vinetur

कमज़ोर व्हिस्की मांग के बाद MGP Ingredients की बिक्री 15% घटी

कंपनी का डिस्टिलिंग राजस्व 42% गिर गया, जिससे वह मंदी और गहरी हो गई जिसने केंटकी की दो इकाइयों में काम रोकने को मजबूर किया।

शुक्रवार, 31 जुलाई 2026



MGP Ingredients ने दूसरी तिमाही में बिक्री में तेज़ गिरावट दर्ज की, क्योंकि कमज़ोर व्हिस्की मांग उसके डिस्टिलिंग कारोबार पर दबाव बनाए रही और इसी वजह से कंपनी ने इस साल की शुरुआत में केंटकी की दो इकाइयों में गतिविधि धीमी कर दी थी।

कैनसस-आधारित इस सप्लायर ने कहा कि तिमाही में कुल बिक्री 15% घटकर $124.4 million रह गई। सबसे बड़ी गिरावट Distilling Solutions में आई, जो बल्क स्पिरिट्स, कस्टम मैश बिल्स और बैरल-एजिंग सेवाएँ अन्य कंपनियों को बेचती है। इस डिवीजन का राजस्व 42% घटकर $29.2 million रह गया, जिसका कारण ब्राउन गुड्स बिक्री में 59% की गिरावट थी ; कंपनी के अनुसार यह पकी हुई व्हिस्की और नई डिस्टिलेट, दोनों की कम मांग को दर्शाता है।

ये नतीजे उस मंदी को आगे बढ़ाते हैं जो साल की शुरुआत में ही दिखने लगी थी। पहली तिमाही में MGP का Distilling Solutions कारोबार भी 40% की तेज़ गिरावट के साथ नीचे आया था। ताज़ा आंकड़े बताते हैं कि व्हिस्की इन्वेंटरी और

ऑर्डरों पर दबाव कम नहीं हुआ है।

मई में, मांग कमजोर होने के बाद MGP ने केंटकी में Limestone Branch और Lux Row Distillers में संचालन रोक दिया था। यह कदम दिखाता है कि व्हिस्की की नरम खरीदारी कितनी तेज़ी से रिटेल शेल्फ़ से आगे बढ़कर उत्पादन योजना, कॉन्ट्रैक्ट डिस्टिलिंग और बैरल सप्लाई तक फैल गई है। व्यापक बेवरेज उद्योग के लिए यह सुस्ती इसलिए अहम है क्योंकि MGP उन ब्रांड्स का बड़ा सप्लायर है जो सोर्स्ड व्हिस्की और प्राइवेट-लेबल स्पिरिट्स पर निर्भर हैं। बल्क व्हिस्की ऑर्डरों में कमी ब्राउन स्पिरिट्स बाज़ार में व्यापक सतर्कता का संकेत दे सकती है और डिस्टिलर्स व बॉटलर्स के लिए इन्वेंटरी, उत्पादन कार्यक्रम और सोर्सिंग रणनीतियों में और समायोजन ला सकती है।

हालाँकि उसका सप्लाई कारोबार कमजोर पड़ा, MGP का ब्रांडेड पोर्टफोलियो अपेक्षाकृत बेहतर टिका रहा। Branded Spirits की बिक्री 1% घटकर $59.6 million रही। “other products” श्रेणी, जिसमें प्राइवेट-लेबल बोतलबंद स्पिरिट्स शामिल हैं, को हटाकर देखें तो इस डिवीजन की बिक्री 3% बढ़ी।

कंपनी ने कहा कि उसका premium-plus पोर्टफोलियो अपेक्षाकृत उजला पक्ष बना रहा। तिमाही में premium-plus बिक्री 5% बढ़कर $32.6 million हो गई। MGP द्वारा 2023 में अधिग्रहित Penelope Bourbon ने 13% की वृद्धि दर्ज की, जबकि Yellowstone whiskey ने, कंपनी के अनुसार, लिमिटेड-एडिशन रिलीज़ की मदद से उल्लेखनीय बढ़त हासिल की। value और mid-priced ब्रांड्स की संयुक्त बिक्री $24.5 million पर स्थिर रही, हालांकि केवल mid-priced सेगमेंट 5% बढ़ा।

MGP की chief executive और president Julie Francis ने कहा कि तिमाही में premium-plus ब्रांड्स, जिनका नेतृत्व Penelope Bourbon और Yellowstone कर रहे हैं, में लगातार गति दिखी, साथ ही कुछ mid-priced और value लेबल्स में भी सुधार हुआ। उन्होंने कहा कि कंपनी चुनौतीपूर्ण उद्योग परिवेश में काम करते हुए दीर्घकालिक वृद्धि की दिशा में आगे बढ़ती रहेगी।

स्पिरिट्स से बाहर, Ingredient Solutions तिमाही में वृद्धि दर्ज करने वाला MGP का एकमात्र बिज़नेस सेगमेंट था, जिसकी बिक्री 2% बढ़कर $33.5 million हो गई।

कंपनी का operating income घटकर $17.7 million रह गया। MGP ने कहा कि यह गिरावट Distilling Solutions और Ingredient Solutions में अपेक्षित कमी, साथ ही एक ग्राहक के दिवालिया होने से जुड़ी credit loss के लिए अधिक प्रावधान को दर्शाती है।

कंपनी ने कहा कि उसने तिमाही के दौरान अपनी sales, marketing और supply-chain operations के कुछ हिस्सों को पुनर्गठित किया, साथ ही नए और मौजूदा growth opportunities के लिए क्षमताएँ जोड़ीं। उसने यह भी कहा कि वह cost management initiative के ज़रिए दक्षता बढ़ाने की कोशिश कर रही है।

व्हिस्की मांग के ठंडी पड़ने के बीच MGP अब अपने spirits business के कुछ हिस्सों को फिर से स्थिति में लाने की कोशिश कर रही है। कंपनी ने कहा कि वह aged whiskey pipeline को फिर से बनाने, premium white goods में और विस्तार करने और अपने private-label programs को बढ़ाने पर काम कर रही है। यह रणनीति उन सप्लायर्स के बीच चल रहे व्यापक बदलाव की ओर इशारा करती है, जिन्होंने वर्षों की मजबूत bourbon मांग से लाभ उठाया था, लेकिन अब उन्हें धीमे replenishment orders और ग्राहकों की अधिक चयनात्मक खरीद का सामना करना पड़ रहा है।

ताज़ा तिमाही कंपनी के लिए समग्र रूप से एक कठिन दौर के बाद आई है। MGP की 2025 की full-year sales 24% घटीं, जिससे साफ़ है कि मौजूदा कमजोरी इस वसंत में शुरू नहीं हुई थी, बल्कि 2026 तक जारी रही है।

दूसरी तिमाही की गिरावट के बावजूद, MGP ने फरवरी में पहली बार जारी किए गए अपने fiscal 2026 guidance की पुष्टि की। कंपनी ने कहा कि उसे अब भी उम्मीद है कि full-year sales $480 million से $500 million के बीच रहेंगी।

मंदी के दौरान कंपनी ने कर्मचारियों की भर्ती भी जारी रखी है। इस हफ़्ते की शुरुआत में MGP ने चार नई नियुक्तियों की घोषणा की, जिनमें Pernod Ricard के पूर्व executive Tom Neiheisel भी शामिल हैं, जो Distilling Solutions sales के vice president के रूप में जुड़े हैं।

Francis ने कहा कि MGP साल की दूसरी छमाही में अपने strategic roadmap पर केंद्रित रहने की योजना बना रही है, जिसमें उसकी सबसे मज़बूत growth opportunities और disciplined execution पर ज़ोर होगा, क्योंकि बाज़ार की परिस्थितियाँ कठिन बनी हुई हैं।