

# “เหมาเถา” เผยผลิตภัณท์ของแบรนด์ชาดตลาดในต่างประเทศปีนี้



- บริษัทมีแผนจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ในตลาดต่างชาติปีหน้า

ก๊วยโจว เหมาเถา กรุ๊ป (Kweichow Moutai Group) ประกาศในการประชุม 2019 Overseas Distributors Conference ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายนที่ผ่านมา ทางบริษัทได้ส่งออกเหมาเถาและผลิตภัณท์แบรนด์อื่น ๆ ภายใต้เครื่องหมายไปต่างประเทศ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,576.82 เมตริกตันในช่วง 10 เดือน นับจนถึงสิ้นเดือนตุลาคม 2562 คิดเป็นมูลค่าการส่งออกราว 369 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายใต้กลยุทธ์การลงทุนเพื่อขยายเครือข่ายการค้าในตลาดต่างประเทศ เหมาเถาได้เพิ่มจำนวนผู้จัดจำหน่ายและเปิดร้านค้าใหม่ขึ้นอีก 10 แห่งในต่างแดนตลอดปี 2562 ปัจจุบัน เหมาเถามีผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศถึง 107 เจ้าที่ให้บริการอยู่ใน 64 ประเทศและภูมิภาคใน 5 ทวีป ซึ่งรวมถึง 44 ประเทศเป้าหมายในโครงการ Belt and Road ของรัฐบาลจีน เพิ่มขึ้น 6 แห่งจากปีที่แล้ว

หลังจากที่เหมาเถาได้รับความนิยมมากขึ้นทั่วโลกในช่วงหลายปีที่ผ่านมา บริษัทก็ได้เริ่มสังเกตเห็นปัญหาการขาดแคลนอุปทานในตลาดต่างประเทศมาตั้งแต่ปี 2561 และด้วยเหตุที่ความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานขยายวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้ผลิตภัณท์ของเหมาเถาขาดตลาดในต่างประเทศเป็นครั้งแรกในปี 2562

Li Baofang ประธานเหมาเถา กรุ๊ป และเลขานุการคณะกรรมการบริษัท กล่าวว่า “ความเคลื่อนไหวดังกล่าวถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในตลาดต่างประเทศ นับที่ตั้งแต่ยอดขายเหมาเถาในประเทศฟื้นตัวขึ้นในปี 2559 การที่ผลิตภัณท์ขาดตลาดถือเป็นบทพิสูจน์ที่แข็งแกร่งถึงโปรโมชันที่มีประสิทธิภาพของเหมาเถาในตลาดต่าง

ประเทศตลอดช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เราประสบความสำเร็จในการขยายแบรนด์ไปนอกตลาดจีน ขณะที่ความนิยมของ เหม่าไถในกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลกก็มีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากความพยายามของพนักงานทุกคนที่เหม่าไถ ทุ่มเท ตลอดช่วงระยะเวลาหลายปี”

Li กล่าวเพิ่มเติมว่า “เหลือเวลาอีกเพียง 50 วันก็จะเข้าสู่ปี 2563 ในขณะที่เหม่าไถเองก็ใกล้จะบรรลุเป้าหมายยอดขาย 1 แสนล้านหยวน (ราว 1.4 หมื่นล้านดอลลาร์) ในปี 2562 นี้แล้ว และนี่ก็จะเป็นการบรรลุกลยุทธ์การตลาด ระยะเวลา 5 ปีฉบับที่ 13 ก่อนกำหนด ด้วยเหตุนี้ เราจึงสามารถวางกลยุทธ์การตลาดระยะ 5 ปีฉบับที่ 14 ได้ตั้งแต่เนิ่น ๆ ทั้งนี้ เราตั้งเป้าหมายว่าปี 2563 จะเป็นปีแห่งการเสริมความแข็งแกร่งให้กับรากฐานของเรา”

“ด้วยความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดต่างประเทศ เราได้เดินทางสนับสนุนนโยบาย Belt and Road และวางตัวในเป้าหมายที่ใหญ่กว่าของโครงการ เราตั้งตารอที่จะประสบความสำเร็จอย่างงดงามในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า และมั่นใจว่าเราอยู่บนเส้นทางที่ถูกต้องในการสร้างอนาคตที่ดีให้กับเหม่าไถ”

Li Jingren ผู้จัดการทั่วไปของเหม่าไถและรองเลขาธิการคณะกรรมการบริษัทกล่าวว่า “เราหวังว่าผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศจะยังคงสนับสนุนการเติบโตของเหม่าไถ และร่วมมือกับเราในการบุกตลาดต่างประเทศด้วยการสร้างฉันทามติที่มีความครอบคลุม และยกระดับความเข้าใจในวัฒนธรรมของเหม่าไถ ในขณะที่เราพยายามทำความเข้าใจวัฒนธรรมของแต่ละตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากขึ้น”

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191115/2644201-1-a>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191115/2644201-1-b>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191115/2644201-1-c>