

# เมอร์คเชื่อภูมิภาคละตินอเมริกาหนุนธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลธ์ เติบโตต่อเนื่อง



ดาร์มสตัดท์, เยอรมนี–(บิสิเนส ไรร์)–30 ก.ย. 2558

- ซีอีโอคอนซูเมอร์ เฮลธ์ สรุปภาพรวมเกี่ยวกับศักยภาพของละตินอเมริกาในการประชุม FT OTC
- เล็งเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ทั่วทั้งละตินอเมริกาในปี 2559
- แนวทางดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค และกลยุทธ์ 3x3 ช่วยรักษาการเติบโตในตลาดละตินอเมริกา
- อุปสงค์ในภูมิภาคละตินอเมริกาหนุนยอดขายเติบโตในอัตราตัวเลขสองหลักในไตรมาส 2 ปี 2558

เมอร์ค (Merck) บริษัทชั้นนำด้านผลิตภัณฑ์ไฮเทคล้ำสมัยและมีคุณภาพสูงในภาคการดูแลสุขภาพ ชีววิทยาศาสตร์ และวัสดุสมรรถนะสูง คาดการณ์ว่า ภูมิภาคละตินอเมริกาจะยังคงขับเคลื่อนการขยายตัวให้กับธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลธ์ต่อไป เนื่องจากความต้องการสินค้าบริโภคในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

“นอกเหนือจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นในหมู่ผู้บริโภคแล้ว ความต้องการผลิตภัณฑ์เฮลธ์แคร์และกระแสดิจิทัลบริโภคเพื่อชีวิตที่สะดวกสบายก็กำลังเติบโตในละตินอเมริกาเช่นกัน” Uta Kemmerich-Keil ซีอีโอและประธานธุรกิจ คอนซูเมอร์ เฮลธ์ของเมอร์ค กล่าวในการประชุม Financial Times Latin America Healthcare & Life Sciences Summit ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558 ที่ไมอามี สหรัฐอเมริกา “ธุรกิจของเราอยู่ในจุดที่สามารถรับมือกับจำนวนประชากรที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในภูมิภาค และตอบสนองความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของผู้บริโภค”

เธอขยายความว่า ธุรกิจนี้สามารถตอบโจทย์กระแสผู้บริโภคที่เกิดขึ้นใหม่ อาทิ การลงทุนไปกับการสื่อสารดิจิทัลมากขึ้น อีกทั้งยังตอบรับการรวมตัวกันของภาคค้าส่งและเภสัชกรรมอีกด้วย นอกจากนี้ เธอยังได้สรุปภาพรวมเกี่ยวกับข้อเสนอทางธุรกิจซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของชนชั้นกลางที่ปรากฏขึ้นในภูมิภาค ตัวอย่างเช่น การให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคของแบรนด์ Neurobion และ Floratil และการขยายแบรนด์ Bion ไปยังบราซิล และเพื่อเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นอันแรงกล้าที่ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลธ์ของเมอร์คมีต่อภูมิภาคนี้ คุณ Kemmerich-Keil ยังได้ประกาศแผนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เปี่ยมนวัตกรรมตัวใหม่ที่ครอบคลุมเกือบทั้งละตินอเมริกาในปี 2559

ละตินอเมริกากับบทบาทในการขับเคลื่อนการเติบโต

ในบรรดาภูมิภาคต่างๆทั่วโลกนั้น ละตินอเมริกาคือภูมิภาคที่ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ มีผลการดำเนินงานที่ดีที่สุด เนื่องจากความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์ 3x3 ด้วยการครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้อย่างน้อย 3% และมีแบรนด์ชั้นนำอย่างน้อย 3 แบรนด์ต่อตลาด และคาดว่าภายในสิ้นทศวรรษนี้ โครงการเชิงกลยุทธ์ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคนี้ที่ซึ่งคอนซูเมอร์ เฮลท์ ดำเนินธุรกิจในสามหมวดหมู่ใหญ่ๆ ได้แก่ ก) วิตามิน แร่ธาตุ และ อาหารเสริม ข) อากาศไอ และ หวัด ค) ภูมิแพ้และยาแก้ปวด โดยทั้งสามหมวดหมู่ต่างเติบโตในตลาดอย่างแข็งแกร่งราว 5%

ละตินอเมริกามีบทบาทสำคัญต่อแนวทางดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับลูกค้าของ Neurobion และ Floratil โดยทั้งสองแบรนด์ได้ย้ายมาจากธุรกิจ เมอร์ค เซโรโน ซึ่งเคยมีส่วนสนับสนุนการเติบโตของภูมิภาคนี้มากที่สุดมาแล้ว โดยในบราซิลนั้น แนวทางดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคของ Floratil ได้ผลักดันยอดขายสุทธิให้พุ่งขึ้น 34% ในปี 2557 เมื่อเทียบกับปี 2556 และคาดว่าจะกลายเป็นแบรนด์ที่เติบโตเร็วที่สุดเป็นอันดับสองในละตินอเมริกาภายในสิ้นทศวรรษนี้ ขณะเดียวกัน คาดว่า Bion จะกลายเป็นแบรนด์ที่เติบโตเร็วที่สุดในภูมิภาคนี้ หลังจากความสำเร็จในการเปิดตัว Bion3 ในบราซิลเมื่อปี 2557 สำหรับในชิลี แนวทางให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคผ่านดิจิทัลซึ่งเริ่มดำเนินการในปี 2553 นั้น ทำให้ Bion3 กลายเป็นแบรนด์ OTC ที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 2 และเป็นวิตามินรวมที่ขายดีที่สุด ด้วยส่วนแบ่งตลาดราว 60%

ยอดขายจากธุรกิจหลักเติบโตแข็งแกร่งในไตรมาส 2 ปี 2558

ในไตรมาสสองของปี 2558 ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ ทำยอดขายสุทธิ 227.6 ล้านดอลลาร์ ซึ่งบ่งชี้ถึงการเติบโตอย่างแข็งแกร่งถึง 16% ของธุรกิจหลัก เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า คอนซูเมอร์ เฮลท์ ยังคงเป็นธุรกิจที่เติบโตเร็วที่สุดของเมอร์ค ส่วนแบรนด์สำคัญระดับโลกต่างทำผลงานได้ดีกว่าปีที่แล้วทุกแบรนด์ โดยเฉพาะ Neurobion, Dolo-Neurobion และ Femibion สำหรับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เมอร์คมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ได้แก่ ชิลีและเม็กซิโก ในละตินอเมริกา เช่นเดียวกับอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ในเอเชียแปซิฟิก

###

เกี่ยวกับธุรกิจ คอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค

แบรนด์ของธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ เช่น Dolo-Neurobion(R), Neurobion(R), Bion(R), Seven Seas(R), Nasivin(R) และ Femibion(R) เป็นผู้นำนวัตกรรมในตลาดสำคัญๆ ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์ และได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคทั่วโลก ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ มีพนักงานกว่า 2,600 คน ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในตลาดกว่า 40 แห่งทั่วโลก นับตั้งแต่ปี 2557 แบรนด์ผลิตภัณฑ์ของคอนซูเมอร์ เฮลท์ ทำยอดขายรวมต่อปีราว 1 พันล้านดอลลาร์ ทั้งนี้ คอนซูเมอร์ เฮลท์ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเฮลท์แคร์ ในเครือเมอร์ค กรุ๊ป ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในเมืองดาร์มสตัดท์ ประเทศเยอรมนี สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม สามารถรับชมได้ที่ [www.merck-consumer-health.com](http://www.merck-consumer-health.com)

เมอร์คเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดทางอีเมลล์และเว็บไซต์ของเมอร์ค ผู้ที่สนใจสามารถลงทะเบียนออนไลน์

เปลี่ยนแปลงตัวเลือก หรือยกเลิกบริการนี้ได้ทาง [www.merckgroup.com/subscribe](http://www.merckgroup.com/subscribe)

เมอร์ค เป็นบริษัทชั้นนำด้านผลิตภัณฑ์ไฮเทคที่ทันสมัยและมีคุณภาพสูงในภาคอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ ชีววิทยา ศาสตร์ และวัสดุสมรรถนะสูง เมอร์คมียอดขายรวมประมาณ 1.13 หมื่นล้านยูโรในปี 2557 จากการดำเนินงานของ 6 ธุรกิจ ได้แก่ เมอร์ค เซโรโน, คอนซูเมอร์ เฮลธ์, แอลเลอร์โกฟาร์มา, ไบโอดีแมติกส์, เมอร์ค มิลลิพอร์ และเพอร์ฟอร์แมนซ์ แมททีเรียล บริษัทมีพนักงานราว 39,000 คนที่ปฏิบัติงานใน 66 ประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย เดินหน้าสร้างความสำเร็จให้กับลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาสำคัญของโลก เมอร์คเป็นบริษัทเภสัชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์ที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดในโลก บริษัทมีชื่อเสียงด้านนวัตกรรม ความสำเร็จทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2211 ปัจจุบันครอบครัวของผู้ก่อตั้งบริษัทยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่ประมาณ 70% เมอร์ค ในดาร์มสตัดท์ ประเทศเยอรมนี ครอบครองสิทธิในชื่อและแบรนด์ของเมอร์คทั่วโลก ยกเว้นในแคนาดาและสหรัฐอเมริกาซึ่งเราดำเนินธุรกิจในชื่อ อีเอ็มดี เซโรโน, อีเอ็มดี มิลลิพอร์ และอีเอ็มดี เพอร์ฟอร์แมนซ์ แมททีเรียลส์

รับชมข่าวต้นฉบับบนเว็บไซต์ [businesswire.com](http://businesswire.com) ได้ที่

<http://www.businesswire.com/news/home/20150930005042/en>

ติดต่อ:

เมอร์ค คอนซูเมอร์ เฮลธ์

ดร. ลาร์ส อาทอร์ฟ (Dr. Lars Atorf)

โทร. +49 6151 856-3114