

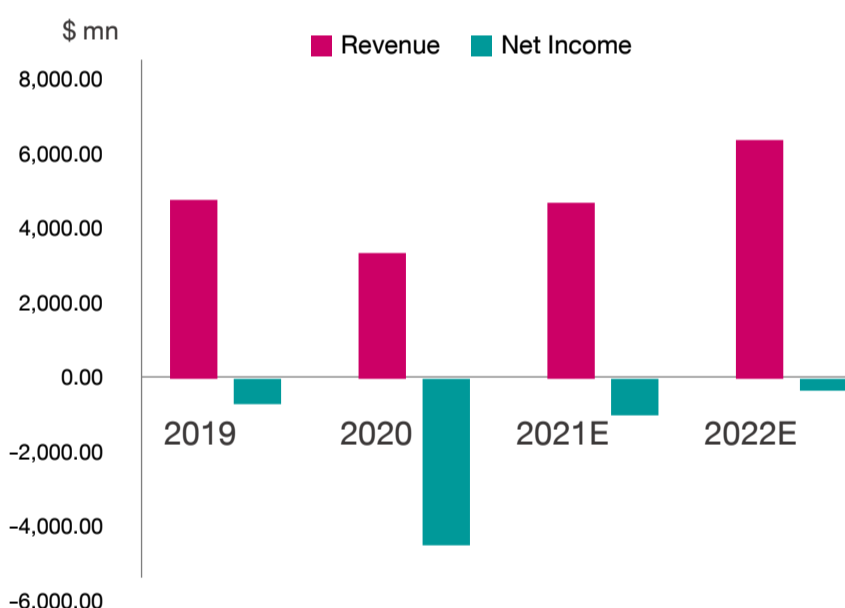


Last Price : \$180.40  
 Cons. Target Price: \$179.75  
 Cons. Rating: **HOLD**  
 Upside: **-0.4%**  
 Stock Exchange: NASDAQ

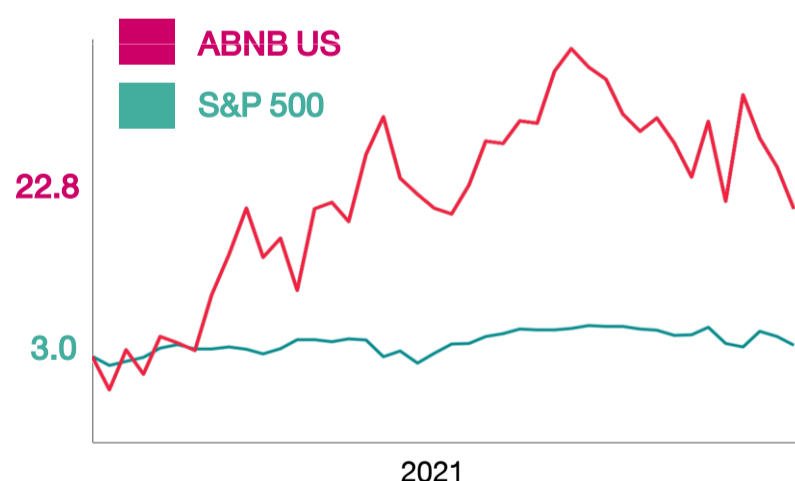
### Key Information

Market Cap: \$115,541.8 mn  
 PE 22E: -  
 EPS Growth 22E: 73.23%  
 ROE 22E: 69.97%  
 Dividend Yield 22E: -

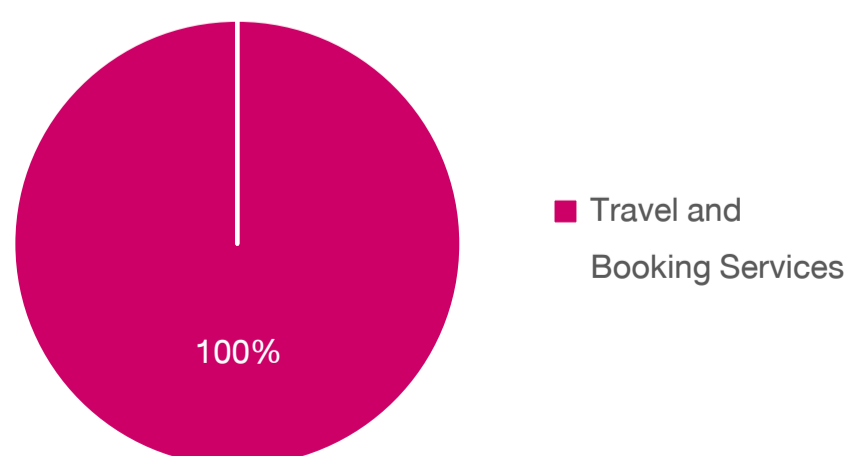
### Financials



### Performance YTD VS. S&P500



### Revenue Breakdown



## Airbnb (ABNB US)

### Company Profile

Airbnb เป็นบริษัท Startup ที่ทำธุรกิจให้บริการ platform จองห้องพักทาง Online โดยมีแนวคิดที่น่าสนใจ คือ ใครก็ตามที่มีห้อง บ้าน หรือคอนโด สามารถเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักได้ โดยไม่ต้องทำธุรกิจโรงแรม ลักษณะคล้ายกับการเป็น Host ซึ่งปัจจุบัน Airbnb ได้เปิดให้บริการกับนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งการปล่อยเช่าระยะสั้น และ ระยะยาว

สัดส่วนรายได้หลักของ Airbnb มาจากส่วนแบ่งรายได้ของห้องพัก ซึ่งเมื่อดูรายได้ย้อนหลังพบว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี โตเฉลี่ยประมาณ 30% ต่อปี แต่เนื่องด้วยปีที่ผ่านมาเกิดสถานการณ์ COVID-19 จึงทำให้รายได้รวมของปี 2020 ลดลงเหลือ 3.38 พันล้านเหรียญสหรัฐ จาก 4.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นการลดลงประมาณ 29.7%

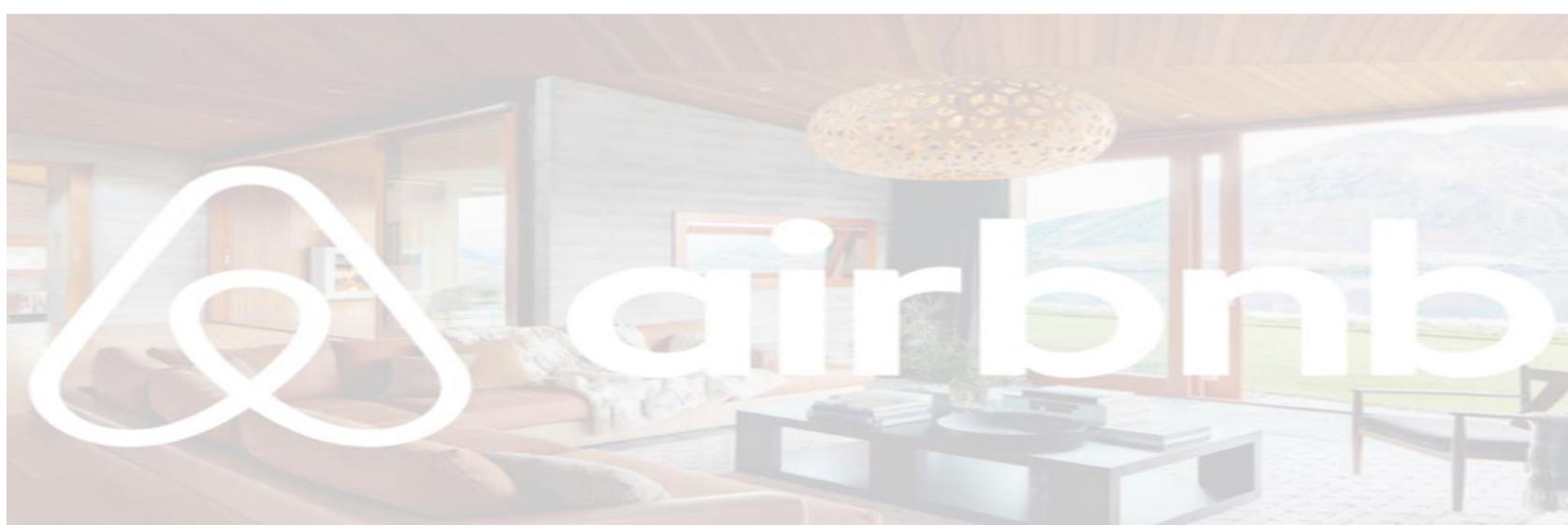
### กลยุทธ์ Sharing Economy

ในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว การสร้างที่พักจำเป็นจะต้องมีการลงทุนใน asset เช่น การสร้างโรงแรม หรือ รีสอร์ท ซึ่งต้องใช้งบประมาณทั้งในการสร้างและตกแต่งค่อนข้างสูง ส่งผลต่อทั้งในด้านการทำกำไรและระยะเวลาการคืนทุน รวมถึงรับความเสี่ยงต่างๆ แต่ Airbnb ใช้กลยุทธ์ Sharing Economy โดยการหา partner หรือ Host ที่มีบ้าน ห้องเช่า หรือโรงแรม ที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยบริษัทจะให้ Host ตั้งราคาที่ต้องการเช่า และ บริษัทจะ charge เพิ่มเข้าไปอีกประมาณ 6-12% และเก็บค่าธรรมเนียมจากการที่ลูกค้าโอนเงินเข้ามา ซึ่งเป็นประโยชน์กับทุกๆฝ่าย ทางผู้ให้เช่าก็สามารถเปลี่ยนห้องว่างให้เป็นรายได้ ผู้เช่าก็ได้มีทางเลือกหลากหลายในการเข้าพัก ทั้งราคาที่ถูกลงกว่าโรงแรม และประสบการณ์ใหม่ๆ ส่วนด้านทางบริษัทก็ได้ประโยชน์จากการสร้างรายได้โดยไม่ต้องมี asset เป็นของตัวเอง

เมื่อดูสถิติยอดจองใน Airbnb ปีล่าสุดมียอดจองถึง 193 ล้านยอดจอง และเมื่อเทียบส่วนแบ่งการตลาด Airbnb อยู่ในอันดับที่ 3 รองจาก Expedia และ Booking.com

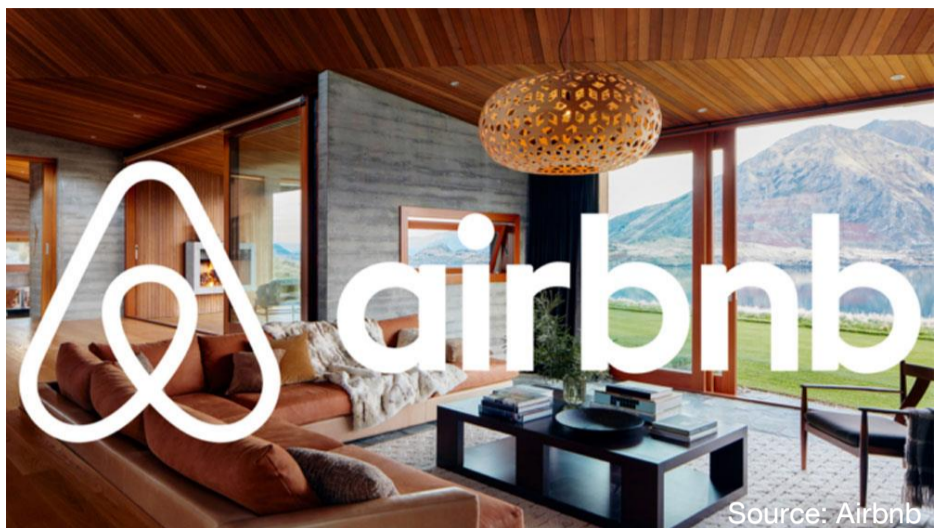
### บริษัทเผยยอดจองปรับตัวขึ้นหลังคลาย Lock down

ในปีที่ผ่านมาธุรกิจกลุ่มการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์ COVID-19 เช่นเดียวกับ Airbnb แต่หลังจากคลาย lock down ผลประกอบการไตรมาสที่ 3 ก็กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง จากไตรมาสที่ 2 ที่รายได้ลดลงเหลือเพียง 334 ล้านเหรียญสหรัฐ กลับเพิ่มขึ้นมาเป็น 1,342 ล้านเหรียญสหรัฐ ในไตรมาสที่ 3



Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 3/3/21





## Airbnb (ABNB US)

### ผลการสำรวจด้านการท่องเที่ยวของ Google Trend

ผลการสำรวจจากสถิติการค้นหาแหล่งที่พักท่องเที่ยว จาก Google Trend ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีที่แล้ว หลังจากเริ่มมีการเปิดเมืองบ้างในบางประเทศ พบว่า Airbnb ถูกค้นหามากเป็นอันดับที่ 2 รองจาก Booking และมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันการค้นหา Expedia Marriott และ Hilton กลับเคลื่อนไหวไม่มาก รวมถึงการค้นหาคำว่า “Airbnb” สูงขึ้นในทุกๆ ประเทศ แสดงให้เห็นถึง “Pent-up demand” นอกจากนี้ มีการกระจายวัคซีนได้อย่างทั่วถึงและมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ คือ การแจก Stimulus Check โดย Airbnb มีราคาประหยัด มีแบบห้องพักให้เลือกที่หลากหลายสไตล์ และประสบการณ์ใหม่ๆที่ไม่เหมือนโรงแรม

### ผู้บริโภคกลุ่ม Millennials

การจองห้องผ่าน Airbnb แตกต่างจากการเข้าพักที่โรงแรม เนื่องจากมี Host ที่เป็นคนท้องถิ่นซึ่งสามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารท้องถิ่น รวมถึงได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและเห็นวิถีการดำเนินชีวิตของพวกเขาอีกด้วย ซึ่งบางแห่งสามารถนำสัตว์เลี้ยงไปพักได้ด้วยเช่นกัน ลักษณะจะมีความยืดหยุ่นมากกว่า นอกจากนี้ ยังมีที่พักให้เลือกหลายหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบบ้านพัก ห้องพัก หรือโรงแรม

ทั้งนี้ โดยจากผลสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials กว่า 1 ใน 3 จะมีการใช้จ่ายมากกว่า 5 พันเหรียญสหรัฐฯ ต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง

### ทุกวิกฤติมีโอกาส

ในขณะที่ธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ Airbnb กลับเห็นโอกาสใหม่ในการขยายธุรกิจที่ไม่ใช่แค่เพียงการปล่อยเช่าในระยะสั้นให้กับนักท่องเที่ยว แต่ Airbnb กลับเห็นความต้องการการเช่าในระยะยาว เช่น ผู้ที่ต้องทำงานไกลบ้าน และต้องการ work life balance จึงเลือกหาที่พักใกล้ที่ทำงาน หรือผู้ที่ทำงานในต่างประเทศและยังไม่สามารถเดินทางกลับประเทศได้ในตอนนั้นเนื่องจากการสถานการณ์ COVID-19 การเลือกที่พักจาก Airbnb สามารถลดค่าใช้จ่ายได้เท่าตัวถ้าเทียบกับการพักที่โรงแรม อีกทั้งยังไม่มีระยะเวลาผูกมัด อย่างการเช่าบางแห่งที่มีสัญญาขั้นต่ำ 1 ปี

นอกจากนั้น Airbnb มุ่งมั่นจะเจาะตลาดจีนมากขึ้น เนื่องจากจำนวนและปริมาณการจองจ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยวของชาวจีนคิดเป็นสัดส่วนถึง 20% ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

#### Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ดี บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือพันธุะผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด

Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 3/3/21