



TENCENT HOLDING (700 HK) *Tencent* 腾讯

Company Profile

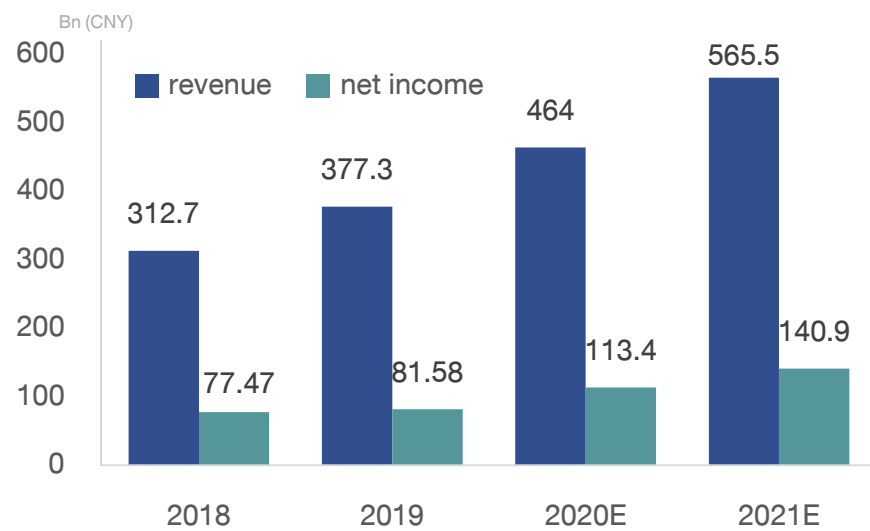
Tencent บริษัทเทคโนโลยีอันดับ 1 ของจีน ที่จดทะเบียนในตลาดฮ่องกง ให้บริการเว็บไซต์, แอปพลิเคชัน เกมออนไลน์ โดยถือเป็นบริษัทเกมที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากวัดโดยรายได้และมีผู้เล่นเกมมากที่สุดในจีน อีกทั้งมี Platform Social Media อย่าง WeChat ที่มีผู้ใช้งาน Active มากกว่าพันล้าน User โดยบริษัทวาง Positioning เป็น One-Stop Online Lifestyle Platform

Last Price : 414.8 HKD
 Cons. Target Price: 445.25 HKD
 Cons. Rating: **BUY**
 Upside: 7.34%

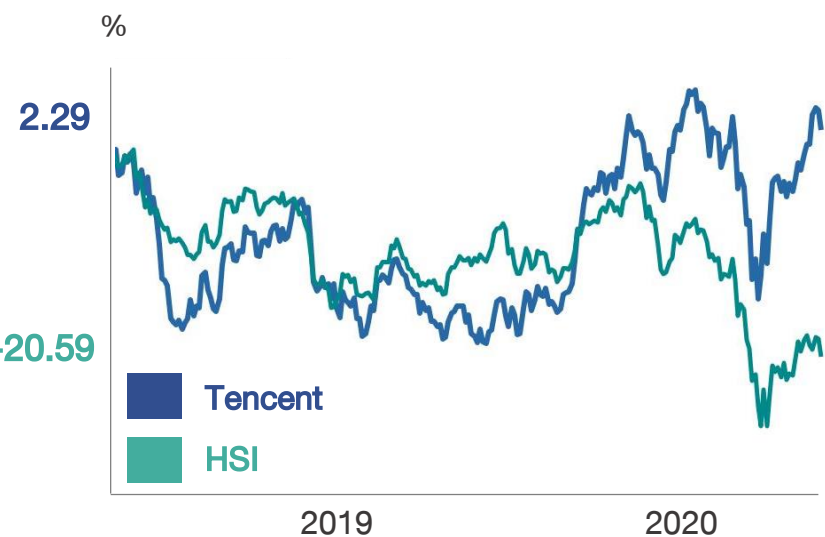
Key Information

Market Cap:	3,964.6bn
PE 20E:	32.21x
EPS Growth 20E:	21.51%
ROE 20E:	23.5%
Dividend Yield:	-

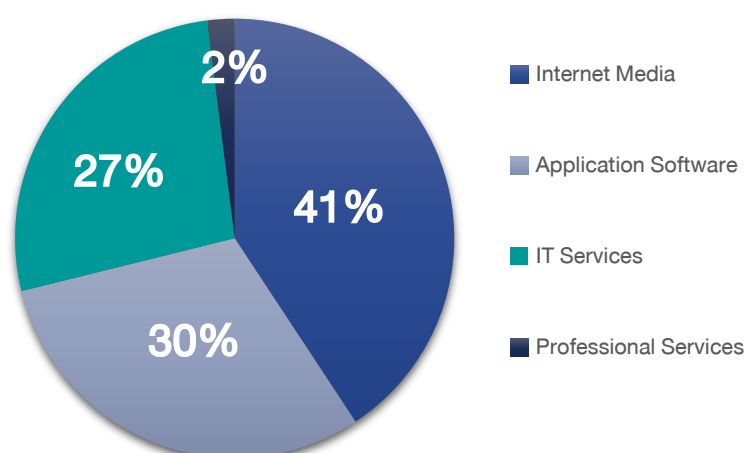
Financials



Performance 1Y VS. Hangseng Index



Revenue Breakdown



ธุรกิจเกมสโตน

Tencent ได้เตรียมต่อยอดเปิดตัวเกมยอดนิยม 2 เกมในปี 2020 ซึ่งเป็นเกมชื่อดังอยู่แล้วใน Platform PC นำมาเปิดตัวในรูปแบบ Mobile Game นั่นคือเกม Dungeon & Fighter 2D Mobile และ League of Legends: Wild Rift โดยทั้งสองเกมดังกล่าวมียอดใช้จ่ายของผู้เล่นรวมกันเกิน \$8.7Bn ในช่วง 3ปีที่ผ่านมานี้ เพราะฉะนั้นเราจึงเชื่อว่าการจะช่วยหนุนยอดขายอย่างสำคัญของ Tencent ในช่วง 2H20-2021 อีกทั้ง ร่วมมือกับบริษัทเกมสัญชาติญี่ปุ่นอย่าง Nintendo ในการนำ Nintendo Switch ตีตลาดจีนในช่วงปลายปี 2019

มาตรการ Lockdown ช่วยหนุนรายได้เกม

รายงานรายได้จากเกม 4Q19 โตขึ้น 25%YoY หนุนโดยเกมชื่อดัง Peacekeeper Elite และ PUBGMobile ที่กวาดรายได้ทั่วโลกสูงที่สุดในเดือนมี.ค. ที่ \$232 ล้าน ซึ่งได้รับประโยชน์จากการที่คนอยู่บ้านในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 และมาตรการ Lockdown ของหลายประเทศทำให้คนหันมาเล่นเกมมากขึ้น เกมบริษัทยังได้ลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยเล่นเกมมาก่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยตัวเลขจาก Statista ระบุว่าใน 2020 รายได้จากธุรกิจเกมในจีนจะโต 10.7%YoY

App ยอดนิยมอย่าง WeChat

WeChat เป็น Application ที่มีคนใช้มากที่สุดในจีน (Active User ถึง 1.1 พันล้านคน) มีฟังก์ชันครอบคลุมตั้งแต่เรียกแท็กซี่ สั่งกาแฟ เล่นเกม และโอนเงิน โดยใน WeChat นั้นมี App ใช้งานอย่าง Mini-programs ที่ทำให้เหล่าบริษัทผู้ประกอบการสามารถพัฒนา App ให้ฝังใน WeChat เปรียบได้กับ App Stores อีกอันที่อยู่ใน WeChat

ธุรกิจ FinTech ยอดผู้ใช้พุ่งสูง ผ่าน WeChat Pay

ในอุตสาหกรรมชำระเงินออนไลน์ของจีน บริการ WeChat Pay ของ Tencent มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 39% (รองจาก Alipay ของ Alibaba ที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่ประมาณ 54%) ทั้งนี้ WeChat Pay สามารถโตได้จากการเป็น App คู่มือถือชาวจีน โดย ณ 4Q19 ยอดการใช้บริการระบบชำระเงินที่มีมูลค่า 1 พันล้านรายการซึ่งมากกว่าทั้งสองเจ้าใหญ่อย่าง VISA และ MASTERCARD รวมกันเสียทีเดียว

Cloud เสริมความแข็งแกร่ง

รายได้จากธุรกิจ Cloud โตพุ่งถึง 87%YoY ภายใต้ลูกค้ากว่า 1 ล้านราย ซึ่งทางผู้บริหารมองว่าธุรกิจนี้จะเติบโตได้อีกมากในอีก 5 ปีข้างหน้า เนื่องจากหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 จบไป หลายบริษัทจะต้องปรับตัวเข้าสู่ Digitalization มากขึ้น เพื่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทมีแพลตฟอร์มให้บริการ อย่างเช่น Tencent Meeting และ WeChat Work รวมถึงมีบริการสำหรับบริษัทให้อุตสาหกรรมอื่น ๆ อีก เช่น Tencent Health และ Tencent Education Services

Source: Company, Goldman Sachs, Credit Suisse, Seeking Alpha, Feedvisor, Bloomberg as of 28/4/20

TENCENT HOLDING (700 HK)

แนวโน้มปีนี้ยังโตได้ดี

รายงานงบ Tencent 4Q19 รายได้โต 25%YoY โดยเป็นผลมาจากการเติบโตของรายได้จากการโฆษณาออนไลน์ที่โต 19%YoY และ Online Games ที่ขยายตัว 25%YoY โดยสำหรับทั้งปี 2020 Bloomberg Consensus คาดว่ารายได้จะขยายตัวที่ 23%YoY และกำไรต่อหุ้นจะโตที่ 21%YoY

รายได้เกมโตคาดว่าจะได้ดีในไตรมาสนี้ แต่รายได้จากการโฆษณาออนไลน์อาจได้รับแรงกดดัน เนื่องจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ส่งผลให้หลายๆ บริษัทได้ตั้งงบสำหรับการโฆษณาลดลง อย่างไรก็ตาม หลังจากจีนกลับมาเปิดเศรษฐกิจอีกครั้ง และเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว ยอดโฆษณาก็มีแนวโน้มจะเริ่มฟื้นเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาออนไลน์

COVID-19 Tracker

Tencent ร่วมมือกับทางการจีนในการออกเครื่องติดตาม COVID-19 โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มนักเรียน ซึ่งถือว่ามีความประโยชน์อย่างมากสำหรับนักเรียนหลักล้านคนที่กำลังจะกลับไปเรียนหนังสือในอีกไม่กี่สัปดาห์นี้ โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำแชรใน App WeChat Work ซึ่งทำให้โรงเรียนสามารถติดตามสถานะสุขภาพของนักเรียนได้ ซึ่งแผนการนี้จะช่วยให้จำนวนผู้ใช้งานต่อวันของ Tencent ปรับตัวขึ้น และสามารถเพิ่ม Engagement ได้



Source : Tencent.co.th



Source : maketingtochina.com



Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และได้เป็นการชี้แนะ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือพินิจพิเคราะห์กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด

Source: Company, Goldman Sachs, Credit Suisse, Seeking Alpha, Feedvisor, Bloomberg as of 28/4/20