ट है। बालाजी की अगरबत्तियां प्रीमियम क्वालिटी में सबसे ज्यादा चलती हैं, जो ₹50 में छोटा पैक और बड़ा पैक 2000 रूपए तक का है। ड्राई स्टिक की मार्केट भी तेजी से बढ़ रही है और सबका थोड़ा-थोड़ा बिकता है, लेकिन ₹50 की एमआरपी वाला पैक सबसे ज्यादा चलता है। उन्होंने बताया कि त्योहारों के मौसम में पांचजन्य, बालाजी, गुड लक का चिंतन सांब्रानी कप चलता है। सांब्रानी स्टिक में पांड्यन का महालक्ष्मी, टीपीआरजी का तपस्या और हमारा खुद का ब्रांड ओके की अच्छी मार्केट है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि पूजा आयल की शुरुआत कोल्हापुर में साइकिल ने की थी। हमारे यहां साइकिल और ओके दोनों चलते हैं। कपूर में यहां ओके नंबर वन है। इसके बाद मंगलम चलता है। चंदन टीका में मनोहर का अश्वगंधा की अच्छी मांग है। इत्र और रोल आन में एसआरएस और केलकर का चलता है। उन्होंने बताया कि यहां एक ग्राहक प्रतिमाह औसतन ₹200 और प्रीमियम के कस्टमर ₹5000 तक की खरीदारी कर लेते हैं। यहां 10 में से 5 ग्राहक ऐसे हैं, जो ब्रांड के नाम से ही खरीदारी करते हैं। ■



राजकला: अगरबत्ती और कपूर में भरोसेमंद नाम



कोल्हापुर में समर्थ इंडस्ट्रीज का ब्रांड राजकला की अगरबत्तियां व कपूर प्रोडक्ट्स महाराष्ट्र सहित आसपास के राज्यों में काफी लोकप्रिय हैं। समर्थ इंडस्ट्रीज के प्रमुख श्री रोहित कुलकर्णी ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि कोल्हापुर में कपूर की मांग और खपत बहुत ज्यादा है। यही कारण है कि यहां प्रोडक्शन भी काफी होने लगा। उन्होंने बताया कि 1985 में उनके पिता जी ने समर्थ इंडस्ट्रीज की स्थापना की और राजकला के नाम से कपूर का प्रोडक्शन शुरू किया। 1986 में राजकला ब्रांड के नाम से ही प्रीमियम क्वालिटी की अगरबत्तियों का प्रोडक्शन शुरू किया। समर्थ इंडस्ट्रीज अपने प्रोडक्ट्स के अलावा बिग बेल, अलौकिक, आराध्या, गीता, मनोहर, जैन प्रोडक्ट्स, आलोक, जय भवानी, वक्रतुंड आदि कंपनियों की अगरबत्तियों का कोल्हापुर में डिस्ट्रीब्यूशन का भी काम करती है।

स

गंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में श्री रोहित कुलकर्णी ने बताया कि राजकला ब्रांड के नाम से वह लगभग 20 रेंज के कपूर का प्रोडक्शन करते हैं। इसमें कैफर कोन, भीम सेनी कपूर और कई साइज वाले टैबलेट्स का प्रोडक्शन होता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि मार्केट

में इन दोनों फ्रेगरेंस वाले कपूर का चलन शुरू हुआ है, लेकिन अभी हम इस पर काम नहीं कर रहे हैं। राजकला कपूर के प्रोडक्ट्स 650 रुपए प्रति किलोग्राम के हिसाब से बिकते हैं। वैसे मार्केट के हिसाब से इसमें उतार चढ़ाव होता रहता है। उन्होंने बताया कि राजकला के नाम से प्रीमियम मसाला अगरबत्ती का भी प्रोडक्शन होता है और पूरे महाराष्ट्र के अलावा गुजरात, मध्य प्रदेश व कुछ अन्य राज्यों में भी सप्लाई होती है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि राजकला के प्रोडक्ट अपनी क्वालिटी के लिए प्रसिद्ध हैं। उन्होंने बताया कि यहां वर्ष भर मीडियम क्वालिटी के प्रोडक्ट की मार्केट 70% रहती है, 20% इकोनामी और 10% प्रीमियम चलता है, लेकिन त्योहारों के समय प्रीमियम क्वालिटी वाले प्रोडक्ट्स की मार्केट लगभग 80% हो जाती है।

श्री रोहित कुलकर्णी ने एक सवाल के जवाब में बताया कि अगरबत्ती, कपूर और धूप आदि प्रोडक्ट्स के डिस्ट्रीब्यूशन के अलावा उनका रिटेल काउंटर भी है, जहां धूपबत्ती व सुगंध से संबंधित सभी ब्रांड बिकते हैं। अगरबत्ती में सबसे पहले उन्होंने नागपुर के श्रीजे के डिस्ट्रीब्यूशन का काम शुरू किया था। आज लगभग दो दर्जन कंपनियों का काम वह कर रहे हैं। पूरे कोल्हापुर में उनका बड़ा सप्लाई नेटवर्क है, जो किराना स्टोर्स, छोटे-बड़े मॉल्स, पान की दुकानों और अगरबत्ती की खास शॉप्स सहित लगभग 1000 काउंटेर्स तक फैला है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि कोल्हापुर अगरबत्ती उत्पादों के लिहाज से बहुत अच्छी मार्केट है और प्रीमियम क्वालिटी के प्रोडक्ट ज्यादा चलते हैं। ₹100 की एमआरपी में 10 से 15 काड़ी वाले प्रोडक्ट्स की भी मांग है, लेकिन सबसे ज्यादा ₹50 में जीपर पैक



चलता है। यहां लोग तेज सुगंध में परफ्यूम वाले प्रोडक्ट्स ज्यादा पसंद करते हैं।

सुगंध इंडिया के मार्केट ट्रेंड संबंधी एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि आमतौर पर यहां सभी कंपनियों के प्रोडक्ट्स चलते हैं, लेकिन ज्यादातर मार्केट रिलेशन शिप के लिहाज से चलती है। वैसे उनके काउंटर पर आराध्या, अलौकिक, बिग बेल ही ज्यादा चलते हैं। उन्होंने बताया कि यहां 400 ग्राम वाले जंबो पैक की मांग तेजी से बढ़ रही है और ₹10 वाले प्रोडक्ट्स की मार्केट धीरे-धीरे घट रही है। उन्होंने बताया कि कोल्हापुर में बंबू लेस प्रोडक्ट्स ड्राई धूप और धूप स्टिक की मांग तेजी से बढ़ रही है, लेकिन अभी भी यह लगभग 30% है और 70% में अगरबत्तियों की मांग है। गीला धूप यहां आमतौर पर सर्दी और बरसात के मौसम में चलती है। उनके काउंटर पर धूप में गीता और बिग बेल ही ज्यादा बिकते हैं। उन्होंने कहा कि वैसे वही प्रोडक्ट्स ज्यादा बिकते हैं, जिसमें मार्जिन और स्कीम होती है। धूप में ₹20 में 20 स्टिक वाला धूप ज्यादा चलता है। प्रीमियम प्रोडक्ट थोड़े ही चलते हैं। सुखी धूप में जिन अगरबत्तियों के ब्रांड चल रहे हैं, उन्हीं के ड्राई स्टिक भी ज्यादा बिकती हैं। उन्होंने बताया कि साथ ₹70 की एमआरपी में 100 ग्राम वाले पैक का ज्यादा चलन है। कप धूप में मनोहर, बिग बेल, आराध्या, वक्रतुंड आदि काफी चलते हैं, जो 50 से 60 रुपए में हैं।

एक सवाल के जवाब में श्री कुलकर्णी ने बताया कि चंदन टीका में मनोहर सबसे ज्यादा चलता है। साथ ही हरिदर्शन व माउली के प्रोडक्ट्स भी चलते हैं। यहां गीला और पाउडर दोनों तरह के चंदन बिकते हैं। कलर में ऑरेंज और येलो की मांग ज्यादा है। इत्र और रोल आन में मनोहर, एसएल और ए अत्तरवाला का चलता है। उन्होंने बताया कि कपूर में हमारे ब्रांड राजकला के अलावा ओके कपूर की मांग ज्यादा है। इसके बाद अन्य ब्रांड बिकते हैं। उन्होंने बताया कि यहां ब्रांडेड कपूर ही लोग ज्यादातर खरीदते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि एक ग्राहक प्रतिमाह 400 से 500 रुपए के प्रोडक्ट खरीद लेता है। ब्रांड पर आमतौर पर लोग दुकानदार पर भरोसा करते हैं। फिर भी 10 में से 5-6 ग्राहक ब्रांड के नाम से ही खरीदते हैं। ■





कोल्हापुर में स्ट्रांग फ्रेगरेंस का चलन: शिवकुमार सुदेश चौहान

मैन्युफैक्चरिंग व ट्रेडिंग में है कंपनी की खास पहचान

कोल्हापुर के अगरबत्ती, धूप और कपूर आदि उत्पादों की मैन्युफैक्चरिंग से लेकर ट्रेडिंग तक के कारोबार में सुदेश परफ्यूमरी वर्क्स और गीतांजली अगरबत्ती कंपनी की एक खास पहचान है। सुदेश परफ्यूम वर्क्स के तहत गीतांजली ब्रांड की अगरबत्ती के अलावा धूप, ड्राई स्टिक, कोन और कपूर का प्रोडक्शन होता है। वहीं गीतांजली अगरबत्ती कंपनी के पास लगभग 40 कंपनियों की एजेंसी है, जिसके तहत पूरे कोल्हापुर में ट्रेडिंग का काम है।

कंपनी के प्रमुख श्री शिवकुमार सुदेश चौहान ने सुगंध इंडिया से एक बातचीत में कहा कि 1972 में मेरे दादाजी ने अगरबत्ती का कारोबार शुरू किया था। वह बंगलुरु से अगरबत्तियां लाकर साइकिल से गांव-गांव और शहर में दुकानों तक सप्लाई करते थे। बाद में सभी को लगा कि खुद अपने अगरबत्ती का प्रोडक्शन किया जाना चाहिए। इसके बाद गीतांजली नाम की पहली अगरबत्ती बनाई, जो बहुत लोकप्रिय हुई। यहां तक की बंगलुरु में भी लोग उसे जानने लगे। इसके बाद पारिवारिक व कारोबारी मित्रों ने कहा कि गीतांजली का रजिस्ट्रेशन करवाना चाहिए और इस तरह 1982 में गीतांजली अगरबत्ती को कॉर्पोरेट रजिस्ट्रेशन मिला। महाराष्ट्र के अगरबत्ती उद्योग का यह पहला कॉर्पोरेट लाइसेंस था।

शिवकुमार ने सुगंध इंडिया के सवालियों के जवाब में बताया कि उनके अगरबत्ती प्रोडक्ट्स ₹5 से लेकर 100 रूपए तक के प्रीमियम रेंज में हैं। कंपनी अगरबत्ती, धूप, ड्राई स्टिक, कोन और कपूर आदि सभी प्रोडक्ट्स बनाती है। उन्होंने बताया कि हमारा ब्रांड कोल्हापुर के अलावा कोंकण के अधिकांश जिलों में जाता है। हमारा पहला ब्रांड गीतांजली अभी भी लोकप्रिय है।

इसके बाद स्वराज अगरबत्ती भी काफी चलती है। उन्होंने बताया कि कोल्हापुर में लोगों को स्ट्रॉंग सुगंध पसंद है। वह तीखा खाते हैं और तेज खुशबू पसंद करते हैं। यहां अच्छे से अच्छे गुलाब की भी खुशबू लोग पसंद नहीं करते, लेकिन केवड़ा, मोगरा किसी भी कंपनी का हो वह सबसे ज्यादा चलता है। इसी तरह हमारा चार्ली ब्रांड है, जिसकी खुशबू स्ट्रॉंग है, लेकिन लोग उसे बहुत पसंद करते हैं। हमारा श्री देव पूजा कपूर कोल्हापुर व महाराष्ट्र के कई जिलों में लोकप्रिय है। उन्होंने बताया कि कोल्हापुर की मार्केट में सबसे ज्यादा चलने वाले 3 ब्रांड में ओके, राजकला और हमारा श्री देव पूजा कपूर है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां अगरबत्ती की 70 व धूप की 30% मार्केट है। धूप स्टिक अब तेजी से बढ़ रही है। जैन धर्मावलंबी ड्राई स्टिक ही ज्यादा पसंद करते हैं। बांस को लेकर काफी विवाद है, लेकिन अब सनातनी लोग भी मानने लगे हैं कि बांस जलाने में कोई दोष नहीं है। इसलिए अगरबत्ती फिर तेजी से बढ़ रही है।

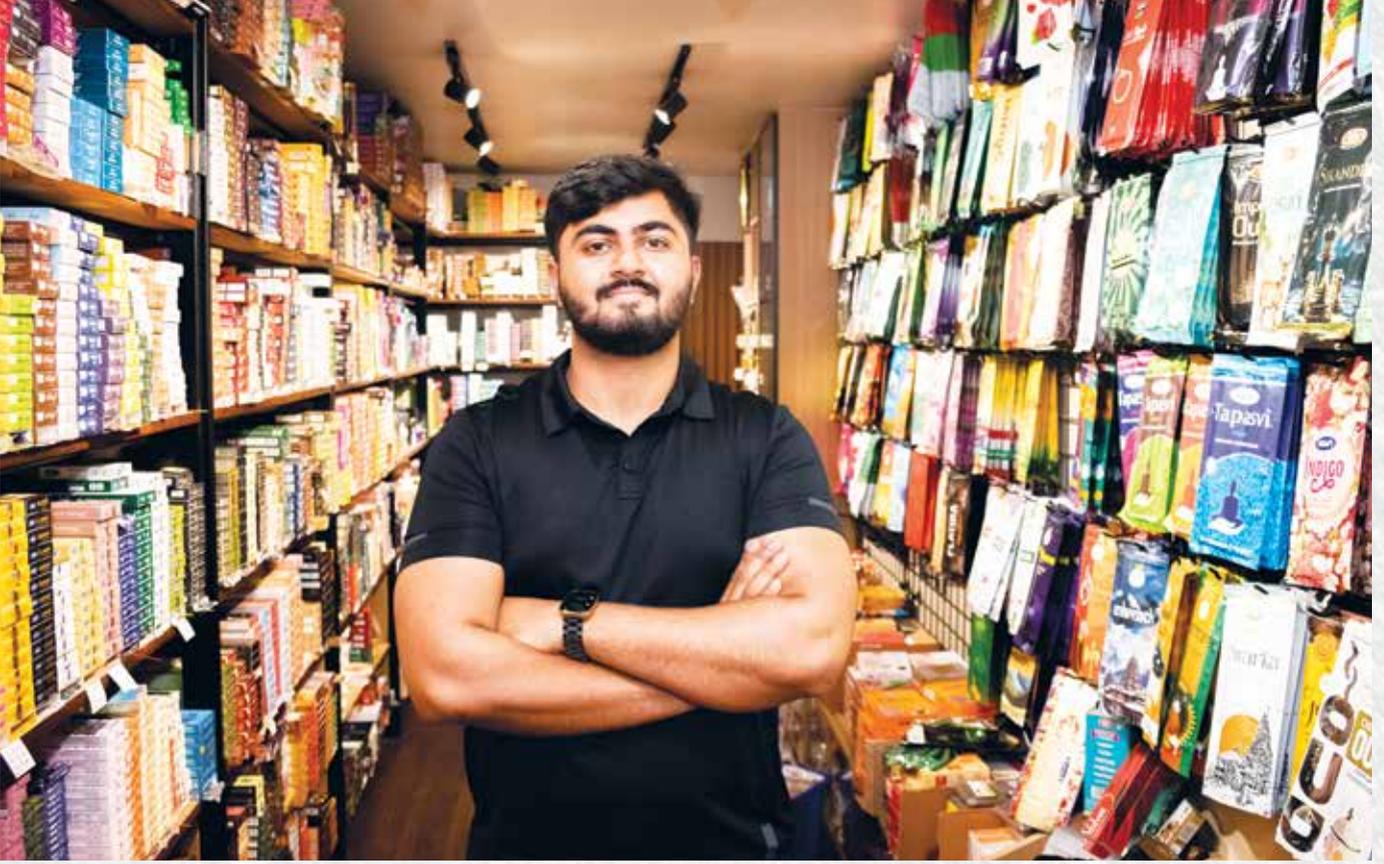
सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि हमारा ट्रेडिंग के कारोबार में पहला काम साइकिल और डंका अगरबत्ती का था। इसके बाद श्री



ट्रेडिंग कंपनी, मिस्बाह, टॉप्सी, एआर इंडस्ट्री कंपनी के तीनों भाइयों के अलग-अलग ब्रांड की एजेंसी भी उनके पास है। इसके अलावा बालमुकुंद अहमदाबाद, वाला, पायनियर सहित छोटी बड़ी 40 कंपनियों की एजेंसी उनके पास है। कुछ कंपनियों का कोल्हापुर और कुछ का पूरे जिले तक का काम है। कोल्हापुर में 40 तालुका हैं और वहां के 1000 अगरबत्ती काउंटर, प्रोविजन स्टोर्स, सुपर बाजार और जनरल स्टोर्स तक सप्लाई होती है। उन्होंने बताया कि कोल्हापुर में इकोनॉमी प्रोडक्ट्स की मार्केट लगभग 50% है और 25-25% में मीडियम व प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद चलते हैं। उन्होंने कहा कि मंदिर के लिए आमतौर पर लोग 5-10 रूपए वाले पैक खरीदते हैं, लेकिन वही लोग घर के लिए ₹50 या उससे अधिक का जीपर पैक खरीदते हैं।

शिवकुमार सुदेश ने सुगंध इंडिया को बताया कि यहां अगरबत्ती की अच्छी मार्केट है और सबसे ज्यादा बिकने वाले प्रोडक्ट में श्री ट्रेडिंग, मिस्बाह, बालाजी, फॉरेस्ट, उल्लास और जेड ब्लैक चलते हैं। अगरबत्ती में ₹10 और ₹50 वाले पैक सबसे ज्यादा चलते हैं। उन्होंने बताया कि गीला धूप में श्रीधन, टॉप्सी, जयपुर की पायनियर, जेड ब्लैक का मंथन चलता है। प्रीमियम क्वालिटी की मांग यहां तेजी से बढ़ रही है। ड्राई स्टिक में जीटी ब्रांड सबसे ज्यादा चलता है। सांब्रानी कप में अगरबत्ती व धूप कंपनियों के ही ब्रांड चलते हैं। उन्होंने बताया कि कपूर की मार्केट में तीन ब्रांड ओके, राजकला, श्री देव पूजा चलते हैं। चंदन टीका में मनोहर सबसे ज्यादा चलता है। यहां पीले और औरेंज कलर वाले पेस्ट में चंदन टीका का चलन है। यहां आमतौर पर एक उपभोक्ता प्रतिमाह 500 से 600 रूपए की खरीदारी करता है और 10 में से 6 ग्राहक ब्रांड के नाम से मांगते हैं। ■

महालक्ष्मी ट्रेडर्स का कोल्हापुर में शानदार एसी अगर्बत्ती शोरूम



ग्राहकों को जागरूक करके बेचते हैं प्रोडक्ट: प्रथमेश डावरे

जिस तरह मॉल, सुपरमार्केट और मार्ट जैसी ग्रॉसरी और उपभोक्ता वस्तुओं के अत्याधुनिक व पूर्णतया वातानुकूलित(एसी) बाजारों में देश-विदेश के समान डिस्प्ले में सजे होते हैं। ऐसे रिटेल मार्केटिंग का चलन बढ़ रहा है। कोल्हापुर में महालक्ष्मी ट्रेडर्स एक ऐसा ही बड़ा केंद्र है, जहां देश की प्रमुख अगर्बत्ती, धूप व पूजा पाठ सामग्रियों के ब्रांडेड प्रोडक्ट्स करीने से सजे हुए हैं और यहां आने वाले ग्राहक अपनी पसंद की खरीदारी करते हैं।

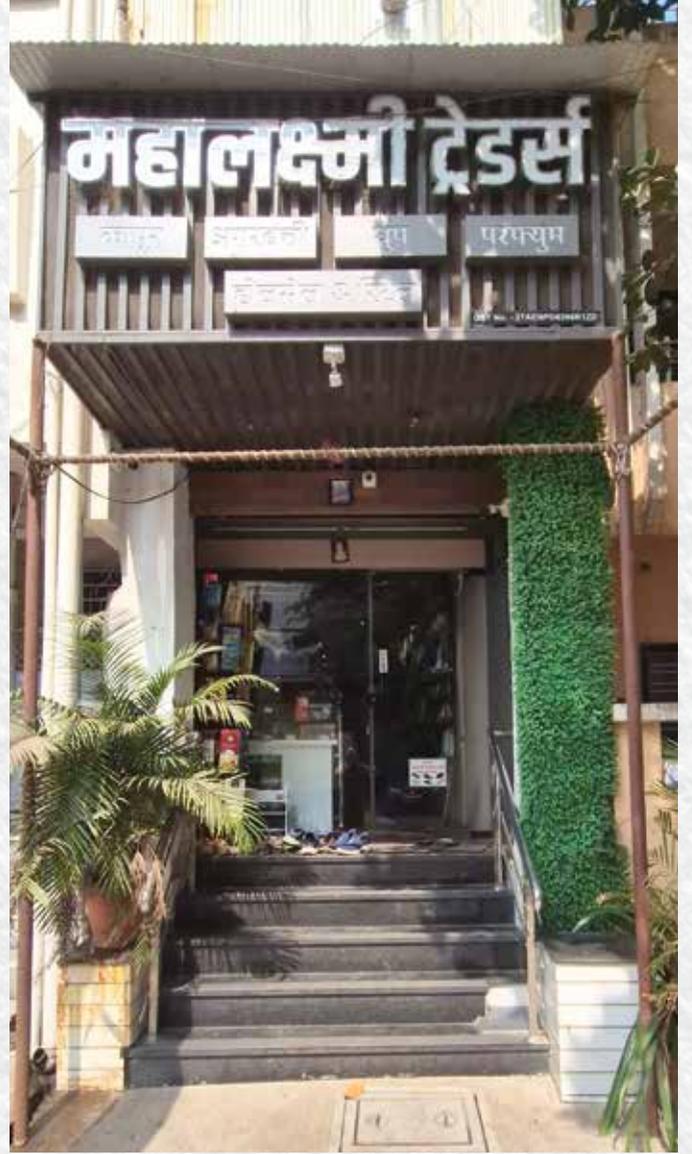
इस खास शॉप में कस्टमर को अगर्बत्ती, सुगंध व अन्य उत्पादों की क्वालिटी, फ्रेग्रेंस और रॉ मटेरियल की विशेषता भी बताई जाती है। यहां ग्राहक इत्मीनान से चीजों को पसंद करते हैं। उसके बारे में पूरी जानकारी लेते हैं और फिर खरीदारी करते हैं। इससे उपभोक्ता उस प्रोडक्ट के प्रति जागरूक व समझदार होते जाते हैं और अगली बार उसी ब्रांड की मांग करते हैं। यही कारण है कि यहां 10 में से 8 ग्राहक ब्रांडेड

प्रोडक्ट ही खरीदते हैं। इस तरह निरंतर नये ग्राहकों को जागरूक किया जाता रहता है। महालक्ष्मी ट्रेडर्स के संस्थापक प्रथमेश डावरे ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में बताया कि 3 वर्ष पूर्व हमने होल सेल और रिटेल के लिए इस तरह का खास ऐसी शोरूम नयी सोच के तहत खोला था, जो बहुत जल्द कारगर हो गया और हमारे यहां से ग्राहक महंगे से महंगे अगर्बत्ती व अन्य प्रोडक्ट्स लेने लगे।

प्रथमेश डावरे ने सुगंध इंडिया को बताया कि 10 वर्ष पूर्व उनके पिता श्री राज डावरे ने यह कारोबार शुरू किया था। वैसे उनके परिवार के अन्य कारोबार भी हैं, लेकिन 3 वर्ष पूर्व हमने अगरबत्ती, धूप और पूजा पाठ सामग्रियों का होल सेल और रिटेल का काउंटर खोला। इससे पहले एक छोटा काउंटर था और मुझे लगता था कि उपभोक्ता इत्मीनान से दुकान के अंदर आए। अपनी पसंद और जरूरत के मुताबिक प्रोडक्ट्स पसंद करे और फिर खरीदे। हम भी उसे प्रोडक्ट की जानकारी दें। दुकान के बाहर खड़े होकर खरीदारी करने में वह बात नहीं आ सकती थी। इसलिए हमने एक एयर कंडीशंड शोरूम बनाया। शुरुआत में सभी बड़े ब्रांड के फुटकर माल मंगाता था। एक ही वर्ष में अच्छा परिणाम मिलने लगा और आज हमारे पास 20 से अधिक बड़ी ब्रांडेड कंपनियों के 1000 रेंज के प्रोडक्ट्स हैं। उन्होंने बताया कि पास में मंदिर होने के कारण यह काउंटर बहुत ज्यादा चलता है। इसके अलावा रिटेलिंग में प्रोडक्ट्स की क्वालिटी और ग्राहकों की पसंद समझने का हमको भी मौका मिला। इससे ग्राहकों को भी अधिक संतुष्टी मिली और लोगों ने इसे पसंद किया।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि दुकान में आकर लोग डिस्प्ले में अपनी जरूरत के मुताबिक चीजें देख और खरीद सकते हैं। कंज्यूमर को रोजाना की जरूरत का प्रोडक्ट चाहिए या खास मौके के लिए चाहिए अथवा खास किस्म की पसंद का फ्रेगरेंस चाहिए? हम इसके बारे में उनसे पूछते हैं और जानकारी देते हैं। उन्होंने कहा कि सभी व्यक्तियों की जिस तरह खानपान व रहन-सहन की अपनी अलग-अलग पसंद होती है। उसी तरह सभी लोगों की सुगंध महसूस करने की क्षमता भी अलग होती है। एक व्यक्ति को जो सुगंध हल्की लगती है, वही दूसरे को स्ट्रॉंग लगती है। ऐसे में हम उन्हें उनकी पसंद वाले प्रोडक्ट्स खरीदने में मदद करते हैं। उन्होंने बताया कि रिटेलिंग से ही उनका अनुभव हुआ कि कोल्हापुर में 70% से अधिक लोगों को स्ट्रॉंग खुशबू पसंद है। उन्होंने कहा कि देश के अगरबत्ती मार्केट के भविष्य के लिए आज जरूरी हो गया है कि आम उपभोक्ताओं में जागरूकता बढ़ाई जाए। अगरबत्ती-धूप की क्वालिटी, बर्निंग टाइम, फ्रेगरेंस संबंधी जानकारी देनी चाहिए। उन्होंने कहा कि जब तक कंपनियां ग्राहकों को क्वालिटी वाले प्रोडक्ट्स के बारे में जानकारी नहीं देंगी, तब तक अच्छे प्रोडक्ट ग्राहक नहीं लेंगे। उन्होंने बताया कि अच्छे प्रोडक्ट्स की जानकारी देने के कारण आज उनके यहां इकोनामी रेंज में खरीदारी करने वाले ग्राहक भी आसानी से महंगे व प्रीमियम उत्पाद भी खरीद लेते हैं।

प्रथमेश डावरे ने एक सवाल के जवाब में बताया कि उनके यहां बिग बेल व बालाजी के प्रोडक्ट्स सबसे ज्यादा चलते हैं। ग्राहक बालाजी के प्रोडक्ट खुद उठा लेते हैं। इसके बाद निखिल, बीआईसी और मसाला अगरबत्ती में फ्लोरिश चलता है। अगरबत्ती में बालाजी का बोटैनिकल गार्डन ₹500 और 1075 रूपए में निखिल का 250 ग्राम का पैक ग्राहक काफी पसंद करते हैं। इसके फिक्स ग्राहक हैं। अगरबत्ती में वैसे ₹1000 और उससे भी अधिक की कीमत वाले प्रीमियम प्रोडक्ट्स लेने वाले ग्राहक भी हैं। उन्होंने बताया कि कोल्हापुर की मार्केट में अगरबत्ती का चलन 70% से अधिक है। बाकी में गीली धूप, ड्राई स्टिक और सांब्रानी कप चलते हैं। उन्होंने बताया कि गीला और सुखा धूप के ग्राहक लगभग बराबर हैं। अगरबत्ती में जीपर पैक ₹50 की कीमत में सबसे ज्यादा बिकता है। इसके अलावा जंबो पैक में 400 ग्राम का ऑरेंज एरोमा कंपनी का व्हाइट स्टिक बिकता है, जो चार फ्रेगरेंस में है। उन्होंने बताया कि बीते 5-6 महीने में उन्होंने उसके 60-65 पैकेट बेचे हैं। एक सवाल



के जवाब में उन्होंने बताया कि बड़े पैक ग्रामीण इलाकों में भी चलते हैं। महालक्ष्मी ट्रेडर्स की सप्लाय पूरे कोल्हापुर जिले और उसके ग्रामीण क्षेत्रों और कोंकण तक है। जिले के 80 किलोमीटर के दायरे में स्थित जनरल स्टोर्स, पूजा साहित्य स्टोर, सुपर मार्केट और स्टेशनरी शॉप्स सहित 100 से अधिक काउंटर पर सप्लाय है।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि गीली धूप में बीआईसी, बालाजी, फॉरेस्ट सबसे ज्यादा बिकते हैं। महालक्ष्मी स्टोर में 20 से लेकर ₹70 की एमआरपी वाले गीली धूप प्रोडक्ट्स सबसे ज्यादा बिकते हैं। उन्होंने बताया कि ड्राई स्टिक में ₹70 और 105 रूपए की एमआरपी में एक से दो घंटे तक जलने वाले प्रोडक्ट्स हैं। इसमें बालाजी और बिग बेल को लोग काफी पसंद करते हैं। ड्राई स्टिक में बीआईसी भी चलता है खासकर हिमालयन और ब्लैक मस्क जो ₹60 में है। उन्होंने बताया कि सांब्रानी कप में मनोहर, निखिल और श्री चलता है। फ्रेगरेंस कपूर में मंगलम को लोग काफी पसंद कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि चंदन टीका में उनके यहां केवल मनोहर है और साथ ही हरि दर्शन भी बिकता है। मनोहर को 80% ग्राहक पसंद करते हैं। यहां चंदन पाउडर की मांग ज्यादा रहती है और चंदन वुड वाला ऑरेंज कलर लोगों की पसंद है। रोल ऑन व इत्र में अरोम(रतलाम) और निखिल चलता है। उन्होंने बताया कि एक ग्राहक प्रतिमाह हजार से डेढ़ हजार रूपए तक की अगरबत्ती खरीद लेता है और ज्यादातर लोग ब्रांड के नाम से खरीदारी करते हैं। ■



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:



SINCE-1999



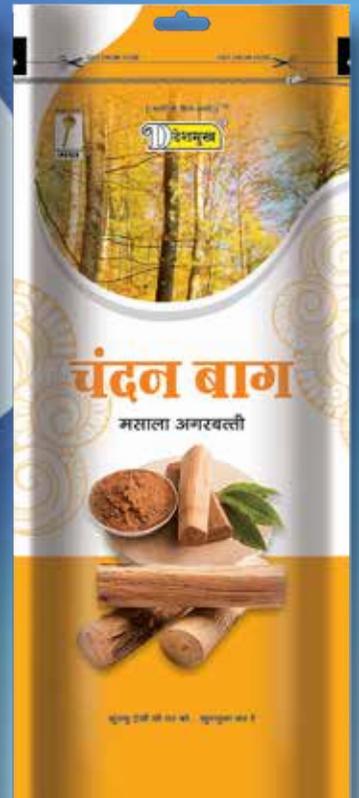
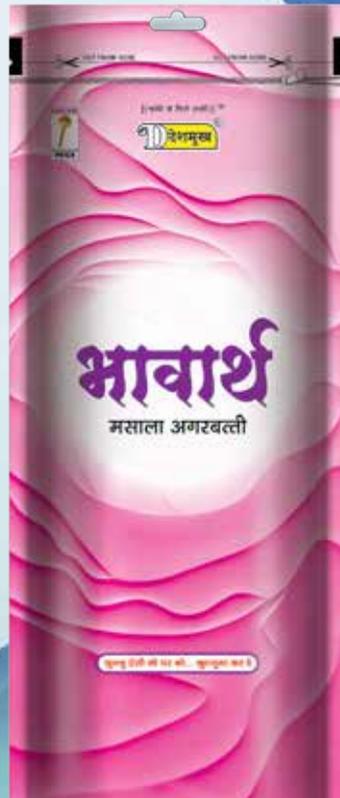
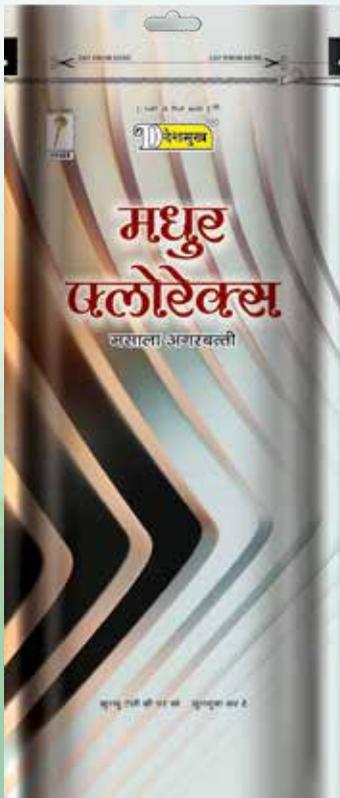
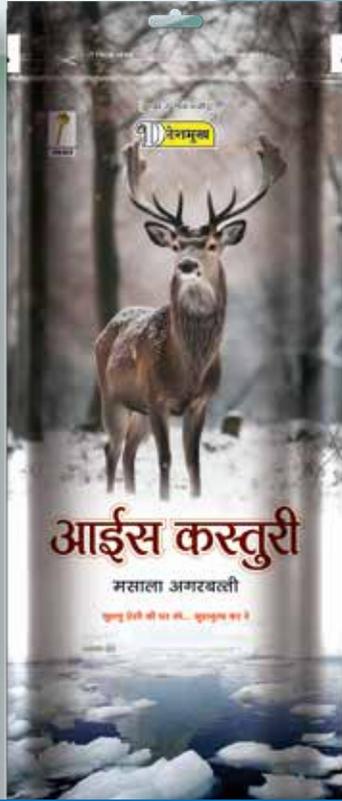
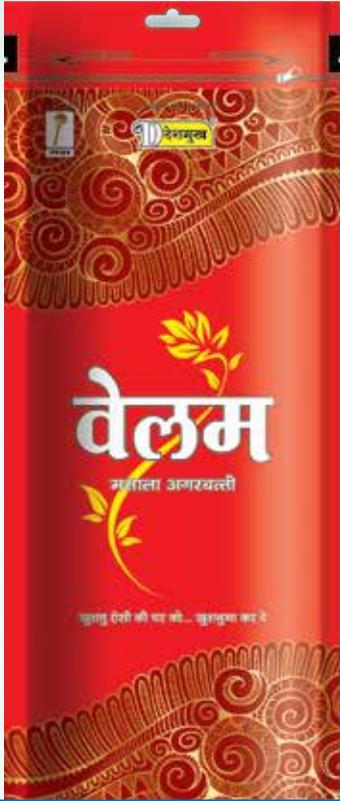
गदा

॥ भक्ती से मिले शक्ती ॥TM

Dदेशमुख[®]

Masala Incense Sticks

New
Launching



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 : deshmukhagarbatti@gmail.com



Maccharo
Se Aazadi



TM NO 4243654

नाम आपका काम हमारा

Attack

Mosquito Coil Sticks

Long Lasting &
Fascinating Fragrance



VOCAL FOR LOCAL

Reg. No.: CIR-165893/2019-Transfluthrin
(Mosquito coil sticks) (402)-245
F. No. 90809-F/9(4)/2019

currently providing to re-packers of uttar pradesh, madhya pradesh & bihar

Distributorship is to be given at all India level,
You can also build your brand by using our license number.

By typing an agreement, the work of re-packing is also given but
there the name of your company will be Manufacturing of Gayatri
Industries and Marketed by



Manufactured & Marketed By:

GAYATRI AGARBATTI WORKS & INDUSTRIES

Plot No.62/A, Sardar Bhagat Singh Ward, Ward No.5, Marartoli, Gondia - 441614

7588770217 / 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

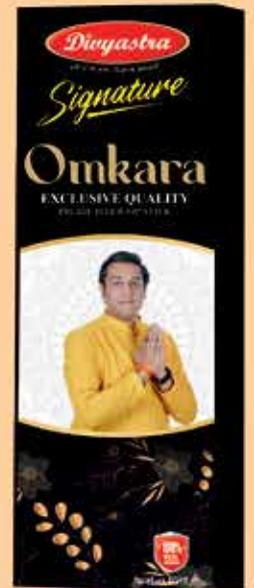
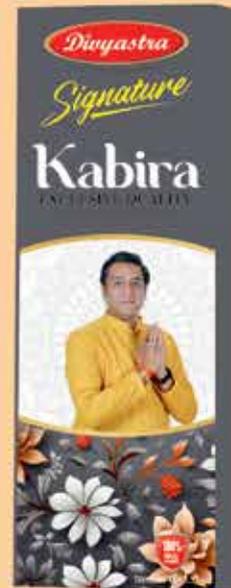
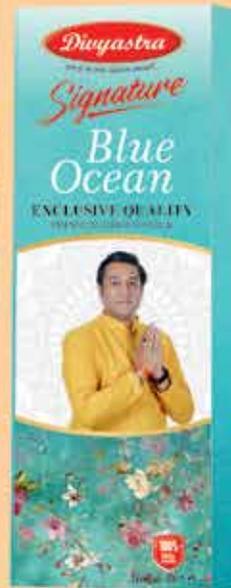
For any complaints or feedback contact
our customer care head at manufacturing
Address Phone No.
www.rathorebrothers.com
fb.com/deepsagar
REGD. NO. 891969



प्रार्थना दिल से..



COMING
SOON



BAMBOO LESS

DPB PRODUCTS

Unit 1

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

E-Mail : feedback@divyastra.store

Mfg. By :



Unit 2

A/7 site -1 Panki Industrial Area,
Panki Kanpur Nagar, Uttar Pradesh - 208020

Website : www.divyastra.store

facebook.com/dpb.divyastra



CALL FOR BUSINESS ENQUIRY :
+91 7228847474

Shop Now

