vinetur

व्हिस्की डिस्टिलेट की मांग में गिरावट से MGP Ingredients के तिमाही नतीजे कमजोर

अमेरिकी स्पिरिट्स बाजार के बड़े हिस्से को आपूर्ति करने वाली इस कंपनी ने Distilling Solutions में 42% बिक्री गिरावट के बावजूद अपने पूरे साल के दृष्टिकोण को अपरिवर्तित रखा।

गुरुवार, 30 जुलाई 2026



MGP Ingredients ने दूसरी तिमाही के कमजोर नतीजे दर्ज किए, क्योंकि व्हिस्की डिस्टिलेट की कम मांग उसकी सप्लाई बिज़नेस पर दबाव बनाए रही, जबकि उसके ब्रांडेड स्पिरिट्स पोर्टफोलियो ने बेहतर प्रदर्शन किया और कंपनी ने अपने पूरे साल के दृष्टिकोण को अपरिवर्तित रखा।

कान्सास के एचिसन स्थित कंपनी ने कहा कि 30 जून को समाप्त तिमाही में शुद्ध बिक्री एक साल पहले के $145.5 million से घटकर $124.4 million रह गई, यानी 15% की गिरावट। सकल लाभ 20% घटकर $46.5 million रहा, जबकि सकल मार्जिन 40.1% से घटकर 37.4% पर आ गया। समायोजित EBITDA 23% घटकर $27.6 million रहा। शुद्ध आय $12.0 million रही, जो पिछले साल इसी अवधि के $14.4 million से कम है, और समायोजित प्रति शेयर आय $0.97 से

घटकर $0.72 रह गई।

MGP की अध्यक्ष और मुख्य कार्यकारी Julie Francis ने कहा कि समायोजित EBITDA और समायोजित मूल प्रति शेयर आय के मामले में तिमाही कंपनी की आंतरिक अपेक्षाओं से बेहतर रही। उन्होंने कहा कि कंपनी के प्रीमियम-प्लस स्पिरिट्स पोर्टफोलियो में, जिसका नेतृत्व Penelope Bourbon और Yellowstone कर रहे हैं, गति बनी रही और कुछ मिड-प्राइस तथा वैल्यू ब्रांड्स में भी सुधार हुआ। उन्होंने इंग्रीडिएंट सॉल्यूशंस में बिक्री वृद्धि और बिक्री, मार्केटिंग तथा सप्लाई चेन संचालन को पुनर्गठित करने के साथ लागत घटाने के जारी प्रयासों की भी ओर इशारा किया।

सबसे अधिक दबाव Distilling Solutions पर पड़ा, जो वह इकाई है जो उद्योग के अन्य ग्राहकों को डिस्टिल्ड स्पिरिट्स और संबंधित सेवाएं उपलब्ध कराती है। इस सेगमेंट की बिक्री एक साल पहले के $50.0 million से 42% घटकर $29.2 million रह गई। सकल लाभ 40% घटकर $11.3 million रहा। कंपनी ने कहा कि पुराने और नए डिस्टिलेट व्हिस्की की कम मांग के कारण ब्राउन गुड्स की बिक्री में 59% की गिरावट आई। इसके बावजूद, उत्पाद मिश्रण और लागत बचत प्रयासों की मदद से इस सेगमेंट का सकल मार्जिन 37.6% से सुधरकर 38.7% हो गया। वेयरहाउस सेवाओं का राजस्व उच्च-सिंगल-डिजिट दर से बढ़ा, आंशिक रूप से सेवा पेशकशों के विस्तार के कारण।

यह प्रदर्शन सिर्फ एक कंपनी की तिमाही रिपोर्ट से आगे मायने रखता है, क्योंकि MGP अमेरिकी स्पिरिट्स बाजार में एक प्रमुख आपूर्तिकर्ता है। डिस्टिलिंग मांग में तेज गिरावट यह संकेत दे सकती है कि ब्रांड्स और खरीदार इन्वेंट्री स्तरों, कॉन्ट्रैक्ट उत्पादन और एजिंग स्टॉक्स को लेकर अब भी सतर्क हैं। डिस्टिलर्स, व्हिस्की ब्रांड्स और अन्य पेय कंपनियों के लिए जो बाहरी आपूर्ति पर निर्भर हैं, ये आंकड़े बताते हैं कि वॉल्यूम पर दबाव पूरी तरह कम नहीं हुआ है, भले ही मिश्रण में बदलाव और कड़े लागत नियंत्रण से मार्जिन बेहतर हो सकते हैं।

Branded Spirits अपेक्षाकृत स्थिर रहा। इस डिवीजन की बिक्री 1% घटकर $60.5 million से $59.6 million रह गई, जबकि सकल लाभ भी 1% घटकर $31.6 million रहा। सकल मार्जिन थोड़ा सुधरकर 52.8% से 53.0% हो गया। अन्य उत्पादों को छोड़कर, जो मुख्यत: प्राइवेट-लेबल बोतलबंद आइटम हैं, बिक्री 3% बढ़ी, जिसे कंपनी ने पिछले दो वर्षों में सबसे मजबूत वृद्धि दर बताया।

उस पोर्टफोलियो के भीतर, प्रीमियम-प्लस बिक्री 5% बढ़ी। Penelope Bourbon में 13% की वृद्धि हुई, जो कंपनी के अनुसार मजबूत वृद्धि का सिलसिला जारी रखती है, जबकि Yellowstone ने सीमित-संस्करण रिलीज़ से जुड़े उल्लेखनीय लाभ दर्ज किए। मिड-प्राइस और वैल्यू-प्राइस ब्रांड्स की संयुक्त बिक्री में मामूली सुधार हुआ, जिसमें मिड-प्राइस पेशकशें 5% बढ़ीं। ये आंकड़े संकेत देते हैं कि व्यापक परिस्थितियां स्पिरिट्स उत्पादकों के लिए कठिन बनी रहने के बावजूद उपभोक्ता कुछ स्थापित लेबल्स पर खर्च कर रहे हैं।

Ingredient Solutions में राजस्व में मामूली वृद्धि हुई, लेकिन लाभप्रदता काफी कमजोर रही। बिक्री 2% बढ़कर $35.0 million से $35.5 million हो गई, जिसे स्पेशल्टी व्हीट प्रोटीन्स और स्टार्चेज़ में मूल्य निर्धारण और मिश्रण, साथ ही बायोफ्यूल और अन्य बायप्रोडक्ट्स की अधिक बिक्री का सहारा मिला। लेकिन सकल लाभ 53% घटकर $3.6 million रह गया, और सकल मार्जिन 21.7% से घटकर 10.1% पर आ गया। कंपनी ने कहा कि बेहतर परिचालन विश्वसनीयता के बावजूद वेस्ट स्टार्च स्ट्रीम की ऊंची लागत ने लाभप्रदता को नुकसान पहुंचाया।

समेकित स्तर पर, MGP ने कहा कि परिचालन आय एक साल पहले के $20.3 million से घटकर $17.7 million रह गई। समायोजित आधार पर, परिचालन आय 30% घटकर $20.1 million रही। तिमाही पर एक ग्राहक के दिवालिया होने से जुड़ी क्रेडिट लॉस प्रावधान में वृद्धि का भी असर पड़ा।

कंपनी ने तिमाही के दौरान कई क्षेत्रों में खर्च घटाया। विज्ञापन और प्रचार व्यय 18% घटकर $5.7 million रह गया, जिसे MGP ने अपनी रणनीतिक प्राथमिकताओं और सबसे आकर्षक विकास अवसरों पर ध्यान के अनुरूप समय-निर्धारण संबंधी फैसलों का परिणाम बताया। बिक्री, सामान्य और प्रशासनिक व्यय 13% घटा, जबकि समायोजित SG&A 19% घटा और

समेकित बिक्री का 15% रहा।

कमजोर तिमाही के बावजूद MGP ने वित्त वर्ष 2026 के लिए अपना मार्गदर्शन दोहराया। कंपनी अब भी पूरे साल की बिक्री $480 million से $500 million और समायोजित EBITDA $90 million से $98 million रहने की उम्मीद कर रही है। लगभग 21.4 million भारित औसत मूल शेयरों के आधार पर समायोजित मूल प्रति शेयर आय $1.50 से $1.80 के बीच रहने का अनुमान बरकरार है। पूरे वर्ष के पूंजीगत व्यय लगभग $20 million रहने की उम्मीद है।

कंपनी ने हालिया Kansas कर कानून संशोधन के बाद स्थगित कर देनदारियों के पुनर्मूल्यांकन के चलते अपने कर दृष्टिकोण को भी अपडेट किया। MGP अब पूरे वर्ष के लिए अपनी प्रभावी कर दर लगभग 23% रहने की उम्मीद कर रही है।

बैलेंस शीट के आंकड़ों में पिछले साल के अंत की तुलना में कुछ अतिरिक्त दबाव दिखा। 30 जून तक इन्वेंट्री बढ़कर $408.4 million हो गई, जो दिसंबर के अंत में $382.7 million थी, जबकि नकदी $17.8 million रही, जो छह महीने पहले की तुलना में लगभग अपरिवर्तित है। वर्तमान परिपक्वताओं को छोड़कर दीर्घकालिक ऋण वर्षांत के $49.7 million से बढ़कर $166.9 million हो गया, और कंपनी ने 3.5x का नेट डेट लीवरेज अनुपात रिपोर्ट किया, जो एक साल पहले 1.8x था।

साल की पहली छमाही के लिए MGP ने $122.8 million का शुद्ध घाटा दर्ज किया, जबकि पिछले साल इसी अवधि में शुद्ध आय $11.4 million थी। कंपनी के वित्तीय विवरणों के अनुसार, इस नतीजे में साल की शुरुआत में दर्ज एक बड़ा इम्पेयरमेंट और अन्य शुल्क शामिल थे।

MGP के बोर्ड ने सामान्य स्टॉक पर प्रति शेयर $0.12 का तिमाही लाभांश घोषित किया, जो 14 अगस्त तक रिकॉर्ड पर मौजूद शेयरधारकों को 28 अगस्त को देय होगा।

कंपनी ब्रांडेड स्पिरिट्स, डिस्टिलिंग सॉल्यूशंस और स्पेशल्टी इंग्रीडिएंट्स में काम करती है, और इसके डिस्टिलरीज़ Indiana और Kentucky में, Arandas, Mexico में एक टकीला डिस्टिलरी, तथा Missouri, Ohio और Northern Ireland में बॉटलिंग संचालन हैं। ब्रांड मालिक और आपूर्तिकर्ता, दोनों के रूप में इसकी भूमिका इसके तिमाही नतीजों को पेय बाजार में असामान्य महत्व देती है, क्योंकि वे खुदरा स्तर पर उपभोक्ता मांग के साथ-साथ स्पिरिट्स सप्लाई चेन के भीतर गहराई में मौजूद ऑर्डरिंग पैटर्न की भी झलक देते हैं।

व्हिस्की और अन्य डिस्टिल्ड उत्पादों के लिए क्षमता संबंधी फैसलों, सोर्सिंग योजनाओं और इन्वेंट्री रणनीति पर नजर रखने वाली ड्रिंक्स कंपनियों के लिए MGP की ताज़ा तिमाही एक ऐसे बाजार की ओर इशारा करती है जो अब भी असमान है : ब्रांडेड लेबल्स, खासकर ऊंचे मूल्य बिंदुओं पर या सीमित रिलीज़ के जरिए, अब भी विकास के अवसर पा सकते हैं, लेकिन कॉन्ट्रैक्ट डिस्टिलेशन की मांग दबाव में बनी हुई है क्योंकि ग्राहक स्टॉक को सावधानी से प्रबंधित करना जारी रखते हैं।