

TACCเร่งดันยอด ผุดเครื่องดื่มใหม่ เคาะกำไร201ล.

ทินทุ์-สู่วิดิต - TACC มั่นใจ
ต้นผลงานทั้งปีวิ่งชนเป้า พร้อม
เสิร์ฟเครื่องดื่มใหม่กระตุ้นยอด
ขายโค้งท้ายปีในร้านเซเว่น และ
All Café เดินหน้าบริหารจัดการ
ต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
หนุนรายได้ **→ อับดอทบิ31**



TACC

(ต่อจากหน้า 3)

และกำไรเฉลี่ย ฟากโบรกเคาะกำไรปีพุ่งขึ้น 14% และ
201 ล้านบาท เนะ "ซื้อ" อับบิไกล 8.30 บาท

นายชัชวรี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ
TACC เปิดเผยว่า บริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์
เครื่องดื่มชนิดใหม่ๆ วางขายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น
(7-Eleven) และ All Café อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วย
กระตุ้นยอดขายเครื่องดื่ม โดยเฉพาะในช่วงปลายปี
ระหว่างเดือนกันยายนี้ บริษัทมีแผนเปิดตัวสินค้าใหม่
และโปรโมชันสุดคุ้ม เพื่อเสิร์ฟให้กับลูกค้าอย่างเต็มที่

● เครื่องดื่มใหม่

ทั้งนี้จะเริ่มตั้งแต่วันที่ 3 กันยายน 2563 ได้
ออกเครื่องดื่มรสชาติ มัทละลาเต้ ในโถกดเครื่องดื่ม
เย็น (Jet Spray) ซึ่งเป็นการผสมของชาเขียวญี่ปุ่น
กับ Milk Powder Origin มาจากประเทศ ฝรั่งเศส
ซึ่งเป็นแหล่งผลิตนมและผลิตภัณฑ์นมชั้นนำ ให้กลิ่น
มันนม และ Mouth-Feel ของนมเหมือนดื่มนมสด
ทำให้เครื่องดื่มมีกลิ่น และรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มี

กลิ่นหอม และรสชาติที่พอดี ทำให้กลมกล่อมมีมิติ
เพิ่มความน่าสนใจ น่าค้นหาตอบโจทย์เรื่องรสชาติกับ
ลูกค้าในวงกว้าง

พร้อมกันนี้ได้ Upsize เครื่องดื่มในเมนู All Café
สดชื่นจืด ออroy Size ใหญ่ คุ้มกว่าเดิม เริ่มตั้งแต่วันที่
24 กันยายน 2563 พร้อมกันทั่วประเทศ โดยพบกับ
เครื่องดื่มชา All Café Signature ที่ทุกคนชื่นชอบ
ไม่ว่าจะเป็น ชาเขียวมัทละเย็น/บิ่บิ่ ชานมเย็น/บิ่บิ่ ชา
นมได้หัววัน ชาเม่นาว ใน Size ใหญ่กว่าเดิม กับราคา
คุ้มค่าเพียง 40 บาท (เมนูเย็น) และ 45 บาท (เมนู
บิ่บิ่) เท่านั้น

ด้านบริษัทหลักทรัพย์ เคทีบี (ประเทศไทย) จำกัด
(มหาชน) ยังคงคำแนะนำ "ซื้อ" TACC แต่ปรับราคา
เป้าหมายปี 2564 ขึ้นเป็น 8.30 บาท จากเดิมที่ 7.00
บาท อิง 2564 PER ที่ 21.6x (เทียบเท่า -0.75SD
5-Yr Average PER ที่ 31.2x) เรามีมุมมองเป็นบวก
มากขึ้นจากงาน SET Opportunity Day เมื่อวันที่ 22
กันยายน 2563 โดยมีประเด็นที่น่าสนใจนี้ 1. ยอด
ขายสินค้าเครื่องดื่มของ TACC จาก 7-Eleven พ้น
ตัวเร็วกว่าที่คาดโดยในช่วงไตรมาส 3/2563 กลับเข้าสู่
ระดับปกติก่อน COVID-19 แล้ว

● ครั้งหลังมาร์จิ้นพุ่ง

2. Project Upsize (แก้วใหญ่ 22 ออนซ์) ของ
All Café มีสาขาช่วยขายเพิ่มขึ้นเป็น 7,800 (จากสาขา
2,000 สาขาใน 2Q/63) ส่งผลให้ GPM ครั้งปีหลังปี
2563 จะปรับตัวดีขึ้นเป็น 34.7% (+175 bps HoH)
และ 3. รายได้ครั้งปีหลังปี 2563 ยังโต HoH
จากสินค้า Health & Wellness และการขยาย 7-11
เพิ่มอีก 320 สาขา เราได้ปรับกำไรสุทธิปี 2563 ขึ้น
14% เป็น 201 ล้านบาท (+24% YoY) และปี 2564
ขึ้น +18% เป็น 233 ล้านบาท (+16% YoY) จาก
การปรับ GPM ขึ้นและเราได้รวมรายได้จากการขยาย
7-Eleven ไปยังประเทศกัมพูชาและลาวในปี 2564 ที่
12 ล้านบาท (เปิด 100 สาขา/ประเทศ)