

रेनेसंस ग्लोबल ने वित्त वर्ष 22 की दूसरी तिमाही में डी2सी की आय में 129 प्रतिशत की वृद्धि दर्ज की, वित्त वर्ष 22 में डिज्नी ज्वेल्स लांच करने पर नजर



मुंबई। समान्वित ग्लोबल ज्वेलरी कंपनी, रेनेसंस ग्लोबल लिमिटेड ने प्रमुख स्टॉक एक्सचेंज, बीएसई को अपनी फाइलिंग में कहा कि वित्त वर्ष 22 की दूसरी तिमाही के दौरान उसके डायरेक्ट टू कंजुमर (डी2सी) बिजनेस की आय 20.4 करोड़ रुपए हुई जिसमें वित्त वर्ष 21 की दूसरी तिमाही की आय 8.9 करोड़ रुपए की तुलना में 129 प्रतिशत की वृद्धि हुई।

कंपनी के अधिकारी ने कहा कि रेनेसंस ग्लोबल की नॉर्थ अमेरिका, यूरोप एवं एशिया के बाजारों में मजबूत उपस्थिति है और उसका ध्यान लाइसेंस

ब्रांडेड ज्वेलरी की डिजाइनिंग, निर्माण और वितरण पर केंद्रित है और उसकी वित्त वर्ष 22 में डिज्नी ज्वेल्स की वेबसाइट के लांच के साथ अपना डायरेक्ट टू कंजुमर बिजनेस मजबूत करने की योजना है।

कंपनी ने कहा, हमारा उद्देश्य लाइसेंस और अपने ब्रांड के बहुमूल्य समूह के साथ ओमनी-चैनल खिलाड़ी बनकर वैल्यू का निर्माण करना है।

उसने कहा, हमारे ब्रांडेड बिजनेस अंब्रेला के तहत हमारे पास डिज्नी और हॉलमार्क जैसे ग्राहक प्रिय ब्रांड्स के लिए विशेष लाइसेंस है।

कंपनी के पास ब्रांड्स का बढ़ता हुआ पोर्टफोलियो है जिसमें 2015 से हॉलमार्क के साथ उसकी भागीदारी और 2016 से डिज्नी के साथ लाइसेंसिंग व्यवस्था का समावेश है। उसने नवंबर 2020 में स्टार वॉर्स कलेक्शन के लांच के साथ लुकास फिल्म के साथ लाइसेंसिंग व्यवस्था भी की है।

रेनेसंस ग्लोबल के पास के, हांगकांग, दुबई और मुंबई में 150 से अधिक लोगों

की डिजाइन टीम के साथ जोरदार प्रोडक्ट डेवलपमेंट और डिजाइन क्षमताएं हैं।

उसने कहा, हम बिजनेस टू बिजनेस और डायरेक्ट टू कंजुमर (डी2सी) चैनलों के मिक्स के द्वारा हमारे ज्वेलरी का वितरण करते हैं। हमारा बी2सी डिबीजन पिछले 20 वर्षों से कुछ सबसे बड़े ग्लोबल रिटेलरों को ज्वेलरी की सप्लाई कर रहा है।

इस समय कंपनी का डी2सी बिजनेस ग्राहकों को सीधे अपने ब्रांड और लाइसेंस ब्रांड की बिक्री करने वाले 6 डी2सी वेबसाइटों के माफत चल रहा है।

कंपनी ने सूचित किया कि वित्त वर्ष 22 की दूसरी तिमाही में उसकी आय वित्त वर्ष 21 की दूसरी तिमाही से कम रही क्योंकि वित्त वर्ष 22 की प्रथम तिमाही के दौरान मदर्स डे का अवकाश आया और वित्त वर्ष 22 की दूसरी तिमाही में कोई बड़ा बिक्री अवसर नहीं था।

उसने कहा, वार्षिक बिक्री में तिमाही के योगदान के हमारे अनुमानों के आधार पर हमारी वार्षिक आयवित्त वर्ष 22 की प्रथम तिमाही में 122.5 करोड़ रुपए हुई

जबकि वित्त वर्ष 21 की वास्तविक आय 64.9 करोड़ रुपए थी।

कंपनी ने कहा कि कंपनी का डायरेक्ट टू कंजुमर बिजनेस 20 से 22 प्रतिशत मार्जिन रेंज के साथ उच्च EBITDA मार्जिन वाला बिजनेस है। कुल आय में हमारे डायरेक्ट टू कंजुमर आय के बढ़ते हिस्से के साथ हमारा मानना है कि हमारी EBITDA मार्जिन सुधारित रुख दर्शाएगी।

आउटलुक पर टिप्पणी करते हुए ब्रोकिंग फर्म, शेयर खान ने अपनी ताजा रिसर्च रिपोर्ट में कहा कि ग्लोबल ब्रांडेड ज्वेलरी उद्योग के कैलेंडर वर्ष 2019-25 में 12 प्रतिशत सीएजीआर दर्ज करने की उम्मीद है जब कि ब्रांडेड ज्वेलरी उद्योग में तीव्र ग्रोथ के लिए कुल मिलाकर वैश्विक ज्वेलरी क्षेत्र की सीएजीआर 4 प्रतिशत है। बड़े पैमाने पर ग्राहकों का ब्रांडेड प्रोडक्ट की ओर मुड़ना और ऑनलाइन खरीदी का बढ़ता रुख मुख्य ग्रोथ ड्राइवर होंगे।

उसने कहा कि कुल मिलाकर ग्लोबल ब्रांडेड ज्वेलरी, उद्योग की तुलना में 3 गुना वृद्धि कर रहा है।