

Where business feels at home!

भारत का गृह और जीवनशैली बाज़ार पैमाने, विस्तार और तेज़ होती मांग के साथ बढ़ रहा है

भारत के गृह सज्जा बाज़ार (होम डेकोर मार्केट) की कुल कीमत 2025 में 26.88 बिलियन अमेरिकी डॉलर आंकी गई थी और अब यह एक महत्वपूर्ण नए दौर में प्रवेश कर रहा है और 2034 तक इसके 42.36 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है। जहाँ इसका व्यापक पैमाना इसकी मुख्य शक्तियों में से एक बना हुआ है, वहीं 2026 की अधिक दिलचस्प कहानी मांग की गुणवत्ता और उसके वितरण के बारे में है।

विश्व आर्थिक मंच (वर्ल्ड इकोनॉमिक फोरम) के फरवरी 2026 के डेटा के अनुसार, भारत की उपभोक्ता वृद्धि का 93% हिस्सा बड़े महानगरों (मेट्रो) के बाहर, लगभग 500 उभरते उपभोक्ता शहरों से है। अब इस बाज़ार की दशा और दिशा सिर्फ महानगरों की खपत से ही तय नहीं होती है; सबसे महत्वपूर्ण संरचनात्मक बदलाव तो टियर 2 और टियर 3 बाज़ारों का बढ़ता महत्व है। ये बाज़ार अब सिर्फ बाहरी तौर पर ही नहीं उभर रहे हैं; बल्कि अब वे इस बात का केंद्र बनते जा रहे हैं कि वितरण, उत्पादों के वर्गीकरण और विस्तार के बारे में उद्योग की सोच क्या है। क्षेत्रीय रीटेल मज़बूत हो रहा है। तेज़ी से, यह वृद्धि एक बड़े भौगोलिक विस्तार, श्रेणी के बारे में ज़्यादा जागरूकता, रीटेल तक बेहतर पहुँच और पूरे भारत में ज़्यादा बेहतर खरीदारी के व्यवहार से प्रेरित हो रही है। उपभोक्ता अब ज़्यादा जागरूक हैं, उन्हें ज़्यादा जानकारी है और वे इस बात में सोच-समझकर निवेश करने को ज़्यादा तैयार हैं कि वे कैसे रहते हैं, सजावट करते हैं, उपहार देते हैं, अतिथियों का स्वागत करते हैं और आराम करते हैं। घर को अब सिर्फ उपयोगिता की जगह के रूप में ही नहीं, बल्कि पहचान, आराम और जीवनशैली की

अभिव्यक्ति के रूप में भी देखा जा रहा है। कीमत-मूल्य का महत्व अभी भी महत्वपूर्ण है, लेकिन डिज़ाइन, उपयोगिता और गुणवत्ता के प्रति धारणा का प्रभाव बढ़ रहा है।

घर से जुड़ी सभी चीज़ों पर खर्च लगातार बढ़ रहा है। प्रीमियम उत्पादों का चलन अब रोज़मर्रा की चीज़ों में भी बढ़ रहा है। सजावट (डेकोर), फ़र्नीचर और हाउसवेयर में बदलाव करने की अवधि अब घटती जा रही है। डिजिटल खोज लोगों की पसंद को प्रभावित कर रही है और विभिन्न श्रेणियों की पहचान को तेज़ी से बढ़ा रही है। हॉस्पिटैलिटी, संस्थागत और रियल एस्टेट की मांग, बड़े बाज़ार की गति को लगातार समर्थन दे रही है। त्योहारों के समय होने वाली खरीदारी, व्यापारिक गतिविधियों की सबसे बड़ी ताकत बनी हुई है।

एचजीएच इंडिया, इन सभी पहलुओं को कवर करते हुए, आज भी विशिष्ट रूप से प्रासंगिक बना हुआ है। यह शो न केवल इस उद्योग के विशाल पैमाने को दर्शाता है, बल्कि इसकी विविधता को भी दर्शाता है। यह उन सभी श्रेणियों को एक साथ लाता है जो आज के समय में तेज़ी से "गृह और जीवनशैली" की दुनिया को परिभाषित करती हैं — ठीक वैसे ही जैसे भारत में असल में इनकी खरीद-बिक्री होती है। इनमें शामिल हैं: होम टेक्सटाइल्स, सजावटी सामान, बेड और बाथ उत्पाद, गद्दे, तकिए और 'सोने के लिए आवश्यक सामान' ('वर्ल्ड ऑफ स्लीप' से जुड़े उत्पाद) की बढ़ती मांग; होम डेकोर, सजावटी सामान और उपहारों से लेकर घर के फ़र्नीचर तक; और किचनवेयर, रसोई उपकरण से लेकर टेबलवेयर, स्टोरेज, प्लास्टिक और सामान्य हाउसवेयर तक।

श्रेणियों की यह गहराई (श्रेणी के भीतर उप-श्रेणियाँ) इसलिए

मायने रखती है, क्योंकि आज के खरीदार अब केवल उत्पादों की स्रोत खोजने (सोर्सिंग) तक ही सीमित नहीं हैं। वे अब व्यापक जीवनशैली उदाहरण प्रस्तुत रहे हैं, विभिन्न श्रेणियों के बीच बेहतर तालमेल बिठा रहे हैं, और अधिक संपूर्ण व्यापारिक (मर्चेन्डाइजिंग) समाधानों की तलाश में हैं ■



फैब्रेक्स
बाय
एक्सेल



होम टच

HGH INDIA®
HOME DECOR ■ GIFTS ■ HOUSEWARE

बीते कुछ वर्षों में...

लगभग दो दशकों से, एचजीएच इंडिया, जो कि होम टेक्सटाइल्स, होम डेकोर, होम फर्नीचर, हाउसवेयर और उपहारों के लिए भारत की सबसे बड़ी व्यापार प्रदर्शनी है, भारत के गृह और जीवनशैली उद्योग के लिए एक ऐसे मंच के रूप में काम कर रही है, जहाँ नए रुझान उभरते हैं और विभिन्न श्रेणियों का विकास होता है। एचजीएच इंडिया अब एक ऐसे मंच के रूप में विकसित हो चुका है, जहाँ कारोबारी न केवल उत्पादों की खरीद करने (सोर्सिंग) के लिए आते हैं, बल्कि डिज़ाइन और उत्पादों से जुड़े नए रुझानों को जानने, बाज़ार की चाल को समझने, हो रहे बदलावों को समझने, और नए व्यावसायिक अवसरों व साझेदारी की तलाश में भी आते हैं। यह मंच, यहाँ आने वाले आगंतुकों और प्रदर्शकों को भविष्य की साझेदारी और अवसरों के लिए तैयार होने में मदद करता है। साल-दर-साल, यह व्यापार प्रदर्शनी देश भर के रीटेल विक्रेताओं, ब्रांड्स, वितरकों, निर्यातकों, डिज़ाइनर्स और संस्थागत खरीदारों की बदलती प्राथमिकताओं को दर्शाती रही है।

एचजीएच इंडिया न्यूज़, व्यापार जगत के साथ एक निरंतर चलने वाला संवाद है—उन श्रेणियों, रुझानों और गतिविधियों के बारे में, जो यह तय करेंगी कि शो फ्लोर पर क्या होगा, और ट्रेड शो के चार दिनों से आगे बढ़कर इसकी भूमिका का विस्तार करेंगी। अपने 19वें संस्करण के लिए, एचजीएच इंडिया न्यूज़लेटर, बाज़ार के संकेतों, श्रेणी की गहरी पहुँच, व्यापार के अवसरों, उभरते बदलावों, प्रदर्शकों की दृश्यता (विज़िबिलिटी) और भविष्य की सोच रखने वाले उन विचारों को एक साथ लाएगा, जो इस उद्योग के लिए महत्वपूर्ण हैं।

इस पहले संस्करण की शुरुआत एक सरल लेकिन शक्तिशाली विचार के साथ होती है: कि गृह और जीवनशैली व्यापार के भविष्य को तीन परस्पर जुड़े दृष्टिकोणों के माध्यम से समझा जा सकता है — समकालीन, भविष्योन्मुखी और दीर्घकालिक। ये तीनों मिलकर एक व्यावहारिक ढाँचा पेश करते हैं कि आने वाले वर्षों में उत्पादों को कैसे डिज़ाइन किया जा रहा है, मार्केट में पेश किया जा रहा है, स्रोत की खोज (सोर्सिंग) की जा रही है और कैसे उसे खरीदा जा रहा है।

जैसे-जैसे हम एचजीएच इंडिया के 19वें संस्करण की प्रतीक्षा कर रहे हैं, जो 30 जून से 3 जुलाई, 2026 तक मुंबई के बॉम्बे एग्ज़िबिशन सेंटर में होने वाला है, हमारा मानना है कि व्यापार प्रदर्शनी की भूमिका भी विकसित हो रही है। अब केवल एक छत के नीचे उत्पादों को इकट्ठा करना ही काफी नहीं है। वास्तव में एक प्रासंगिक व्यापार मंच को बाज़ार संबंधी जानकारी (मार्केट इंटेलिजेंस) भी तैयार करनी चाहिए, श्रेणी से जुड़ी चर्चा को बढ़ावा देना चाहिए, निर्णय लेने के लिए सही संदर्भ तैयार करना चाहिए और इंडस्ट्री को यह अनुमान लगाने में मदद करनी चाहिए कि आगे क्या होने वाला है।

मुझे उम्मीद है कि ये जानकारी आपको बाज़ार में हो रहे मौजूदा बदलावों को समझने में मदद करेगी। हम अपनी न्यूज़लेटर सीरीज़ में इन श्रेणियों और इन विषयों पर और भी गहराई से चर्चा करेंगे; तब तक हमारे साथ बने रहें। जल्द ही शो फ्लोर पर आपसे मुलाकात होगी!"

- टीम एचजीएच इंडिया

समकालीन ■ भविष्योन्मुखी ■ दीर्घकालिक।

2026 में गृह और जीवनशैली व्यापार समझने के लिए एक उपयोगी ढाँचा। भारतीय घरेलू बाज़ार अब और भी अधिक विस्तृत और परिष्कृत होता जा रहा है। जो व्यापार कभी काफी हद तक बिखरा हुआ और केवल उपयोगिता आधारित होता था, वह अब तेजी से डिज़ाइन, जीवनशैली की आकांक्षाओं, स्वास्थ्य-कल्याण (वैलनैस), नवाचार और सामग्री के प्रति जागरूकता से प्रभावित हो रहा है। खरीदार केवल यह नहीं देख रहे कि क्या बिकेगा; वे यह भी देख रहे हैं कि क्या प्रासंगिक, विशिष्ट और भविष्य के लिए तैयार लगता है।

एचजीएच इंडिया में, हम इसे एक व्यावहारिक दृष्टिकोण से देखते हैं जो सभी श्रेणियों में तेजी से महत्वपूर्ण होता जा रहा है: समकालीन, भविष्योन्मुखी और दीर्घकालिक।

समकालीन उन उत्पादों और संग्रहों को दर्शाता है जो आज के उपभोक्ता की सोच को दर्शाते हैं — सुलझे हुए डिज़ाइन, बेहतर फ़िनिश, जीवनशैली से गहरा जुड़ाव और रोज़मर्रा की ज़िंदगी का एक ज़्यादा उन्नत एहसास। होम टेक्सटाइल्स में, यह लेयर्ड बेडिंग, टोनल रंगों और एक-दूसरे से मेल खाती कमरों की सजावट के रूप में दिखता है। होम डेकोर में, बदलाव ऐसी एक्सेसरीज़ (सहायक सामान) की ओर होता है जो बिना किसी दिखावे के घर को एक अलग पहचान देती हैं — सोच-समझकर चुने गए सजावटी सामान, संतुलित स्टाइलिंग और ऐसी कलाकृतियाँ जो बदलते इंटीरियर के मूड के साथ मेल खाती हैं। फ़र्नीचर के क्षेत्र में, यह छोटा और सुव्यवस्थित (कॉम्पैक्ट), शहरी और बहुआयामी स्वरूपों में दिखाई देता है। कुकवेयर में, यह 'कुक एंड सर्व' विकल्पों और इंडक्शन पर इस्तेमाल होने वाले किचन के सामान में देखा जा सकता है। असल में, यह वह जगह है जहाँ होम और लाइफस्टाइल बाज़ार की वर्तमान स्थिति, सबसे स्पष्ट रूप से परिभाषित होती है।

भविष्योन्मुखी का प्रभाव उन श्रेणियों में तेजी से दिखाई दे रहा है जहाँ उत्पादों को इस आधार पर फिर से तैयार किया जा रहा है कि आने वाले वर्षों में लोग कैसे रहेंगे, चीज़ों का इस्तेमाल करेंगे और खरीदारी करेंगे। तकनीक, सुविधा, स्वास्थ्य-कल्याण (वैलनैस) और मॉड्यूलर बनावट, उत्पादों की अगली लहर को आकार दे रहे हैं। होम टेक्सटाइल्स में यह बेहतर सुरक्षा, बेहतरीन प्रदर्शन वाले फैब्रिक्स, रखरखाव में आसान सामग्री और स्वास्थ्य-कल्याण (वैलनैस) को बढ़ावा देने वाली बेडिंग के रूप में उभर रहा है। फ़र्नीचर के क्षेत्र में, यह फोल्डेबल, अनुकूलनीय (एडजस्ट होने वाले) और जगह बचाने वाले समाधानों के रूप में दिखता है, जिन्हें युवा भारतीयों की बदलती जीवनशैली के हिसाब से डिज़ाइन किया गया है। किचन और हाउसवेयर में, यह स्मार्ट उपकरण और ऊर्जा बचाने वाले सुविधाजनक समाधानों के रूप में देखा जाता है। न केवल महानगरों में, बल्कि पुणे, अहमदाबाद और कोयंबटूर जैसे शहरों में भी उन खरीदारों की वास्तविक मांग है, जिनके लिए स्मार्ट कार्यक्षमता किसी प्रीमियम सुविधा के बजाय उत्पाद की एक अपेक्षित विशेषता है।



पानो

स्थिरता (दीर्घकालिकता) इस व्यापार में एक सबसे महत्वपूर्ण दीर्घकालिक मानक बनती जा रही है। अब यह केवल किसी खास वर्ग या प्रीमियम लोगों तक ही सीमित चर्चा नहीं रह गई है। खरीददार और ब्रांड्स, अब सामग्री की प्रामाणिकता, टिकाऊपन, रीसाइक्लिंग, कचरा कम करने, ज़िम्मेदार स्रोत खोज (सोर्सिंग) और उत्पाद की दीर्घकालिकता पर पहले से अधिक ध्यान दे रहे हैं। चाहे वह कुकवेयर में सुरक्षित कोटिंग हो, टेक्सटाइल में प्राकृतिक या रीसायकल किए गए फाइबर हों, फ़र्नीचर में ज़िम्मेदार स्रोतों से ली गई सामग्री हो, या सोने के लिए विभिन्न उत्पादों में अधिक हवादार और टिकाऊ विकल्प हों, टिकाऊपन अब व्यापार की रणनीति और उपभोक्ता की धारणा, दोनों को प्रभावित करने लगा है।

कुल मिलाकर, ये तीनों दृष्टिकोण किसी रुझान के पैटर्न से कहीं बढ़कर हैं। ये इस बात को समझने का एक व्यावहारिक तरीका बताते हैं कि गृह और जीवनशैली बाज़ार में व्यावसायिक रूप से क्या चीज़ें प्रासंगिक होती जा रही हैं — और सफल ब्रांडों की अगली पीढ़ी को किन चीज़ों को पूरा करने की आवश्यकता होगी ■



सैनिक

क्या अपेक्षा करें?

बॉम्बे एक्जीबिशन सेंटर, मुंबई में आयोजित एचजीएच इंडिया का 19वां संस्करण, एक बार फिर गृह और जीवनशैली व्यापार के एक मज़बूत और अत्यंत प्रासंगिक वर्ग को एक मंच पर लाएगा।

इस ट्रेड शो में दुनिया भर के 30 से अधिक देशों के ब्रांड और निर्माता शामिल होंगे। साथ ही, यह भारत के 750 से अधिक शहरों और कस्बों से रिटेल विक्रेताओं, थोक विक्रेताओं, वितरकों, आयातकों, संस्थागत खरीदारों, वास्तुकारों और इंटीरियर डिज़ाइनरों को आकर्षित करना जारी रखेगी, जिनमें गैर-महानगरीय बाज़ारों से आने वाले पेशेवरों की बढ़ती संख्या भी शामिल है। 30 देशों से अंतर्राष्ट्रीय आगंतुकों के भी आने की उम्मीद है। प्रदर्शकों के लिए, एचजीएच इंडिया, गंभीर व्यापारिक पेशेवर से जुड़ने का एक सबसे असरदार और लक्षित अवसर बना हुआ है। खरीदारों के लिए, यह एक ऐसा मंच बना हुआ है जहाँ पहले से स्थापित सोर्सिंग संबंधों और नए व्यापार के अवसरों, दोनों को एक ही वातावरण में विकसित किया जा सकता है।

इस साल के संस्करण में भारतीय निर्माता, ब्रांड्स, आयातक, निर्यातक, स्रोत खोज (सोर्सिंग) विशेषज्ञ और उभरते उत्पाद निर्माताओं का एक व्यापक और बेहतर मिश्रण देखने को मिलेगा। यहाँ बाज़ार की बढ़ती परिपक्वता भी निरंतर देखने को मिलेगी, जहाँ व्यापार को परिमाण, पैमाना, डिज़ाइन, नवाचार, गुणवत्ता और उपभोक्ता की उम्मीदों के बीच एक अच्छे संतुलन के माध्यम परिभाषित किया जाता है। 2026 का संस्करण चार विशाल कक्षों में फैला होगा, जिसमें होम टेक्सटाइल्स, डेकोरेटिव फ़र्निचिंग्स, बेड और बाथ, टेबल और किचन लिनेन, रस और कारपेट्स, टेक्निकल टेक्सटाइल्स का मज़बूत प्रतिनिधित्व होगा (हॉल 6); होम डेकॉर, जिसमें टेबल टॉप्स, वॉल डेकॉर, फ़्लोर डेकॉर, हैंडीक्राफ़्ट्स, होम फ़्रेगरेंस, कृत्रिम फूल, सजावटी लाइट्स, उपहार और साथ में बहुत कुछ शामिल हैं (हॉल 2); होम फ़र्नीचर (हॉल 3); और हाउसवेयर और उपहार (हॉल 4)

आगंतुक एच-सर्कल उत्पाद नवाचार पुरस्कार (प्रोडक्ट इनोवेशन अवार्ड्स) की निरंतर प्रगति की भी उम्मीद कर सकते हैं, जो अब अपने पाँचवें संस्करण में है, और जो भारतीय बाज़ार के लिए उत्पादों की नवीनता और प्रासंगिकता का एक मूल्यवान मानक बन गया है। इसके साथ ही, एचजीएच इंडिया एक बार फिर अपने संगोष्ठी (सेमिनार), प्रस्तुतियाँ और पैनल चर्चाओं की मेजबानी करेगा, जिससे उद्योग के प्रासंगिक और भविष्य से जुड़े विषयों पर व्यापारिक बातचीत का एक और बेहतर स्तर तैयार होगा, जिससे प्रदर्शकों और आगंतुकों, दोनों को और ज़्यादा लाभ मिलेगा ■



सपना कारपेट-मैट्स



पैसिफिक कॉटन्स



एसेन



गिफ्टी होम फैशन



ऑरेंज एंड मस्टर्ड



अंतर्राष्ट्रीय प्रदर्शक भारत पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं

19वें एचजीएच इंडिया का एक और महत्वपूर्ण पहलू अंतर्राष्ट्रीय भागीदारी की लगातार बढ़ती मज़बूती है।

जैसे-जैसे भारत का गृह और जीवनशैली बाज़ार परिपक्वता और आधुनिकता के मामले में विकसित होता जा रहा है, यह न केवल उत्पादों के लिए एक गंतव्य के रूप में, बल्कि क्षेत्रीय और वैश्विक महत्व वाले एक गंभीर व्यापारिक बाज़ार के तौर पर भी तेज़ी से महत्वपूर्ण होता जा रहा है। अंतर्राष्ट्रीय उत्पादों और ब्रांड्स का, चाहे सीधे तौर पर या भारतीय चैनल पार्टनर्स के माध्यम से प्रतिनिधित्व किया जा रहा हो, आपूर्ति व्यवस्था (सोर्सिंग इकोसिस्टम) का लगातार विस्तार कर रहे हैं; साथ ही, वे व्यापक वैश्विक बदलावों को ध्यान में रखते हुए, भारतीय खरीदारों की सामग्री, फ़िनिश, डिज़ाइन शैली और श्रेणी की दिशा को बेहतर बनाने में भी मदद कर रहे हैं।

इसके साथ ही, एचजीएच इंडिया उन विदेशी ब्रांड्स के लिए एक उपयोगी संपर्क केंद्र बन गया है जो भारत में वितरण करना चाहते हैं, उन भारतीय आयातकों के लिए जो आपूर्ति के नए मौके ढूँढ रहे हैं, उन रीटेल विक्रेताओं के लिए जो अंतर्राष्ट्रीय श्रेणियों की रेंज देख रहे हैं, और उन निर्यातकों के लिए जो भारतीय बाज़ार के बदलते स्वरूप को देख रहे हैं। इस लिहाज़ से, इस मंच का महत्व अब सिर्फ़ राष्ट्रीय स्तर पर ही नहीं रह गया है। यह तेज़ी से एक ऐसी जगह बनता जा रहा है जहाँ अंतर्राष्ट्रीय व्यापारिक संबंध, भारत की मांग और वैश्विक आपूर्ति का सार्थक संगम होता है।

विज़िटर्स को अलग-अलग गृह श्रेणी (होम कैटेगरी) में इटली, जर्मनी, बेल्जियम, अमेरिका, ब्रिटेन, यूक्रेन, तुर्की, चीन, सिंगापुर, चिली और कई दूसरे देशों के कई उत्पादों के विकल्प मिल सकते हैं। इसके अलावा, कई जाने-माने भारतीय निर्यातक जो वर्षों से विश्व स्तरीय उत्पादों का निर्माण कर रहे हैं, वे भारतीय घरेलू बाज़ार में विशाल और बढ़ते हुए अवसरों को भांपते हुए, एचजीएच इंडिया के इस संस्करण में पहली बार शामिल होंगे।



क्रिप



स्लोव्यांस्की शपालेरी

आगे बढ़ते हुए...

एचजीएच इंडिया एक ऐसा स्थान बना रहेगा जहाँ नए उत्पादों की तलाश की जाती है और व्यवसाय का लेनदेन होता है। हम इस मंच को और मज़बूत बनाते रहेंगे, जहाँ व्यापार जगत के लोग विचार-विमर्श कर सकें, चीज़ों को समझ सकें और भविष्य का अनुमान लगा सकें। एचजीएच इंडिया 2026 भारत के घरेलू व्यापार के पूरे दायरे को दर्शाता है, और यह न्यूज़लेटर अपने अलग-अलग संस्करणों में यह बात दिखाता रहेगा कि ये श्रेणियां एक-दूसरे से अलग होकर काम नहीं करतीं। जो रीटेल विक्रेता कुकवेयर मंगवाता है, वह होम लिनेन भी मंगवाता है। जो वास्तुकार किसी परियोजना के लिए निर्माण सामग्री तय करता है, वह फ़र्नीचर, डेकॉर और सॉफ़्ट फ़र्निशिंग भी ढूँढ रहा होता है। जो वितरक किसी नए शहर में अपना कारोबार बढ़ा रहा होता है, वह पूरे घर के बारे में सोचता है, न कि सिर्फ़ किसी एक शेल्वर के बारे में।

आने वाले हफ़्तों में हम एचजीएच इंडिया के 19वें संस्करण की तैयारी करते हुए, अलग-अलग श्रेणियों पर खास रोशनी डालेंगे, प्रदर्शकों का परिचय करवाएंगे, बाज़ार के रुझानों पर बात करेंगे और भविष्य की सोच वाले विषयों पर चर्चा करेंगे।



पाशाबाषे



ट्रामोंटिना

आगंतुक पंजीकरण

हम आपको हमारे साथ जुड़े रहने, अपने विचार और सुझाव साझा करने, और सबसे महत्वपूर्ण रूप से, यह तारीख याद रखने के लिए आमंत्रित करते हैं:

19वां एचजीएच इंडिया

30 जून - 3 जुलाई, 2026

बॉम्बे एक्जीबिशन सेंटर, मुंबई

व्यापारिक आगंतुकों को प्राथमिकता अपडेट, प्रदर्शकों के प्रीव्यू और प्रदर्शनी की जानकारी के लिए जल्दी पूर्व-पंजीकरण के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।



निःशुल्क पंजीकरण के लिए ऊपर दिए गए क्यूआर कोड को स्कैन करें और 20 जून, 2026 से पहले ₹1000/- पंजीकरण शुल्क बचाएं।

नवीनतम अपडेट और पंजीकरण के लिए:

www.hghindia.com