



หน้าแรก (index.php) / คอลัมน์นิสต์ (?mod=talk)

📢) คอลัมน์นิสต์

- ทั้งหมด (?mod=talk) สแน่ห์หุ้น (?mod=talk&column=7) ใครเจ๋งกว่ากัน (?mod=talk&column=19) คิดอย่างไรกับหุ้น (?mod=talk&column=20)
- หุ้นดีน่าซื้อ (?mod=talk&column=21) แบบนี้...ต้องลุย (?mod=talk&column=22) รวยด้วยคริปโท (?mod=talk&column=24)
- ล้มช่าส์ ขาเม้าส์หุ้น (?mod=talk&column=5) ส่งหุ้นร้อน (?mod=talk&column=3) Mutual Fund (?mod=talk&column=6)
- Smart Invest (?mod=talk&column=2) Business Trends (?mod=talk&column=1) การเงินการลงทุน (?mod=talk&column=4)
- เจ็จ้บ...สายเดือน (?mod=talk&column=17)



การเงินการลงทุน

📅 2022-07-12 🕒 14:51:55

💬 149

รายงานพิเศษ : ตลาดเครื่องดื่มสุขภาพโตสวน ศก. TACC สบช่องเปิดตัวสินค้าใหม่

เครื่องดื่มสุขภาพที่ผสมวิตามินยังเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่รักษาสุขภาพ ศูนย์วิจัยกลยุทธ์ไทยคาดมูลค่าตลาดโตต่อเนื่อง โดยปี 64 อยู่ที่ 6-7 พันล้านบาท ส่วนผู้บริหาร TACC มั่นใจต้นยอดขยายปี 65 โตตามเป้า 10%

รายงานพิเศษ

U.T.A.C.C.

Hi-C
วิตามินซีสูง

ตลาดเครื่องดื่มสุขภาพโตสวนศก.
TACC สบช่องเปิดตัวสินค้าใหม่

www.Share2Trade.com

By
Share
2Trade

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยวิเคราะห์ตลาดเครื่องดื่มสุขภาพว่า ยังเป็นกลุ่มสินค้าที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ ทั้งนี้ น้ำดื่มผสมวิตามิน คือเครื่องดื่มกลุ่ม Water Plus ซึ่งเป็น Segment ใหม่ในตลาดเครื่องดื่มที่นำจันดา จากจุดเด่นสำคัญคือ ใส่ 'ไรส์' ดับกระหายได้เช่นเดียวกับน้ำเปล่า แต่ให้สารอาหารเพิ่มเข้ามา อาทิ วิตามิน B และ C ซึ่งร่างกายไม่สามารถสร้างเองได้ รวมถึงสารอาหารอื่น ซึ่งอาจทำให้มีกลิ่นหรือรสชาติที่แตกต่างจากน้ำเปล่า แต่ให้พลังงานและน้ำตาลน้อยมาก ตอบรับกับเทรนด์สุขภาพได้ดี

โดยความนิยมน้ำดื่มผสมวิตามิน ในฝั่งผู้บริโภค เกิดจากการตื่นตัวกับการดูแลตัวเองและต้องการเสริมภูมิคุ้มกันจากภาวะแวดล้อมในชีวิตปัจจุบัน ทั้งที่มาจากโรคภัยและการใช้ชีวิตแบบวีรคคนเมือง ในขณะที่ฝั่งผู้ประกอบการ ถือเป็นภาระยกระดับการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการทำกำไร จากน้ำดื่มบรรจุขวด-น้ำแร่ ไปสู่น้ำดื่มผสมสารอาหาร (Water Plus) อีกทั้งยังเป็นช่องว่างทางการตลาดใหม่ๆ สำหรับผู้ประกอบการบางกลุ่มที่พยายามปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่หันมาคุมเข้มมากขึ้นในกลุ่มสินค้าที่มีผลต่อสุขภาพมากขึ้น (การปรับอัตราภาษีแอลกอฮอล์/ภาษีความหวาน) ซึ่งส่งผลให้สินค้าเดิมในตลาดที่เข้าข่าย อาทิ น้ำอัดลม ชาเขียว น้ำผลไม้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำเป็นต้องปรับแผนการผลิต หลังจากเผชิญกับต้นทุนทางธุรกิจที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น

โดยเมื่อต้นประเมินว่า ปี 2564 มูลค่าตลาดจะขยับขึ้นเป็นประมาณ 6,000-7,000 ล้านบาท จากปี 2563 มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 5,500 ล้านบาทสอดคล้องกับทิศทางการขยายตลาดของ บมจ. ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ประธานกรรมการบริหาร "ซีซีซี วัฒนสุข" ที่เห็นว่าปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ ตัดสินใจรุกเข้าสู่ตลาด Health & Wellness อย่างต่อเนื่อง โดยปีที่ผ่านมาริษัทเปิดตัวน้ำแร่อัลคาไลน์ธรรมชาติ "EIGHT PLUS x Jay The Rabbit" ทางเลือกใหม่ของคนที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ วางขายที่ร้าน 7-ELEVEN ทุกสาขาทั่วประเทศ ในฐานะ Key Strategic Partner

ล่าสุด บริษัทฯร่วมกับ 7-Eleven ได้เปิดตัว Fruit Punch Hi-C เครื่องดื่มเย็นในโถก (Jet Spray) ซึ่งมั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี เนื่องจากมีวิตามินซีสูง ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกาย สอดคล้องพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค New Normal ที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ

ทั้งนี้ Fruit Punch Hi-C เครื่องดื่มสีชมพูอมส้มรสหวาน ได้จากการผสมผสานที่ลงตัวของรสชาติเข้มข้นเปรี้ยวอมหวานของสตรอเบอร์รี่ และกลิ่นหอมของผลไม้รวม ที่ให้วิตามินซีสูง ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกัน เดิมความสดชื่นระหว่างวัน หรือทานคู่กับอาหารจานโปรด ด้วยเครื่องดื่มพ่นซี่ ช่วยเพิ่มความสดชื่น กระปรี้กระเปร่าได้เป็นอย่างดี และมั่นใจว่าการเปิดตัวสินค้าใหม่ ในโถก Jet Spray ของ 7-Eleven ในครั้งนี้ จะช่วยยกระดับยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังเติบโตตามแผน สนับสนุนรายได้ในปีนี้เติบโต 10% ตามเป้าหมายที่วางไว้

โดยบล.ฟิลลิป แนะนำซื้อ ราคาเป้าหมายที่ 7.15 บาท หลังจากราคาเข้า ร้าน 7-11เพิ่มขึ้น ตอบรับช่วงเปิดเทอมและคนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ยอดขายเครื่องดื่ม ALL Cafe เพิ่มขึ้น ประกอบกับเปิดตัวสินค้าใหม่ ฟรุตพ่นซี่ รุกตลาดคนรักสุขภาพคาดว่าจะหนุนยอดขายเพิ่ม

นอกจากนี้ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์เริ่มชะลอตัวส่งผลกระทบต่อความกังวลต้นทุนราคาวัตถุดิบที่ปรับขึ้นก่อนหน้าชะลอลง คาดหนุนมาร์จิ้นครั้งหลังฟื้นมากขึ้น

>>กดติดตาม Share2Trade ได้ที่นี่<< (<http://www.facebook.com/share2trade>)