

GLOBAL DAILY INSIGHT

กลยุทธ์การลงทุนหุ้นต่างประเทศ



19 กุมภาพันธ์ 2568

MARKET UPDATE

- ตลาดหุ้นสหรัฐฯ ปิดบวกในวันอังคารที่ผ่านมา (S&P500 +0.24%, Dow Jones +0.02% และ Nasdaq +0.07%) โดยดัชนี S&P500 ทำจุดสูงสุดเป็นประวัติการณ์อีกครั้ง และได้รับแรงหนุนหลักจากหุ้นในกลุ่ม Energy (+1.37%), Materials (+1.23%) และ Utilities (+0.94%)
- ประธานาธิบดี Trump เตรียมขึ้นภาษีนำเข้า 25% สำหรับยานยนต์ เซมิคอนดักเตอร์ และยา โดยคาดว่าจะประกาศในวันที่ 2 เม.ย. มาตรการนี้เป็นส่วนขยายสงครามการค้า หลังจากก่อนหน้านี้ได้ประกาศปรับขึ้นภาษีเหล็กและอลูมิเนียมที่มีผลในเดือน มี.ค. Trump ระบุว่าอัตราภาษีอาจสูงขึ้นกว่านี้ในปีหน้าเพื่อกดดันให้บริษัทต่างชาติตั้งโรงงานในสหรัฐฯ ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์จะได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากสหรัฐฯ นำเข้ารถยนต์กว่า 8 ล้านคันต่อปี หรือครึ่งหนึ่งของยอดขายในประเทศ โดยผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น Volkswagen และ Hyundai อาจเผชิญต้นทุนที่สูงขึ้น ขณะที่ยังมีความชัดเจนว่าประเทศในข้อตกลงการค้าเสรีอย่างแคนาดาและเม็กซิโกจะได้รับการยกเว้นหรือไม่
- สหรัฐฯ รายงานตัวเลข Empire Manufacturing ซึ่งสะท้อนภาคการผลิตในรัฐนิวยอร์ก โดยดัชนีที่สะท้อนภาพรวมในปัจจุบันปรับขึ้นเป็น 5.7 จุดในเดือน ก.พ. จาก -12.6 จุด ในเดือนก่อนหน้า (สูงกว่าที่ตลาดคาดที่ 0.0 จุด) ขณะที่ดัชนีคาดการณ์แนวโน้มในอีก 6 เดือนข้างหน้า ปรับลดลงมาอยู่ที่ 22.2 จุด (จาก 36.7 จุด เดือนก่อน) สะท้อนถึงมุมมองที่แย่งลงของเศรษฐกิจในอนาคตของผู้ผลิต ทั้งนี้ ผลสำรวจนี้จัดทำระหว่างวันที่ 3-11 กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับที่ทรัมป์ประกาศภาษีนำเข้าจากแคนาดา เม็กซิโก และจีน โดยดัชนีราคาสินค้าต้นทุนเพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบเกือบ 2 ปี
- Baidu (BIDU US, 9888 HK) รายงานรายได้ Q4/2024 ที่ 3.41 หมื่นล้านหยวน (-2% YoY) สูงกว่าคาด (3.34 หมื่นล้านหยวน) และกำไรสุทธิ 5.2 พันล้านหยวน สูงกว่าคาด (3.92 พันล้านหยวน) แม้เผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันในธุรกิจค้นหาและโฆษณาออนไลน์ ซึ่งรายได้ส่วนนี้ลดลง 7% YoY จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและเศรษฐกิจจีนชะลอตัว ด้าน AI Baidu เปิด Open-Source โมเดลของตน หลังเผชิญการแข่งขันจาก DeepSeek ที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมคืนเงินให้ผู้ใช้ที่เคยเสียค่าบริการ นอกจากนี้ Bloomberg รายงานว่า Baidu ร่วมมือกับ Apple พัฒนาฟีเจอร์ค้นหาภาพในจีน ขณะที่งานเซ็นเซอร์เนื้อหาให้ Alibaba ดูแล อย่างไรก็ตาม การขาดหายไปของซีอีโอ Robin Li ในการประชุมกับประธานาธิบดี Xi Jinping อาจบ่งชี้ถึงสถานะทางการเมืองที่ลดลงของ Baidu ท่ามกลางการส่งเสริมภาคเอกชนของรัฐบาลจีน

	Index	Last Close	1 D
US	Dow Jones	44,556.34	0.02%
	S&P500	6,129.58	0.24%
	NASDAQ	20,041.26	0.07%
Europe	STOXX600	557.17	0.32%
Japan	NIKKEI225	39,270.40	0.25%
China	CSI300	3,912.78	-0.88%
	HSCE	8,475.40	1.82%
India	NIFTY50	22,945.30	-0.06%
Thailand	SET	1,257.48	0.08%
Vietnam	VN30	1,337.39	0.25%
Gold	Gold Future	2,931.60	1.66%
Oil	WTI Oil Future	71.85	1.57%
USD	US Dollar Index	107.05	0.45%
	Index	Last Close	BPS
Gov. 10Y Yield	US Gov 10Y	4.5503%	7
	TH Gov 10Y	2.2930%	-1

RESEARCH DIVISION

บริษัทหลักทรัพย์ เอเซีย พลัส

ธรรมรัตน์ กิตติสรพัฒน์
นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านหลักทรัพย์
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 045116

เอกรัฐ ศรีภูสิตโต
นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านตลาดทุน
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 118166

กฤษพันธ์ ตั้งเจริญอนันต์
ผู้ช่วยนักวิเคราะห์

ธนุกฤต สัจจมงคล
ผู้ช่วยนักวิเคราะห์



GLOBAL DAILY INSIGHT

กลยุทธ์การลงทุนหุ้นต่างประเทศ

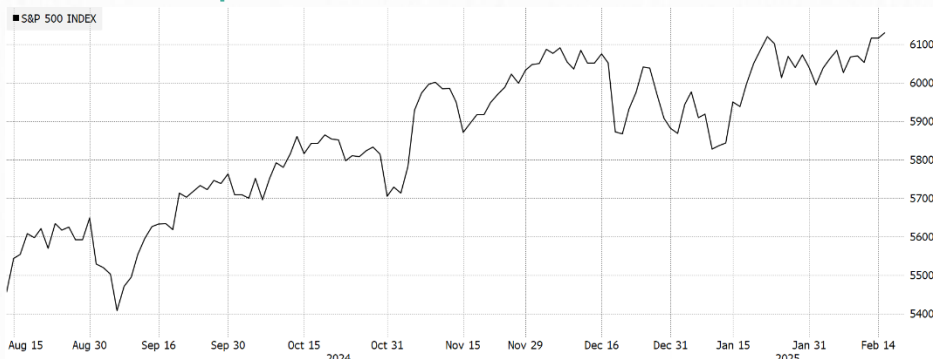


- ฝ่ายกลยุทธ์ฯ มอง Baidu ยังคงเผชิญกับความท้าทายในธุรกิจโฆษณาออนไลน์และ AI แม้ว่ารายงานผลประกอบการดีกว่าคาดการณ์ ตลาดยังคงมีข้อกังวลเกี่ยวกับการแข่งขันที่รุนแรงและบทบาทของบริษัทในสายเทคโนโลยีจีน ทำให้หุ้นยังไม่น่าสนใจมากพอที่จะเป็นจังหวะเข้าซื้อ ในตอนนี้ จึงคงมุมมองเป็นกลาง (Neutral) ต่อไป เนื่องจาก ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ของ Baidu ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัท กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และ E-commerce จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป คนจีนจำนวนมากหันมาหาข้อมูลจาก Douyin (TikTok จีน) และ Xiaohongshu (แพลตฟอร์มรีวิวสินค้า) แทนการใช้ Baidu ขณะที่แบรนด์และนักโฆษณาหันไปใช้โฆษณาผ่านแพลตฟอร์มที่มี Engagement สูงกว่า 2) ข้อจำกัดด้านโมเดลธุรกิจ AI เชิงพาณิชย์ ถึงแม้ Baidu Ernie จะเป็นผู้นำ AI ในจีน แต่ยังไม่สามารถแปลงเทคโนโลยี AI เป็นรายได้ที่ชัดเจน ขณะที่การเปลี่ยนจากโมเดลที่คิดค่าบริการเป็นให้ใช้งานฟรี สะท้อนว่า Baidu อาจยังหากลยุทธ์สร้างรายได้ที่ยั่งยืนจาก AI ไม่ได้
- อย่างไรก็ตาม ฝ่ายกลยุทธ์ฯ มองในระยะยาวว่าบริษัทยังคงมีปัจจัยบวก 1) ความแข็งแกร่งด้านคลาวด์และ AI 2) เทคโนโลยีด้าน Autonomous Driving และ Baidu Apollo 3) สถานะการเงินที่แข็งแกร่งและการซื้อหุ้นคืน 4) แนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีนและเม็ดเงินโฆษณา ความเสี่ยงที่ต้องระวัง 1) ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ยังคงถูกบีบจากการแข่งขัน 2) การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ AI และคลาวด์ 3) ความไม่แน่นอนด้านนโยบายรัฐบาลจีน 4) เศรษฐกิจจีนที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่
- Nike (NKE US) +6.23% หลังจับมือ Skims ของ Kim Kardashian เปิดตัว NikeSKIMS ชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิง โดยจะเปิดตัวในสหรัฐฯ ฤดูใบไม้ผลิปีนี้ และขยายช่องทางค้าปลีกในปี 2026 กลยุทธ์นี้ช่วยให้ Nike แข่งขันกับ Lululemon, Alo Yoga และ Vuori ในตลาดชุดออกกำลังกายระดับพรีเมียม ซึ่งเติบโตเร็วกว่าเซ็กเมนต์ผู้ชาย ปัจจุบันรายได้ของ Nike ยังพึ่งพาลูกค้าชายเป็นหลัก นักวิเคราะห์มองว่าความร่วมมือนี้เป็นก้าวสำคัญในการดึงดูดลูกค้าสตรีที่มองหาดีไซน์และคุณภาพระดับสูง NikeSKIMS จะเปิดตัวด้วยชุดฝึกซ้อม, รองเท้ากีฬา และอุปกรณ์เสริม ขายผ่านช่องทางออนไลน์ของ Nike และร้านค้าปลีกบางแห่งก่อนขยายเพิ่มในปี 2026 Skims ซึ่งมีมูลค่า \$4 พันล้าน จะได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเสื้อผ้ากีฬาและเครื่องสำอางจำหน่ายของ Nike
- ฝ่ายกลยุทธ์ฯ มองแม้ระยะสั้นบริษัทยังต้องเผชิญกับแรงกดดันจากรายได้และอัตรากำไรที่ลดลง รวมถึงค่าใช้จ่ายในการสร้างความต้องการที่เพิ่มขึ้น แต่ในระยะยาวคาดว่าจะด้วยแนวทางของ CEO ใหม่ที่กลับมามุ่งมั่นในการพัฒนานวัตกรรม พันฟูการรับรู้ของแบรนด์ รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่าย จะช่วยสนับสนุนการปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคต แม้อาจจะต้องใช้เวลาเพื่อให้เห็นภาพของการฟื้นตัวที่ดีขึ้น ขณะที่ความร่วมมือกับ Skims เพื่อขยายตลาดชุดออกกำลังกายผู้หญิง คาดว่าจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งในตลาดชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าตลาดผู้ชาย โดยการร่วมมือกับ Skims ไม่ใช่แค่การขายไลน์สินค้า แต่เป็นการใช้ประโยชน์จากแบรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมและมีฐานลูกค้าสตรีที่ภักดีสูง



- คาด Nike จะได้ประโยชน์จาก 1) ได้พันธมิตรที่แข็งแกร่ง Skims ด้วยการร่วมมือกับ Kim Kardashian ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อเทรนด์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ จะช่วยให้ Nike เจาะตลาดกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับดีไซน์และคุณภาพ 2) โอกาสเติบโตในตลาดพรีเมียม ซึ่ง Lululemon ครองตลาดชุดออกกำลังกายพรีเมียมมานาน แต่การที่ Nike จับมือกับ Skims อาจช่วยให้ Nike สามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งที่กำลังเติบโตอย่าง Alo Yoga และ Vuori ได้ 3) การกระจายพอร์ตสินค้าของ Nike ที่พึ่งพายอดขายจากกลุ่มลูกค้าผู้ชายเป็นหลัก แต่การรุกตลาดผู้หญิงมากขึ้นจะช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาสตลาดเดิม และกระจายแหล่งรายได้ 4) กลยุทธ์การขยายช่องทางจำหน่าย ด้วยการเปิดตัวในปีผ่านช่องทางออนไลน์และร้านค้าปลีกบางแห่ง ก่อนจะขยายไปยังค้าส่งในปี 2026 แสดงให้เห็นว่า Nike วางแผนระยะยาวและมีแผนรองรับการเติบโต ความเสี่ยงที่ต้องระวัง 1) การแข่งขันที่รุนแรง 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่ล่าช้า 3) ความสามารถในการขยายช่องทางจำหน่ายที่ไม่สมดุล 4)ภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว
- ติดตามการเปิดเผยสรุปการประชุม FOMC Minutes ของรอบการประชุมวันที่ 28-29 ม.ค. ที่ผ่านมา ซึ่งอาจบ่งชี้ถึงทิศทางปรับลดอัตราดอกเบี้ยของ Fed ในระยะข้างหน้า
- ข่าวหุ้นอียิปต์ : Baidu, Bath & Body Works, Nike

ดัชนี S&P500 ทำจุดสูงสุดเป็นประวัติการณ์อีกครั้ง หลังแผนการปรับขึ้นภาษีนำเข้าตอบโต้คู่ค้าของสหรัฐฯ ยังไม่รุนแรงอย่างที่ตลาดกังวลก่อนหน้านี้



Source: Bloomberg, ASPS Global Strategy

GLOBAL DAILY INSIGHT

กลยุทธ์การลงทุนหุ้นต่างประเทศ



HONG KONG MARKET HIGHLIGHT

✦ ดัชนี Hang Seng Index (HSI) +1.59%, Hang Seng China Enterprises (HSCEI) +1.82% และ Hang Seng TECH (HSTECH) +2.54% โดยตลาดได้แรงหนุนจากการที่ประธานาธิบดี Xi Jinping ผู้นำจีน ส่งสัญญาณสนับสนุนภาคเอกชน หลังมีการประชุมร่วมกับบรรดาผู้บริหารบริษัทชั้นนำในวันจันทร์ที่ผ่านมา โดยได้เข้าร่วมการประชุมกับผู้บริหารของบริษัทชั้นนำของจีน ซึ่งรวมถึง Jack Ma ผู้ร่วมก่อตั้ง Alibaba และ Lei Jun CEO ของ Xiaomi ซึ่งการประชุมดังกล่าวทำให้นักลงทุนมีมุมมองบวกว่ามาตรการควบคุมภาคเอกชนที่รัฐบาลจีนนำมาใช้เป็นเวลานานหลายปีนั้นกำลังจะสิ้นสุดลง และถือเป็นความเคลื่อนไหวครั้งสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนของทางการจีนที่มีต่อภาคเอกชน

- Xiaomi (1810 HK) +7.20% หลัง CLSA ปรับราคาเป้าหมายขึ้นสู่ระดับ HKD56.5 (จากเดิม HKD40) หลังคาดว่าบริษัทจะรายงานผลประกอบการไตรมาส 4 ออกมาแข็งแกร่ง โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 1.05 แสนล้านหยวน +44% YoY และคาดว่ากำไรสุทธิจะอยู่ที่ 6.6 พันล้านหยวน +34% YoY อีกทั้งคาดว่าบริษัทจะมีการส่งมอบรถยนต์ในไตรมาสนี้ที่ระดับ 1.35 แสนคัน นอกจากนี้ ทางนักวิเคราะห์ได้มีการปรับเพิ่มกำไรสุทธิขึ้นจากเดิมในปี 2025F และ 2026F ที่ระดับ 10% และ 15% ตามลำดับ

- Tencent (700 HK) +2.01% หลัง Macquarie ให้ราคาเป้าหมายที่ HKD560 หลัง Tencent มีการประกาศนำ AI DeepSeek เข้ามาใช้ใน Wechat โดยทางนักวิเคราะห์คาดว่า การรวม DeepSeek-R1 จะนำมาซึ่งศักยภาพในการเติบโตของการเข้าชมและรายได้ โดย DeepSeek-R1 เมื่อรวมกับโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์และเทคโนโลยีการเพิ่มประสิทธิภาพของ Tencent จะช่วยเพิ่มความแม่นยำของ AI มอบความสามารถในการปรับแต่ง และยกระดับการเข้าชมและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้สำหรับการค้นหาใน WeChat ทำให้ Tencent กลายเป็นตัวแทน AI ชั้นนำและขยาย AI ไปสู่การใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น

- นักวิเคราะห์จากทาง BofA ระบุว่ารายได้จากการเล่นเกม (GGR) ของมาเก๊าระหว่างวันที่ 10-16 ก.พ. อยู่ที่ 642 ล้าน MOP (สูงกว่าปีก่อนที่ระดับ 600 ล้าน MOP) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเดินทางในช่วงตรุษจีนที่ยาวนานขึ้นอาจช่วยบรรเทาความกังวลของนักลงทุนเกี่ยวกับประสิทธิภาพ GGR ที่อ่อนแอในสัปดาห์แรกของตรุษจีน นอกจากนี้ แนวโน้มปัจจุบันสะท้อนให้เห็นว่า GGR ในเดือน ก.พ. คาดจะยังคงทรงตัวเมื่อเทียบกับปีที่แล้วหรือเติบโตเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนก่อน



STOCK HIGHLIGHT

🔴 Baidu (BIDU US, 9888 HK) รายงานผลประกอบการดีกว่าคาด แม้เผชิญการแข่งขันรุนแรงในธุรกิจค้นหาและ AI

- Baidu รายงานผลประกอบการไตรมาสที่ 4 ของปี 2024 โดยมีรายได้ 3.41 หมื่นล้านหยวน ลดลง 2% YoY แต่ยังคงสูงกว่าที่นักวิเคราะห์คาดการณ์ไว้ที่ 3.34 หมื่นล้านหยวน ในขณะที่กำไรสุทธิอยู่ที่ 5.2 พันล้านหยวน สูงกว่าคาดที่ 3.92 พันล้านหยวน

- แม้ผลประกอบการของ Baidu จะออกมาดีกว่าคาด แต่ Baidu ยังคงเผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันในธุรกิจค้นหาและโฆษณาออนไลน์ เนื่องจาก พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในจีนเปลี่ยนแปลงไป แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Xiaohongshu และ Douyin (TikTok จีน) ของ ByteDance กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคจีนหันไปค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่นแทน Baidu Search นอกจากนี้ สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของจีนยังส่งผลกระทบต่อเม็ดเงินโฆษณาออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของ Baidu โดยในไตรมาสนี้ รายได้ในส่วน Online Marketing ลดลง 7% YoY ทำให้บริษัทต้องเร่งปรับกลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้าโฆษณาให้กลับมาใช้แพลตฟอร์มของตน

- Baidu เป็นบริษัทเทคโนโลยีจีนรายแรกที่เปิดตัวโมเดลภาษาขนาดใหญ่ (LLM) และแชทบอต Ernie AI แต่การแข่งขันในตลาด AI ของจีนทวีความรุนแรงขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะจาก DeepSeek ซึ่งสามารถพัฒนาโมเดล AI ที่มีประสิทธิภาพสูงและมีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งตะวันตก โดยกลยุทธ์ของ DeepSeek มุ่งเน้น Open-Source และต้นทุนการฝึกโมเดลต่ำ ซึ่งตรงข้ามกับ Baidu ที่ใช้แนวทาง Proprietary Technology (พัฒนาเทคโนโลยีภายในบริษัท) ทำให้ Baidu ตัดสินใจที่จะเปิด Open-Source โมเดล AI ของตัวเอง รวมถึงจะเปิดให้ใช้งานฟรีและคืนเงินให้กับผู้ใช้เพิ่มเติมจากก่อนหน้านี้เคยคิดค่าบริการอยู่ที่ประมาณ 60 หยวนต่อเดือน ซึ่งอาจจะกดดันถึงแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นจากคู่แข่งในตลาด

- แม้จะเผชิญการแข่งขันจากคู่แข่งภายในประเทศ แต่ Baidu ยังคงเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรม AI ของจีน โดยมีรายงานจาก Bloomberg News ว่า Baidu กำลังทำงานร่วมกับ Apple เพื่อพัฒนาฟีเจอร์ค้นหาภาพสำหรับ iPhone ในประเทศจีน อย่างไรก็ตาม งานที่มีความละเอียดอ่อนมากขึ้น เช่น การกลั่นกรองเนื้อหา (Content Censorship) บนระบบ AI ของ iPhone จะถูกดำเนินการโดย Alibaba แทน โดย Apple ตั้งเป้าเปิดตัวระบบ AI ดังกล่าวภายในกลางปีนี้

- อีกประเด็นที่น่าจับตามองคือ การลาออกของ Robin Li (ผู้ก่อตั้งและซีอีโอของ Baidu) ในงานประชุมสำคัญกับประธานาธิบดี Xi Jinping ซึ่งมีผู้นำภาคเทคโนโลยีจีนรายอื่นเข้าร่วม เช่น Jack Ma และผู้บริหารจาก DeepSeek ซึ่งการที่ Robin Li ไม่ได้รับเชิญหรือไม่ได้ปรากฏตัวในสื่อของรัฐจีน อาจสร้างข้อสงสัยว่า Baidu กำลังสูญเสียความสำคัญทางการเมือง ในขณะที่รัฐบาลจีนพยายามส่งเสริมภาคเอกชนให้มีบทบาทในการฟื้นฟูเศรษฐกิจประเทศ

💡 ฝ่ายกลยุทธ์ฯ มอง Baidu ยังคงเผชิญกับความท้าทายในธุรกิจโฆษณาออนไลน์และ AI แม้ว่าจะรายงานผลประกอบการดีกว่าคาดการณ์ ตลาดยังคงมีปัจจัยเกี่ยวข้องกับการแข่งขันที่รุนแรงและบทบาทของบริษัทในสายตากรัฐจีน ทำให้หุ้นยังไม่น่าสนใจมากพอที่จะเป็นจังหวะเข้าซื้อในตอนนี้ จึงคงมุมมองเป็นกลาง (Neutral) ต่อไป เนื่องจาก

- 1) ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ของ Baidu ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัท กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและ E-commerce จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป คนจีนจำนวนมากหันหาข้อมูลจาก Douyin (TikTok จีน) และ Xiaohongshu (แพลตฟอร์มรีวิวสินค้า) แทนการใช้ Baidu ขณะที่แบรนด์และนักโฆษณาหันไปใช้โฆษณาผ่านแพลตฟอร์มที่มี Engagement สูงกว่า

GLOBAL DAILY INSIGHT

กลยุทธ์การลงทุนหุ้นต่างประเทศ



2) จอจำกัดด้านโมเดลธุรกิจ AI เชิงพาณิชย์ ถึงแม้ Baidu Ernie จะเป็นผู้นำ AI ในจีน แต่ยังไม่สามารถแปลงเทคโนโลยี AI เป็นรายได้ที่ชัดเจน ขณะที่การเปลี่ยนจากโมเดลที่คิดค่าบริการเป็นให้ใช้งานฟรี สะท้อนว่า Baidu อาจยังหากลยุทธ์สร้างรายได้ที่ยั่งยืนจาก AI ไม่ได้

- อย่างไรก็ตาม ฝ่ายกลยุทธ์ฯ มองในระยะยาวว่าบริษัทยังคงมีปัจจัยบวก 1) ความแข็งแกร่งด้านคลาวด์และ AI 2) เทคโนโลยีด้าน Autonomous Driving และ Baidu Apollo 3) สถานะการเงินที่แข็งแกร่งและการซื้อหุ้นคืน 4) แนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีนและเปิดเงินโฆษณา

⚠ ความเสี่ยงที่ต้องระวัง 1) ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ยังคงถูกบีบจากการแข่งขัน 2) การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ AI และคลาวด์ 3) ความไม่แน่นอนด้านนโยบายรัฐบาลจีน 4) เศรษฐกิจจีนที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่

📈 Bath & Body Works (BBWI US) +9.68% หลัง JPMorgan ปรับเพิ่มคำแนะนำสู่ระดับ “Overweight” จากเดิม Neutral โดยทางนักวิเคราะห์มีมุมมองที่ดีขึ้นในด้านรายได้และกำไรสำหรับปี 2025 และได้ปรับราคาเป้าหมายหุ้นขึ้นเป็น \$47

- JPMorgan คาดการณ์ EPS ในปี 2025 ที่ \$3.66 ซึ่งสูงกว่าการคาดการณ์ของวอลล์สตรีทเล็กน้อย และคาดการณ์ EPS ปี 2026 ที่ \$4.06 นอกจากนี้ ยังชี้ให้เห็นว่า Bath & Body มีผลตอบแทนต่ำกว่าดัชนี S&P 500 อย่างมากในช่วงสามปีที่ผ่านมา โดยมีการซื้อขายในราคาที่ต่ำกว่ากลุ่มบริษัทในอุตสาหกรรมความงาม แม้ว่าบริษัทจะมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานในระดับ 16-17%

- การผสมผสานระหว่างการเติบโตของรายได้ที่สม่ำเสมอและโอกาสในการเร่งการเติบโตเพิ่มเติมผ่านการ Collaborations การขยายอัตรากำไร และยังมีกระแสเงินสดอิสระ (FCF) ที่แข็งแกร่ง ส่งผลให้มีการจ่ายเงินปันผลต่อเนื่อง และมีแผนในการซื้อหุ้นคืน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ JPMorgan มองว่าสนับสนุนการให้คำแนะนำ “Overweight”

📈 Nike (NKE US) +6.23% หลังบริษัทจับมือกับทาง Skims ของ Kim Kardashian เปิดตัว NikeSKIMS ชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิง

- Nike กำลังขยายตลาดชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิงด้วยการเปิดตัว NikeSKIMS แบนด์ใหม่ที่เกิดจากความร่วมมือกับ Skims แบนด์ชุดกระชับสัดส่วนของ Kim Kardashian โดย NikeSKIMS จะเปิดตัวในสหรัฐฯ ในช่วงฤดูใบไม้ผลิปี 2026 ก่อนที่จะขยายไปยังช่องทางค้าปลีกเพิ่มเติมในปี 2026

- การเคลื่อนไหวครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของ CEO Elliott Hill ที่ต้องการขยายไลน์ผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมลูกค้าสตรีมากขึ้น เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งในตลาดชุดออกกำลังกายระดับพรีเมียมอย่าง Lululemon, Alo Yoga และ Vuori ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็ว



- Nike มองเห็นโอกาสในการเติบโตในตลาดชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นเซกเมนต์ที่ขยายตัวรวดเร็วกว่ากลุ่มผู้ชาย ปัจจุบันธุรกิจของ Nike ยังคงพึ่งพากลุ่มลูกค้าชายเป็นหลัก โดยคิดเป็นมากกว่าครึ่งหนึ่งของยอดขาย

- อย่างไรก็ตาม ตลาดชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิงกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 10-15 ปีที่ผ่านมา โดยถูก Lululemon ครองส่วนแบ่งตลาดหลักมาอย่างยาวนาน ขณะที่แบรนด์เกิดใหม่อย่าง Alo Yoga และ Vuori กำลังได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคที่มองหาสินค้าแฟชั่นที่มีคุณภาพสูง

- David Swartz นักวิเคราะห์จาก Morningstar กล่าวว่า "Nike กำลังพยายามขยายตลาดชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิงให้เร็วขึ้น และความร่วมมือกับ Skims ถือเป็นเรื่องสำคัญในการแข่งขันกับแบรนด์ที่เติบโตขึ้นมาในตลาดนี้"

- NikeSKIMS ไม่เพียงเป็นการขยายตลาด แต่ยังเป็นการสร้างแบรนด์ที่สามารถแข่งขันในตลาดระดับพรีเมียม ดังดูกลุ่มลูกค้าสตรีที่มองหาชุดออกกำลังกายที่มีทั้งดีไซน์และคุณภาพที่เหนือกว่า ซึ่ง NikeSKIMS จะเปิดตัวด้วยเสื้อผ้าสำหรับการฝึกซ้อม (Training Apparel), รองเท้ากีฬา (Footwear) และอุปกรณ์เสริม (Accessories) โดยสินค้าจะวางจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ของ Nike และร้านค้าปลีกบางแห่งในสหรัฐฯ ก่อนที่จะขยายไปยังร้านค้าปลีกเพิ่มเติมและคำสั่งในปี 2026

- Skims ก่อตั้งขึ้นในปี 2019 โดย Kim Kardashian และมีมูลค่าประเมินล่าสุดสูงถึง \$4 พันล้าน แบรนด์ได้รับความนิยมอย่างมากจากการจำหน่ายชุดชั้นในพรีเมียม, ชุดลำลอง และชุดกระชับสัดส่วน ซึ่งช่วยให้ Skims กลายเป็นแบรนด์ที่เติบโตเร็วที่สุดแบรนด์หนึ่งในอุตสาหกรรมแฟชั่น

- ความร่วมมือนี้ช่วยให้ Nike สามารถเข้าถึงฐานลูกค้า Skims ซึ่งเป็นผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับทั้งดีไซน์และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกัน Skims ก็จะได้รับประโยชน์จากความแข็งแกร่งของ Nike ในด้านเทคโนโลยีเสื้อผ้ากีฬาและเครื่องนุ่งห่มการจัดจำหน่ายระดับโลก

💡 ฝ่ายกลยุทธ์ฯ มองแม้ระยะสั้นบริษัทยังต้องเผชิญกับแรงกดดันจากรายได้และอัตรากำไรที่ลดลง รวมถึงค่าใช้จ่ายในการสร้างความต้องการที่เพิ่มขึ้น แต่ในระยะยาวคาดว่าจะด้วยแนวทางของ CEO ใหม่ที่กลับมาเน้นเน้นในการพัฒนาวัฒนธรรม พันฟู การรับรู้ของแบรนด์ รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่าย จะช่วยสนับสนุนการปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคต แม้อาจจะต้องใช้เวลาเพื่อให้เห็นภาพของการฟื้นตัวที่ดีขึ้น

- ขณะที่ความร่วมมือกับ Skims เพื่อขยายตลาดชุดออกกำลังกายผู้หญิง คาดว่าจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งในตลาดชุดออกกำลังกายสำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าตลาดผู้ชาย โดยความร่วมมือกับ Skims ไม่ใช่แค่การขยายไลน์สินค้า แต่เป็นการใช้ประโยชน์จากแบรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมและมีฐานลูกค้าสตรีที่ภักดีสูง ทำให้ Nike จะได้ประโยชน์จาก 1) ได้พันธมิตรที่แข็งแกร่ง Skims ด้วยความร่วมมือกับ Kim Kardashian ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อเทรนด์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ จะช่วยให้ Nike เจาะตลาดกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับดีไซน์และคุณภาพ 2) โอกาสเติบโตในตลาดพรีเมียม ซึ่ง Lululemon ครองตลาดชุดออกกำลังกายพรีเมียมมานาน แต่การที่ Nike จับมือกับ Skims อาจช่วยให้ Nike สามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งที่กำลังเติบโตอย่าง Alo Yoga และ Vuori ได้ 3) การกระจายพอร์ตสินค้าของ Nike ที่พึ่งพายอดขายจากกลุ่มลูกค้าผู้ชายเป็นหลัก แต่การรุกตลาดผู้หญิงมากขึ้นจะช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาสถาปัตยกรรม และกระจายแหล่งรายได้ 4) กลยุทธ์การขยายช่องทางจำหน่าย ด้วยการเปิดตัวในปีผ่านช่องทางออนไลน์และร้านค้าปลีกบางแห่ง ก่อนจะขยายไปยังคำสั่งในปี 2026 แสดงให้เห็นว่า Nike วางแผนระยะยาวและมีแผนรองรับการเติบโต

GLOBAL DAILY INSIGHT

กลยุทธ์การลงทุนหุ้นต่างประเทศ



⚠ ความเสี่ยงที่ต้องระวัง 1) การแข่งขันที่รุนแรง 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่ล่าช้า 3) ความสามารถในการขยายช่องทางจำหน่ายที่ไม่สมดุล 4) ภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว

Source: Bloomberg, Reuters, CNBC, Investing, Seeking Alpha, Infoquest, Ryt9, ASPS Global Strategy