萬洲國際
WH GROUP

Source: wh-group.com

3 เหตุผล.. ทำไม WH Group (288 HK) ถึงน่าสนใจ

1) เกาะธีม Consumer เหมาะกับสภาวะตลาดผันผวน

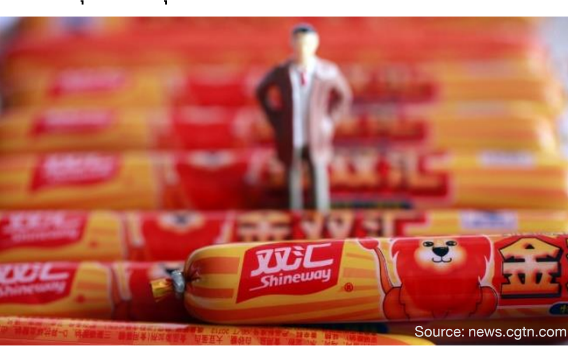
2) ยักษ์ใหญ่ครองตลาดทั้งในจีนและอเมริกา

3) Marketing โดดเด่นโดนใจคนรุ่นใหม่พร้อมกรุยทางสู่ตลาด Plant-Based Meat

Source: chinadaily.com

Company Overview

บริษัทผู้นำในอุตสาหกรรมอาหารสัญชาติจีน ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเนื้อสัตว์ ครอบคลุมต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การเลี้ยงสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์และขนส่ง ในปี 2013 ได้เข้าซื้อ Smithfield Food ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตเนื้อหมูและอาหารระดับโลกในสหรัฐอเมริกา โดยสัดส่วนรายได้ของ WH Group ครึ่งหนึ่งมาจากเนื้อหมูสด (Pork) และอีกครึ่งหนึ่งมากจากผลิตภัณฑ์แพคเกจเนื้อ (Packaged Meats) เมื่อพิจารณารายได้จากภูมิภาค ประมาณ 50% มาจากสหรัฐอเมริกา 40% มาจากประเทศจีน และอีก 10% จากกลุ่มประเทศยุโรป


Source: news.cgtn.com

เกาะธีม Consumer เหมาะกับสภาวะตลาดผันผวน

ในช่วงเวลาที่ตลาดทั่วโลกมีความผันผวน กลุ่มธุรกิจที่ความเคลื่อนไหวไม่หวือหวามาก มีลักษณะเป็นหุ้น Defensive ที่มีเสถียรภาพ เนื่องจากยังมีความจำเป็นและความต้องการในการใช้สินค้าอย่างต่อเนื่อง คือ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่ง **WH Group เป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจเนื้อสัตว์ที่ใหญ่ที่สุดของโลกก็แสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่มั่นคง** โดยในปี2020 บริษัทมีรายได้ $25.6bn เพิ่มขึ้น 6.22% แม้ปริมาณการขายเนื้อหมูสดและแพคเกจเนื้อจะลดลงจากสถานการณ์โควิด แต่ก็ฟื้นตัวขึ้นมาในไตรมาส 1 สะท้อนในรายได้ที่เพิ่มขึ้น 5.2% ที่ระดับ $6.6bn

Source: IBTimes UK

ยักษ์ใหญ่ครองตลาดทั้งในจีนและอเมริกา

จากการที่ **WH Group เป็นผู้เล่นเจ้าใหญ่ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีส่วนแบ่งตลาดราว 30% และจีน มีส่วนแบ่งตลาดราว 20%** ซึ่งมีการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจสูงที่สุด 2 อันดับแรกของโลก จึง**สามารถแสวงหาโอกาสในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและกระจายความเสี่ยงในแต่ละช่วงเวลาได้** เช่น บริษัทสามารถแตกแบรนด์ที่เข้าถึงผู้บริโภคที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เช่น Farmer John, Armour, Krestschmar และ John Morrall ในฝั่งสหรัฐอเมริกา หรือ Shuanghui และ Jin Pin beef ในฝั่งจีน เป็นต้น

ในด้านการกระจายความเสี่ยง แม้ว่าสถานการณ์โควิดในปีที่แล้วจะกระทบธุรกิจในสหรัฐอเมริกาค่อนข้างมาก แต่กระทบต่อตลาดจีนในวงกำจัด จึงทำโดยภาพรวมแล้วกำไรของบริษัทไม่ได้ลดลงมากนัก หรือ ในช่วงเวลาที่ธุรกิจในจีนได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ African Swine Fever (ASF) ที่เกิดในสัตว์ ส่งผลให้อุปทานตึงตัว ราคาเนื้อหมูปรับขึ้น แต่ในฝั่งสหรัฐฯ ไม่ได้เกิดโรคระบาด ราคาปรับตัวลง หนุนให้ปริมาณขายสูงขึ้น เป็นต้น

Source: 2021 First Quarter Result

Marketing โดดเด่นโดนใจคนรุ่นใหม่ พร้อมกรุยทางสู่ตลาด Plant-Based Meat

บริษัท**จับเทรนด์การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่างการ Livestream ผ่าน Key Opinion Leader (KOL) ชื่อดังของจีน** อย่าง Viya, Lin Yilun และ Wu Xin ซึ่งมียอดคนดูรวมกว่า 100 ล้านวิว และมียอดปริมาณการขายแตะ 335ตัน โดยไส้กรอก Shuanghui Spicy ขายหมดภายใน 3 วินาทีหลังจากออกออนไลน์ด้วยปริมาณที่มากกว่า 100 ตัน อีกทั้งยังเป็นสปอนเซอร์ให้กับช่อง TikTok ซึ่งมียอดคนดูกว่า 880ล้านวิว

นอกจากนี้ บริษัทยัง**ขยายไปผลิตเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่แปรรูปจากพืช (Plant-Based Protein) เพื่อจับตลาดผู้บริโภคกลุ่มวีแกน อย่างสเต็กและไส้กรอกจากพืช ภายใต้แบรนด์ ‘SoyFit’ สำหรับตลาดในประเทศจีน และแบรนด์ ‘Pure Farmland’ สำหรับฝั่งสหรัฐฯ** ซึ่งทำให้บริษัทได้เข้าไปทดลองและสามารถเก็บข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ในอนาคต ทั้งนี้ ในปัจจุบันตลาดการบริโภคโปรตีนทางเลือกยังมีขนาดเล็กมาก คิดเป็นสัดส่วน2.5% เมื่อเทียบกับขนาดของอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์ ซึ่งคาดว่าจะตลาดนี้จะเติบโตขึ้นไปเกือบ2เท่าภายในเวลา 5 ปี ดังนั้นหากสินค้าของบริษัทมีความพร้อมก็จะมีโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากธุรกิจนี้

Smithfield, Eckrich, Nathan's, Farmland, Armour, Farmer John, Kretschmar, John Morrell, Cook's, Gwaltney, Carando, Margherita, Curly's, Healthy Ones

Source: wh-group.com

ความเสี่ยงที่ต้องจับตา

- สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน
- การฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั้งในจีนและสหรัฐฯที่อาจช้ากว่าที่คาด
- ความปลอดภัยของอาหาร และโรคที่อาจเกิดในสัตว์

กราฟทางเทคนิค

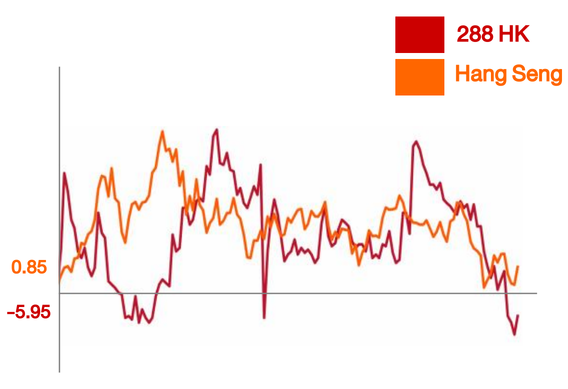
แนวโน้ม : จังหวะทดสอบกรอบล่าง Sideway Up ที่ HKD 6.50 หากรับอยู่ มีโอกาสเกิด Technical Rebound มาที่ HKD 6.90 และ HKD 7.50 ในระยะถัดไป

Last Price :	**HKD6.33**
Cons. Target Price:	**HKD9.15**
Upside:	**44.5%**
Cons. Rating:	**BUY**

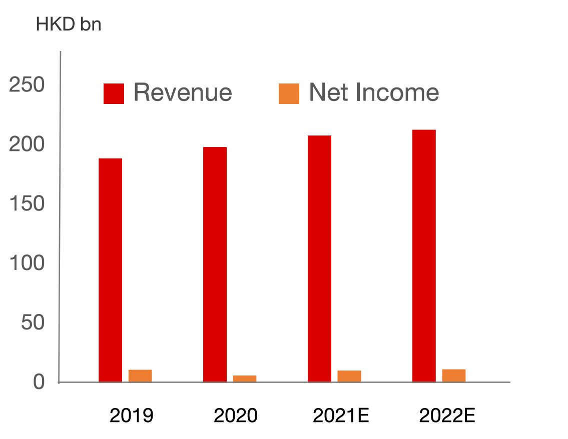
Key Information

Market Cap:	**HKD93,192.6 mn**
PE 22E:	**8.23X**
EPS Growth 22E:	**9.81%**
ROE 22E:	**3.09%**
Dividend Yield 22E:	**5.03**

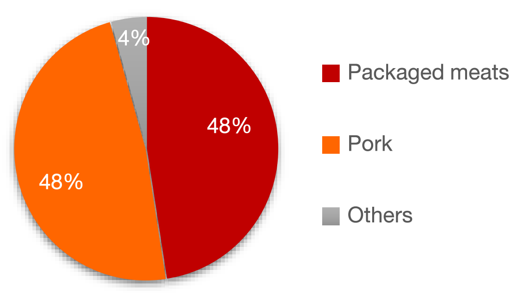
Performance YTD VS. Hang Seng



Financials



Revenue Breakdown



Source: Goldman Sachs, Company Data, Bloomberg, as of 21/07/21

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