vinetur

LVMH ने वाइन और स्पिरिट्स में पहली छमाही की मजबूत वृद्धि दर्ज की।

डिवीजन की ऑर्गेनिक बिक्री 5% बढ़ी और आवर्ती परिचालन लाभ 11% चढ़ा, जो प्रीमियम कॉन्यैक और व्हिस्की की मांग में मजबूती का संकेत है।

सोमवार, 27 जुलाई 2026



LVMH ने सोमवार को 2026 की पहली छमाही के नतीजे जारी किए, जिनमें उसके वाइन और स्पिरिट्स कारोबार में अधिक मजबूत गति दिखाई गई। वैश्विक पेय उद्योग के लिए यह एक करीबी से देखी जाने वाली डिवीजन है, क्योंकि निवेशक प्रीमियम कॉन्यैक और व्हिस्की की मांग के संकेत तलाश रहे हैं।

फ्रांसीसी लक्ज़री समूह ने कहा कि पहली छमाही का राजस्व €38.6bn रहा। आवर्ती परिचालन लाभ €8.7bn रहा, जो 4% कम है, जबकि समूह का शुद्ध लाभांश हिस्सा एक साल पहले की तुलना में अपरिवर्तित रहते हुए €5.7bn रहा। कंपनी ने कहा कि उसका परिचालन मार्जिन 22.5% पर बना रहा।

वाइन और स्पिरिट्स के भीतर, पहली छमाही में ऑर्गेनिक बिक्री 5% बढ़कर €2.598bn हो गई। डिवीजन का आवर्ती परिचालन लाभ 11% बढ़कर €582m रहा। ये आंकड़े ऐसे कारोबार में बेहतर ट्रेडिंग की ओर इशारा करते हैं, जिसमें दुनिया के कुछ सबसे प्रसिद्ध Champagne, cognac और spirits ब्रांड शामिल हैं।

पेय उत्पादकों और वितरकों के लिए, यह प्रदर्शन केवल LVMH के अपने पोर्टफोलियो से आगे भी मायने रखता है। उच्च-स्तरीय स्पिरिट्स में वृद्धि को इस संकेत के रूप में पढ़ा जा सकता है कि मिश्रित आर्थिक पृष्ठभूमि के बावजूद उपभोक्ता प्रीमियम बोतलों पर खर्च कर रहे हैं। यह पूरे सेक्टर में मार्जिन को लेकर अपेक्षाओं को भी प्रभावित कर सकता है, खासकर उन कंपनियों के लिए जिनका जुड़ाव कॉन्यैक और व्हिस्की से है, जहां मूल्य निर्धारण की शक्ति और ब्रांड की मजबूती अब भी केंद्रीय हैं।

LVMH ने कहा कि दूसरी तिमाही में वृद्धि तेज हुई, और समूह की ऑर्गेनिक बिक्री 3% बढ़ी, या मध्य पूर्व में संघर्ष के प्रभाव को हटाकर देखें तो 4% बढ़ी। कंपनी ने संक्षिप्त परिणाम बयान में वाइन और स्पिरिट्स के लिए श्रेणी या क्षेत्र के हिसाब से विस्तृत ब्योरा नहीं दिया, लेकिन डिवीजन की पहली छमाही की बढ़त समूह के अन्य हिस्सों में अधिक असमान रुझानों के मुकाबले अलग दिखी।

फैशन और लेदर गुड्स, जो LVMH का सबसे बड़ा कारोबार है, दूसरी तिमाही में ऑर्गेनिक वृद्धि पर लौट आया, जिसे कंपनी के अनुसार संयुक्त राज्य अमेरिका में तेज़ी से हुई मजबूती ने सहारा दिया, हालांकि मध्य पूर्व में संघर्ष से जुड़ी बाधाएं बनी रहीं। उस डिवीजन का पहली छमाही राजस्व €18.146bn रहा, जो 1% कम है। वहां परिचालन लाभ 7% घटकर €6.195bn रहा, और LVMH ने कहा कि मुद्रा में उतार-चढ़ाव ने नतीजे पर दबाव डाला, हालांकि परिचालन मार्जिन, कंपनी के अनुसार, बहुत ऊंचे स्तर पर बना रहा।

परफ्यूम्स और कॉस्मेटिक्स ने पहली छमाही में स्थिर ऑर्गेनिक बिक्री दर्ज की, जो €3.914bn रही। LVMH ने कहा कि यह कारोबार उत्पाद नवाचार और अत्यधिक चयनात्मक वितरण पर निर्भर बना रहा, जबकि उसका परिचालन मार्जिन थोड़ा बढ़ा।

वॉचेज़ और ज्वेलरी में तेज़ वृद्धि दिखी। उस डिवीजन की ऑर्गेनिक बिक्री पहली छमाही में 9% बढ़कर €5.225bn हो गई, जबकि दूसरी तिमाही में ऑर्गेनिक वृद्धि 11% तक पहुंचने पर गति और तेज़ हुई। LVMH ने कहा कि छह महीने की अवधि में परिचालन मार्जिन में सुधार हुआ।

पहली छमाही का यह अपडेट ऐसे समय आया है जब पेय कंपनियों का आकलन केवल वॉल्यूम वृद्धि पर नहीं, बल्कि लागत, मुद्राओं और भू-राजनीतिक जोखिमों के अस्थिर बने रहने के बीच लाभप्रदता बचाए रखने की उनकी क्षमता पर भी किया जा रहा है। इस संदर्भ में, LVMH के वाइन और स्पिरिट्स के आंकड़े बाजार के ऊपरी हिस्से के लिए सकारात्मक संकेत के रूप में पढ़े जाने की संभावना है, भले ही व्यापक उपभोक्ता मांग क्षेत्रों और श्रेणियों के बीच असमान बनी हुई हो।

LVMH ने अपनी अर्धवार्षिक संख्याओं के साथ जारी बयान में मार्गदर्शन में किसी बदलाव की घोषणा नहीं की। फिर भी, वाइन और स्पिरिट्स में सुधार ध्यान आकर्षित करने की संभावना रखता है, क्योंकि यह डिवीजन अक्सर लक्ज़री पेय पदार्थों में धारणा का शुरुआती संकेतक रहा है, खासकर कॉन्यैक जैसे निर्यात-आधारित खंडों में। आवर्ती परिचालन लाभ में वृद्धि से संकेत मिलता है कि प्रीमियम पोज़िशनिंग अन्य बाजार हिस्सों में परिस्थितियां कम अनुकूल होने पर भी आय को सहारा देती रही है।