

ทับทูน

Thun Hoon
Circulation: 100,000
Ad Rate: 750

Section: First Section/กระดานเขียน

วันที่: จันทร์ 6 มกราคม 2563

ปีที่: 16

ฉบับที่: 3903

หน้า: 16(บน)

Col.Inch: 33.33 Ad Value: 24,997.50

PRValue (x3): 74,992.50

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: กระซิบหน้าจอ



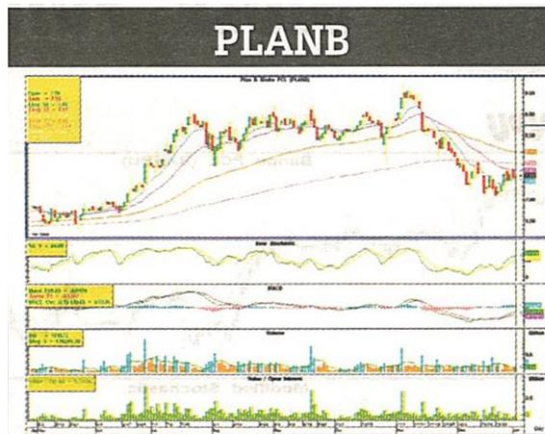
SET Index วันศุกร์ที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2563 ดัชนีเปิดทำการที่ 1,594.97 จุด ปรับตัวลดลง 0.85 จุด โดยมีมูลค่าการซื้อขาย 61,278.34 ล้านบาท และราคาน้ำมันดิบ NYMEX ส่งมอบเดือนกุมภาพันธ์ ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.12 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล มาอยู่ที่ 61.18 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล และตลาด Dow Jones ปิดทำการ 28,868.80 จุด ปรับตัวเพิ่มขึ้น 330.36 จุด ส่วนตลาดหุ้นไทยได้เปิดทำการที่ 1,596.95 จุด +1.13 จุด

TACC ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มจากประมาณการผลประกอบการใน 4Q/62 คาดรายได้ที่ 397 ล้านบาท (+8% QoQ, +7% YoY) จากผลของฤดูกาล รายได้เครื่องดื่มเมนูใหม่หมุนยอดขาย และรายได้จากการจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนสูงกว่าปีก่อน นอกจากนี้เริ่มมีรายได้นอกกลุ่ม CPALL มากขึ้น แต่ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นจึงยังไม่มีความสำคัญใน 4Q/62 อัตรากำไรขั้นต้นคาดการณ์จาก 3Q/62 ที่ 31.2% เพิ่มขึ้นจาก 29.0% ใน 4Q/61 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายใกล้เคียง 3Q/62 ที่ 17% ไม่มีส่วนแบ่งขาดทุนจากบริษัทร่วมเหมือน 4Q/61 เพราะขายเงินลงทุนไปแล้วตั้งแต่ 2Q/62 คาดกำไรสุทธิ 4Q/62 ที่ 44 ลบ. (+7% QoQ, +369% YoY) เนื่องจาก 4Q/61 มีตั้งสำรองหนี้สูญจากธุรกิจใหม่กัมพูชา หากพิจารณาแล้วเติบโตแล้วเติบโต 35% YoY และเป็นกำไรที่หาระดับสูงสุดใหม่ และคาดการณ์ปี 2563 ที่ 1,948 ล้านบาท (+20.5% YoY) จากรายได้จากการขายลิขสิทธิ์การ์ตูนยังเติบโต



ต่อเนื่องจากปี 2562 ที่คาดการณ์รายได้ราว 50 ล้านบาท เติบโตมากกว่าเท่าตัว YoY คาดเติบโต 50% YoY เป็น 75 ล้านบาท ด้านธุรกิจ B2B กับกลุ่ม CPALL ที่ยังเติบโตตามผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอย่างต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์เดิมอย่างชาสมุนไพรที่เพิ่งออกสู่ตลาดในเดือน ก.ย. 2562 ด้านเครื่องดื่มในโลกของ Hershey's มีจำนวนช่องทางจำหน่ายที่มากขึ้น และมีเครื่องดื่มแบรนด์ใหม่จากต่างประเทศมาเพิ่มเติมอีกในปี 2563 และการนำสินค้าเครื่องดื่มชาสมุนไพรที่ได้รับความนิยมในไทยไปจำหน่ายในพันธมิตรในประเทศจีน คำแนะนำ "ซื้อ" แนวรับ 4.28 บาท แนวต้าน 5.60 บาท

PLANB ประกอบธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียน จากประมาณการผลประกอบการใน 4Q/62 คาดจะมีกำไรทำสถิติใหม่สูงสุด จากอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 78% จาก 3Q/62 อยู่ที่ 75% จากการรับรู้รายได้จากการขยายสื่อใหม่ที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น และการรับรู้รายได้ป้ายรายงานสภาพจราจร เฟส 2 ที่เริ่มในเดือน ต.ค. รวมถึงการร่วมกับ VGI ขายสื่อโฆษณา



ร่วมกัน ด้านภาพรวมการใช้จ่ายสื่อโฆษณาโดยรวมในช่วง 11 เดือนมีมูลค่า 9.6 หมื่นล้านบาท ไม่เติบโตเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ยังซบเซา โดยสื่อโฆษณาที่ลดลงยังเป็นสื่อดั้งเดิมประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร สื่อทีวี ดาวเทียม ในขณะที่สื่อดิจิทัลที่วิคองที่ ส่วนทางกับสื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อภาพยนตร์ที่เพิ่มขึ้น สื่อโฆษณานอกบ้านเพิ่มขึ้น +4% YoY มีสัดส่วนเพียง 14% ของสื่อโฆษณาโดยรวม เรามองยังมีโอกาสการเติบโตของสื่อกลุ่มโฆษณานอกบ้านได้อีกมากรวมถึง PLANB จากการพัฒนาปรับปรุงเพิ่มพันธมิตรครอบคลุมสื่อออกบ้านหลากหลายมากขึ้น จากโอกาสการเติบโตจากการขยายสื่อใหม่ต่อเนื่องและร่วมเป็นพันธมิตรกับ VGI, MACO ทำให้ทั้งกลุ่มรวมกันเป็นผู้นำสื่อออกบ้านมีส่วนแบ่งการตลาดกว่า 80% ทำให้สามารถขาย Bundle Package ได้มากยิ่งขึ้น และยังมีโอกาสการเติบโตจากการลงทุนในสาขา 7-Eleven ที่มากกว่า 10,000 สาขาทั่วประเทศ ค่าแนะนำ "ซื้อ" แนวนับ 7.20 บาท แนวนับ 8.50 บาท