

ข่าวประชาสัมพันธ์

11 พ.ค. 2561

BEAUTY โชว์งบ Q1/61 ทำนิวไฮกวาดรายได้ 904.94 ล้านบาท โต 31.62% กำไรสุทธิ 282.41 ล้านบาท โต 41.45% เผยยอดขายเติบโตทุกช่องทาง มั่นใจไตรมาส 2 ธุรกิจต่อเนื่อง เปิดฉากรุกหนัก Cross-Border E-commerce เจาะตลาดออนไลน์จีน ขยายผ่านเว็บไซต์ แพลตฟอร์มชื่อดัง TMALL - KAOLA VIP และ YUNJI ตั้งเป้ายอดขาย 300 ล้านบาทต่อปี คาดรับรู้รายได้ในปีนี้ เดินหน้าขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศ กระจายสินค้าเพิ่มในคิงส์พาวเวอร์

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (BEAUTY) ผู้ดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว เปิดเผยถึงผลประกอบการไตรมาส 1 ปี 2561 ว่า บริษัทมีผลประกอบการที่โดดเด่นและยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีรายได้ 904.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้รวม 687.53 ล้านบาท จำนวน 217.41 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 37.62% และมีกำไรสุทธิ 282.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 199.65 ล้านบาท จำนวน 82.76 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 41.45% และมีอัตราการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมที่มีอยู่ (Same Store Sale Growth) เป็นบวกถึง 18.43%

โดยผลประกอบการปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทุกแบรนด์ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างมาก ประกอบกับบริษัทได้มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศครบทุกช่องทาง พร้อมทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้ครอบคลุมต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า จึงส่งผลให้ยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้น

สำหรับแนวโน้มธุรกิจไนไตรมาส 2 บริษัทได้มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบใหม่ Cross-border e-commerce หรือการซื้อขายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ขณะนี้ได้เซ็นสัญญากับตัวแทนจำหน่าย จำนวน 2 ราย เพื่อดำเนินการจำหน่ายในอีคอมเมิร์ซ 4 แพลตฟอร์ม ประกอบด้วย TMALL KAOLA VIP และ YUNJI เรียบร้อยแล้วและคาดว่าจะนำสินค้าเข้าจำหน่ายทั้ง 4 แพลตฟอร์มในช่วงไตรมาสสอง ซึ่งบริษัทตั้งเป้าหมายยอดขายสำหรับ 4 แพลตฟอร์มนี้ไว้ที่ 300 ล้านบาท/ปี เริ่มทยอยรับรู้รายได้ในปี

ทั้งนี้ Cross-Border E-Commerce ถือเป็นโอกาสใหม่สำหรับการค้าออนไลน์ในจีน ที่รัฐบาลจีนมีมาตรการสนับสนุนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มเครื่องสำอาง และมีการเปิดคลังสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Warehouse) หรือพื้นที่จัดเก็บสินค้าใน 13 เมืองใหญ่ (ข้อมูล ณ ปี 2016) เช่น เมืองต้าเหลียน, เหอเฟย, เจิงตู, ชิงเต่า และซูโจว เพื่อให้ผู้ค้าออนไลน์นำสินค้ามาพักไว้แบบไม่ต้องเสียภาษี เมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าแล้วต้องนำสินค้าออกจากคลังจึงเสียภาษีในอัตราพิเศษ

นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายขยายตลาดเชิงรุกในต่างประเทศมากขึ้น โดยเน้นการสร้าง “Shop License “ และ Product Distributor “ ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มประเทศ AEC โดยรูปแบบการขยายตลาดมีทั้งรูปแบบตัวแทนจำหน่ายและกระจายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย ทั้งรูปแบบ Offline Retailer และ Online Retailer ที่ได้รับความนิยมในแต่ละประเทศ โดยมีเป้าหมายใช้ผลิตภัณฑ์เจาะตลาดตะวันออกกลางและขยายตลาดเพิ่มใน ฮองกง ได้วัน สำหรับเป้าหมายในอนาคตจะเป็นกลุ่มประเทศขนาดใหญ่ คือ ประเทศอินเดียและรัสเซีย โดยในไตรมาสที่ 2 มีแผนออกงานแสดงสินค้า 3 ประเทศ คืองาน Beautyworld Middle East 2018 ประเทศคูเวต ,งาน China Beauty Expo 2018 เชียงไฮ้ ประเทศจีน และงาน Beauty & Spa Expo India 2018 ที่ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย และตั้งแต่ต้นปีมีออกงานแสดงสินค้าไปแล้ว 2 งาน คือ Top Thai Brands 2018 ประเทศกัมพูชา และ งาน ASEANbeauty 2018 ที่ไบเทค บางนา

ส่วนตลาดในประเทศมีแผนขยายสาขา BEAUTY BUFFET 22 สาขา BEAUTY COTTAGE 12 สาขา จากปัจจุบันมีจำนวนสาขาในประเทศรวม 348 สาขา ขณะที่ช่องทางจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรด มีสินค้าวางจำหน่ายผ่าน KING POWER และมีแผนเพิ่มสินค้าที่เป็น Special Box Set เข้าวางจำหน่ายในเดือน มิ.ย. 2561 ปัจจุบันมีสินค้าวางจำหน่ายผ่านร้าน KING POWER จำนวน 8 สาขา 22 จุดจำหน่าย จำนวน 42 SKUs

“แนวโน้มธุรกิจในช่วงไตรมาส 2 น่าจะคึกคักและยังคงเติบโตต่อเนื่อง เนื่องจากบริษัทมีกลยุทธ์ขยายช่องทางการจำหน่ายทุกรูปแบบ ทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ การออกโปรโมชั่นต่างๆ จัดกิจกรรมกับลูกค้าสมาชิก เพื่อกระตุ้นยอดขาย ทั้งนี้มั่นใจว่ารายได้รวมปี 2561 จะเติบโตตามเป้าหมายที่วางไว้ ไม่ต่ำกว่า 4,290 ล้านบาท หรือเติบโตไม่ต่ำกว่า 20% และรักษาอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ระดับไม่ต่ำกว่า 20%” นายแพทย์สุวิน กล่าว

#####