vinetur

कम बिक्री के बावजूद HiteJinro का तीसरी तिमाही का परिचालन लाभ 6.2% बढ़ा

दक्षिण कोरिया की सबसे बड़ी शराब निर्माता कंपनी का राजस्व 5.5% घटा ; सोजू और बीयर की मांग कमजोर रही

शनिवार, 14 नवंबर 2026



HiteJinro ने शुक्रवार, 13 नवंबर को बताया कि तीसरी तिमाही में उसका राजस्व घटने के बावजूद परिचालन लाभ बढ़ा। दक्षिण कोरिया की सबसे बड़ी शराब निर्माता कंपनी ने सोजू और बीयर, दोनों की कमजोर बिक्री की भरपाई के लिए लागत में कटौती और मार्जिन प्रबंधन को कड़ा करने पर भरोसा किया।

कंपनी ने 57.7 अरब वॉन, यानी लगभग 43.3 मिलियन डॉलर का परिचालन लाभ दर्ज किया, जो एक साल पहले की इसी तिमाही के मुकाबले 6.2% अधिक है। राजस्व 5.5% घटकर 632.4 अरब वॉन रह गया। कंपनी ने घरेलू शराब बाजार को सिकुड़ता बताया, जहां उसकी दोनों प्रमुख श्रेणियों की मांग कमजोर रही।

HiteJinro के कारोबार के सबसे बड़े हिस्से सोजू की तिमाही बिक्री 367.5 अरब वॉन रही, जो एक साल पहले से 3.5% कम

है। इस गिरावट के बावजूद, सोजू खंड का परिचालन लाभ 7% बढ़कर 45 अरब वॉन हो गया। बीयर की बिक्री में अधिक तेज गिरावट आई और यह 9.7% घटकर 204.4 अरब वॉन रही, जबकि इस खंड का परिचालन लाभ 8.4% बढ़कर 11.7 अरब वॉन हो गया।

यह सुधार एक साल पहले की इसी तिमाही के उलट था, जब कंपनी का परिचालन लाभ 22.5% गिरा था। HiteJinro का परिचालन मार्जिन 8.1% से बढ़कर लगभग 9.1% हो गया। इससे पता चलता है कि कमजोर राजस्व के बावजूद कंपनी बिक्री की हर इकाई से अधिक लाभ बरकरार रखने में सफल रही।

HiteJinro ने कहा कि यह नतीजा लाभ को प्राथमिकता देने की रणनीति और लागत में लगातार कटौती को दर्शाता है। आंकड़े बताते हैं कि घरेलू स्तर पर उपभोक्ता मांग दबाव में रहने के बीच कंपनी अपनी कमाई की रक्षा करने की कोशिश कर रही है। इसका महत्व कंपनी की एक तिमाही की रिपोर्ट से आगे भी है, क्योंकि दक्षिण कोरिया का पेय बाजार सोजू, बीयर और अन्य शराब उत्पादकों के लिए एक अहम संकेतक है। ये उत्पादक धीमी बिक्री का सामना कर रहे हैं और बिक्री की मात्रा बढ़ाने के बजाय दक्षता के जरिए मार्जिन बचाने की कोशिश में हैं।

नतीजे देश के पेय कारोबार की असमान परिस्थितियों को भी दिखाते हैं। सोजू और बीयर, दोनों की बिक्री में गिरावट बताती है कि व्यापक वितरण वाले स्थापित ब्रांडों के लिए भी मांग पूरी तरह से नहीं लौटी है। वहीं, दोनों खंडों में लाभ बढ़ना इस ओर इशारा करता है कि खर्च पर अधिक नियंत्रण, उत्पाद मिश्रण का प्रबंधन या अन्य आंतरिक उपाय कमजोर खपत के असर को कम कर सकते हैं।

HiteJinro ने कहा कि Terra Sparkling समेत नए उत्पादों से उसे बाजार में अपना नेतृत्व बनाए रखने में मदद मिलनी चाहिए। इससे संकेत मिलता है कि कंपनी लाभप्रदता पर कड़ी नजर रखते हुए विकास के नए स्रोत तलाश रही है। प्रतिस्पर्धा तेज होने और घरेलू बाजार में सहज विस्तार की गुंजाइश घटने के साथ शराब निर्माताओं के लिए यह संतुलन अधिक महत्वपूर्ण होता जा रहा है।