



Last Price : HKD74.00

Cons. Target Price: HKD91.39

Cons. Rating: **BUY**

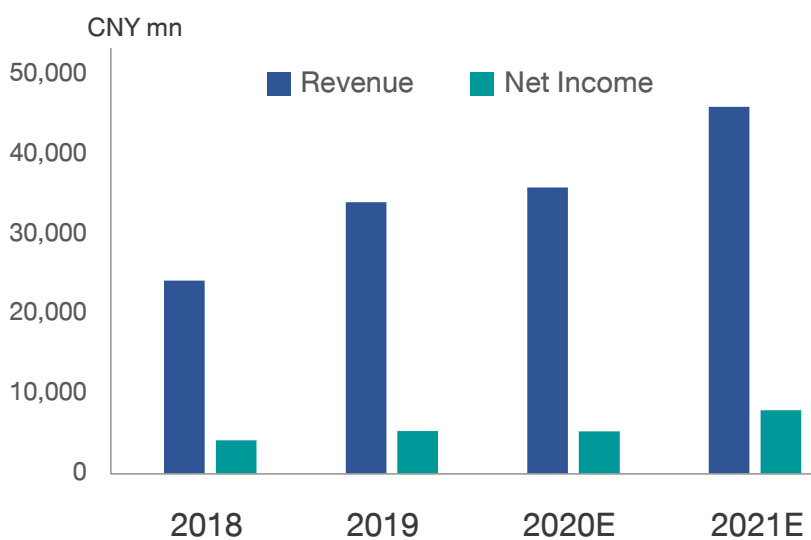
Upside: 23.50%

Stock Exchange: HKEX

Key Information

Market Cap:	HKD200,041.90 mn
PE 21E:	22.48X
EPS Growth 21E:	48.81%
ROE 21E:	25.48%
Dividend Yield 21E:	1.69%

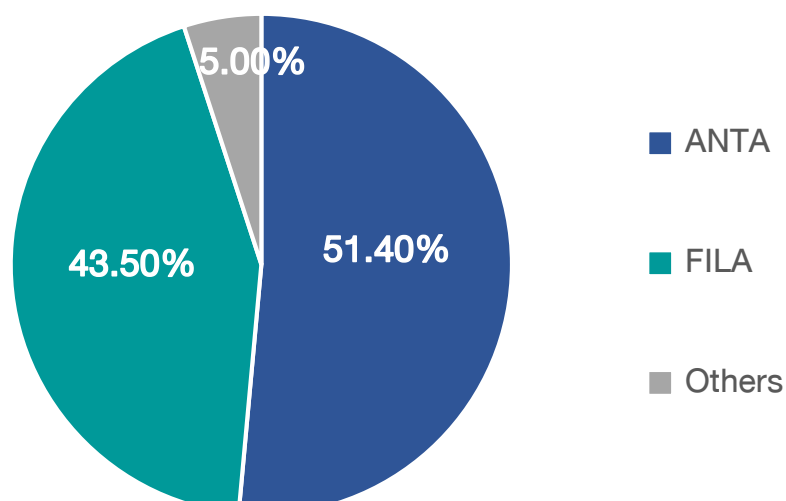
Financials



Performance YTD VS. Hang Seng Index



Revenue Breakdown



ANTA Sports Products (2020 HK)

3 เหตุผล.. ทำไมต้องลงทุนใน ANTA

- 1) กลยุทธ์ Multi-brand มีสินค้าหลากหลายครอบคลุมทุกประเภทลูกค้า
- 2) ปรับตัวสู่ช่องทางออนไลน์ได้โดดเด่น
- 3) เติบโตล้อไปกับ тренดการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีน

Company Profile

บริษัทสัญชาติจีน ประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทกีฬา เช่น เสื้อผ้า รองเท้าและอุปกรณ์กีฬาต่างๆ ที่ตอบโจทยกีฬาทุกประเภท โดย ANTA ครอบคลุมแบรนด์หลากหลายทุกระดับราคา ได้แก่ แบรนด์ ANTA ซึ่งเป็นแบรนด์ของตนเอง FILA Descente และ Amer เป็นต้น ซึ่งครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกประเภท โดยมีสาขาทั่วประเทศจีนกว่า 12,000 สาขา

กลยุทธ์ Multi-brand ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่ม

ANTA ครอบคลุมแบรนด์หลากหลาย ด้วยกลยุทธ์ Multi-brand แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก คือแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับกีฬาทั่วไป แบรนด์เสื้อผ้ากีฬาแฟชั่น และแบรนด์เสื้อผ้า อุปกรณ์สำหรับกีฬากลางแจ้ง โดยมีสินค้าทุกระดับราคาครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่แบรนด์ ANTA ที่เน้นเจาะตลาด Mass ซึ่งราคารองเท้าวิ่งจำหน่ายในราคาที่ราว 1 พันบาท ถือว่าถูกกว่า Adidas และ Nike ถึง 2 เท่า ไปจนถึงแบรนด์หรูอย่าง FILA ที่สินค้า High-end ประเภทแฟชั่น

นอกจากนี้ยังเน้นขยายแบรนด์หรูมากขึ้นอย่างแบรนด์ Descente ที่เน้นสินค้ากีฬา ประเภทสกี เครื่องหนาว รวมถึงด้านเทรนนิ่งและการวิ่งโดยเฉพาะ อีกทั้งได้เข้าซื้อแบรนด์ Amer เมื่อปีที่แล้ว ซึ่งครอบคลุมสินค้าหลากหลายเช่นกันในกลุ่ม High-end เน้นโดยกีฬาประเภทเทนนิสและรองเท้าสกี

แบรนด์หรู คาดช่วยหนุนรายได้เติบโต

ANTA คาดว่าจะสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากแบรนด์ Adidas และ Nike ในจีนได้ เนื่องจากการเข้าซื้อแบรนด์ Amer ที่ครอบคลุมสินค้า High-end ถือเป็นการขยายสินค้าประเภทกีฬาที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นอย่าง กีฬาเทนนิส รองเท้าสกีและอุปกรณ์เล่นกีฬากลางแจ้งต่างๆ ในขณะที่ Adidas และ Nike จะเน้นสินค้าประเภทแฟชั่นมากกว่า

สินค้า High-end อย่างแบรนด์ FILA สามารถสร้าง Margin ได้ดีที่ 55% สูงกว่า แบรนด์ ANTA ที่สร้าง Margin 40% นอกจากนี้บริษัทวางแผนจะเปิด Outlet สำหรับ 2 แบรนด์หรู Descente และ Amer เพิ่มเติม ซึ่งบริษัทคาดว่าจะทำกำไรจาก 2 แบรนด์นี้เติบโตได้เฉลี่ย 15% ต่อปี ในอีก 5 ปีข้างหน้า

ปรับตัวสู่ช่องทางออนไลน์ได้โดดเด่น

สินค้าของ ANTA ที่มีจำหน่ายทางช่องทางออนไลน์เท่านั้น คิดเป็นสัดส่วนกว่า 50% ถือว่าสูงกว่าแบรนด์อื่นอย่าง Adidas และ Nike ที่มีเพียง 30% ถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดเด่นที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้ซื้อผ่านทางออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้ในช่วงที่ผ่านมามีการจับจ่ายใช้สอยของลูกค้าไม่ชะงักลง

ยอดขายออนไลน์ที่ออกมาล่าสุด 2Q20 เติบโตได้โดดเด่น หนุนมาจากช่วงเทศกาล shopping กลางปี 618 โดยเฉพาะแบรนด์ FILA Descente และ Kolon Sport ที่ยอดขายผ่านออนไลน์โตได้ดีกว่า 100%YoY

Source: Company, Goldman Sachs, Credit Suisse, Seeking Alpha, ANTA, Bloomberg as of 9/9/20



北京2022年冬奥会官方合作伙伴
Official Partner of the Olympic Winter Games Beijing 2022



ANTA Sports Products (2020 HK)

เติบโตล้อไปกับ тренดการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีน

เนื่องจากจีนเป็นประเทศแรกที่เกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 และสามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้ จึงทำให้เศรษฐกิจจีนฟื้นตัวได้รวดเร็ว โดยภาพรวมยอดขายปลีกของจีนฟื้นตัวได้ดี จากที่หดตัว 20.5% ในเดือนก.พ. เหลือหดตัวเพียง 1.1% ในเดือนก.ค.

นอกจากนั้นการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ผู้คนตระหนักถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้นหลังจากนี้ ซึ่งเราคาดว่า ANTA จะได้รับประโยชน์ในระยะยาว เนื่องจากจำหน่ายสินค้าประเภทกีฬาครอบคลุมทุกประเภท และกลุ่มลูกค้า

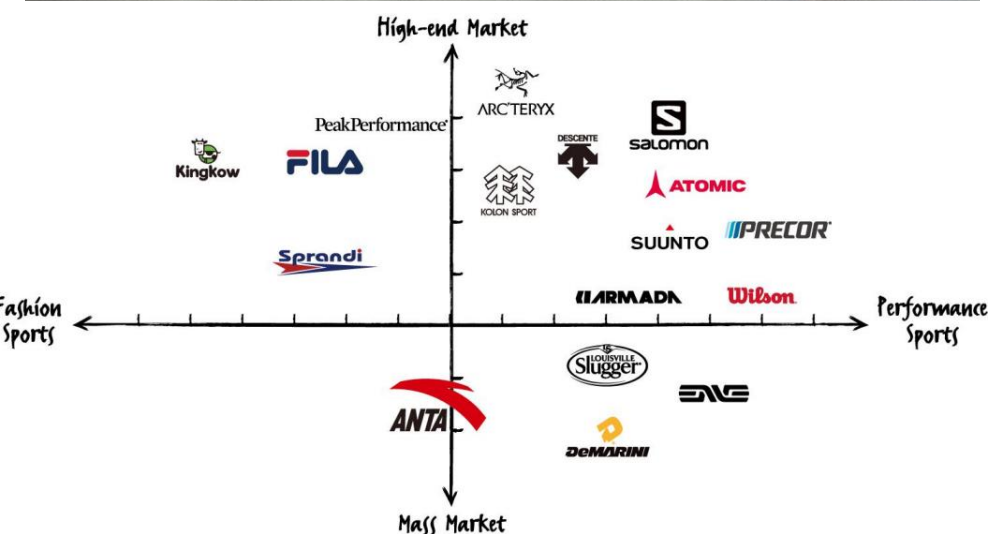
หากดูที่ภาพรวมอุตสาหกรรมกีฬาในจีน มูลค่าการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ยังคงคิดเป็นสัดส่วนที่น้อยราว 1% ของ GDP จีน แต่นักวิเคราะห์มองว่ามูลค่าจะเพิ่มขึ้นได้ในระยะข้างหน้า คาดเป็น 2.5% ของ GDP ภายในปี 2025 จากการที่รัฐบาลสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับกีฬามากขึ้น

จบ 2Q20 ได้รับผลกระทบจำกัดจาก COVID-19

รายได้รวมออกมาลดลง 1% YoY จากผลกระทบของ COVID-19 ที่จะเป็นจะต้องปิดหน้าร้าน แต่อย่างไรก็ดียอดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เติบโตได้ดีที่ 50% YoY ด้านของแบรนด์ High-end อย่าง FILA ออกมาโตขึ้น 9.4% YoY และ แบรนด์ Descente โต 8.3% เนื่องจากเป็นแบรนด์หรู กลุ่มลูกค้าจึงไม่ได้รับผลกระทบมากนัก ส่วน Gross Margin เติบโตได้ดีขยายตัวแต่ละระดับสูงสุดใหม่ที่ 56.8%

ความเสี่ยงที่ต้องจับตา

1. การแพร่ระบาดของ COVID-19 อาจทำให้การขยายสาขาลดลง
2. ด้านการจับจ่ายใช้สอยที่อาจไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร
3. การเร่งขยายสาขาทำให้มีค่าใช้จ่ายลงทุนที่มากขึ้น



Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ดี บริษัทหลักทรัพย์ เอเซีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมิได้เป็นการชี้แนะ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือพันธะผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเซีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด