

เอเซียติคฯ เผยโฉมกะทิ “อัมพวา” ขวด PET

แบรนด์ไทยรายแรกของโลก จุดเด่นสดจากต้น คั้น

ทันทีตั้งแต่กะเทาะเปลือก



“เอเซียติคฯ” เดินหน้าเกมรุกบุกตลาดผลิตภัณฑ์มะพร้าวเต็มสูบ ด้วยประสบการณ์และมาตรฐานการส่งออกกว่า 22 ปี ไปยัง 77 ประเทศทั่วโลก กับการเสริมทัพพอร์ตสินค้ำ ส่ง “อัมพวา” กะทิไทย 100% เกรดพรีเมียม ปราศจากสารเคมี ในขวด PET แบรนด์ไทยรายแรกของโลก เขย่าตลาดกะทิสำเร็จรูป ชูนวัตกรรมลือคคุณภาพจากต้น คั้นทันทีตั้งแต่กะเทาะเปลือก ผ่านการแปรรูปจนบรรจุลงในขวดปลอดเชื้อที่กันรังสียูวี พร้อมเก็บรักษาความขาวขุ่นหอมมันของกะทิกั้นสดไว้ในทุกขวดด้วยเทคโนโลยี Cold Aseptic Filling Technology ทุ้มบกว่า 100 ล้านบาท สื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายครบวงจร พร้อมเสริมทัพความสดของกะทิแท้ 100% ทั่วประเทศมีภูมายนศกนี้ ตั้งเป้ายอดขาย 500 ล้านบาทในปีแรก พร้อมโตอีก 100% ในปี 2

นายณัฐพล วิสุทธิไกรสิทธิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเซียติค อุตสาหกรรมเกษตร จำกัด ผู้ผลิต แปรรูป และส่งออกผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวรายใหญ่ของประเทศไทย เปิดเผยว่า จากการที่บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจประเภทแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรมากกว่า 22 ปี จนได้รับการยอมรับใน 77 ประเทศทั่วโลก โดยเน้นผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมจากมะพร้าวที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานโลก ในขณะเดียวกันก็มีนโยบายควบคู่ในการพัฒนาช่องทางการตลาดในประเทศไทยมากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคชาวไทยได้ใช้สินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกับทั่วโลก จึงเป็นที่มาของการพัฒนานวัตกรรม “กะทือัมพวา” กะทิ 100% ในขวด PET ที่มีรสชาติเหมือนกะทิสด เพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างทางการตลาดและจับกลุ่มตลาดพรีเมียม พร้อมเปิดแนะนำตัวกับผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงประชาชนทั่วไปครั้งแรกในงาน THAIFEX-World Of Food Asia 2016 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 25 – 29 พฤษภาคม 2559 ณ บริเวณ บูธ U01 ฮอลล์ 2 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี

“อัมพวา” กะทิแท้ 100% ถือเป็นการปฏิวัติรูปแบบกะทิสำเร็จรูปสัญชาติไทยในขวด PET รายแรกของโลก ที่คัดสรรจากมะพร้าวคุณภาพชั้นดี นำมาคั้นทันทีตั้งแต่กะเทาะเปลือก และผ่านการแปรรูปจนบรรจุลงในขวดกันรังสียูวีในระบบปลอดเชื้อที่ทันสมัย Cold Aseptic Filling Technology เพื่อเก็บรักษาความขาวขุ่นหอมมันของกะทิกั้นสดแบบธรรมชาติ รสชาติอร่อย ปราศจากการปรุงแต่ง เหมาะสำหรับการนำไปปรุงอาหารคาวและอาหารหวาน

นายณัฐพล เปิดเผยต่อไปว่า การเปิดตัว “กะทือัมพวา” ในรูปโฉมและนวัตกรรมใหม่ในครั้งนี้ถือเป็นการเสริมทัพ

สินค้าของบริษัทฯ ให้มีความหลากหลาย และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกสบายภายใต้คุณภาพพรีเมียม ซึ่งเราเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า ด้วยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการ ทดสอบจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมาก ผู้ใช้จะสามารถสัมผัสได้ถึงความแตกต่างในครั้งแรกที่ทดลอง ใช้ ดังนั้นในเบื้องต้นได้เตรียมงบประมาณกว่า 100 ล้านบาท เพื่อทำการตลาด แรนด์ “อัมพวา” โดยเน้นการ สื่อสารไปยังกลุ่มคนเมืองและต่างจังหวัดที่เน้นคุณภาพและความสะดวก พร้อมทั้งเตรียมกระจายสินค้าในทุกช่อง ทางการจัดจำหน่าย โดยจะพร้อมจำหน่ายที่แรกที่ เซเว่น อีเลฟเว่นทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายนศกนี้ และ ร้านค้าสะดวกซื้อ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านโชห่วยในต่างจังหวัดต่อไป โดยในปีแรกได้ตั้งเป้าหมายยอดขายไว้ ที่ประมาณ 500 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,000 ล้านบาท ในปี 2560

พิสูจน์รสชาติความสดของ “อัมพวา” กะทิ 100% ในขวด PET ที่เก็บคุณภาพความสดจากต้น พร้อมเสิร์ฟถึงมือคุณ กับ 2 ขนาดให้เลือก ในขวดกะทัดรัด 250 มล. ราคา 23 บาท และขนาด 1,000 มล. ราคา 69 บาท ได้ที่ เซเว่น อี เลฟเว่นทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายนศกนี้