

Huami Amazfit มียอดส่งมอบนาฬิกาติดอันดับต้น ๆ ในรัสเซีย อิตาลี สเปน อินเดีย และอินโดนีเซีย ใน ไตรมาส 4/2562

Rank	YoY Growth
No. 1	215.8%
No. 2	335.6%
No. 3	146.7%
No. 1	370.5%
No. 1	314.3%
No. 6	1814.4%
No. 6	708.3%
No. 7	379.5%
No. 6	97.5%

IDC data, 2019-Q4, Watch shipments excluding

Market	Rank	YoY Growth
Spain	No. 1	215.8%
Italy	No. 2	335.6%
Russia	No. 3	146.7%
Indonesia	No. 1	370.5%
India	No. 1	314.3%
Germany	No. 6	1814.4%
France	No. 6	708.3%
UK	No. 7	379.5%
US	No. 6	97.5%

* According to IDC data, 2019-Q4, Watch shipments excluding kids' products.

เดิบทอ ขึ้นเฉลี่ย 440.1% ต่อปี ในยุโรปตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดฝรั่งเศส เยอรมนี และสหราชอาณาจักร ซึ่งมีอัตราการเติบโตระดับสูง

แบรนด์ Amazfit ของบริษัท Huami (NYSE: HMI) มียอดส่งมอบผลิตภัณฑ์สูงสุดเป็นอันดับ 1 ในประเทศสเปน อินโดนีเซีย และอินเดีย ติดอันดับ 2 ในอิตาลี และรั้งอันดับ 3 ในรัสเซีย ข้อมูลดังกล่าวของ IDC [1] ซึ่งให้เห็นว่า ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2562 Huami มียอดส่งมอบผลิตภัณฑ์ติดอันดับต้น ๆ ในตลาดนาฬิกาข้อมือ (ไม่นับรวมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก) ของประเทศเหล่านี้ ส่งผลให้ Huami Amazfit ถูกนับเป็นแบรนด์อุปกรณ์สวมใส่ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดระหว่างประเทศ และยอดส่งมอบที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากของ Huami Amazfit ยังทำให้แบรนด์นี้ถือเป็นแบรนด์ที่มีความแข่งขันในการส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภค

ตลาดนาฬิกาข้อมือในไตรมาสที่ 4 ของปี 2562 [2] Huami Amazfit เติบโตขึ้นถึง 440.1% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า [3] ในพื้นที่ยุโรปตะวันตก โดยมีอัตราเติบโตสูงถึง 1814.4% ในเยอรมนี (ยอดส่งมอบสินค้าอยู่ที่อันดับ 6), 708.3% ในฝรั่งเศส (ยอดส่งมอบสินค้าอยู่ที่อันดับ 6) และ 379.5% ในสหราชอาณาจักร (ยอดส่งมอบสินค้าอยู่ที่อันดับ 7) ส่วนในภูมิภาคอเมริกาเหนือ Huami เพิ่งเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาในปี 2562 และมียอด

ส่งมอบสินค้าสูงเป็นอันดับ 6 ในตลาด โดยในไตรมาสที่ 4 ของปี 2562 บริษัทมีการส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้น 97.5% และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 328.5%

ข้อมูลจากรายงานการเงินประจำปี 2562 พบว่า Huami มีรายรับอยู่ที่ 834.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2561 คิดเป็น 59.4% และมียอดส่งมอบผลิตภัณฑ์รวม 42.3 ล้านชิ้น ซึ่ง มร. หวาง หวง ผู้ก่อตั้ง ประธาน และซีอีโอของบริษัท Huami ได้กล่าวในการรายงานผลประกอบการของบริษัทว่า “ในฐานะพันธมิตรเชิงกลยุทธ์Huami และ Timex ได้ร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำการศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยปัจจุบันได้มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์รุ่นแรกที่จะมอบประสบการณ์การใช้งานอันน่าตื่นตะลึงอย่าง R300 GPS ออกมาแล้วในตลาดอเมริกาเหนือ ในขณะที่เดียวกันก็กำลังเดินหนายกระดับความสัมพันธ์ในฐานะพันธมิตรกับ Huawei และคาดว่าจะออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่อย่าง Mi Band 5 ภายในปีนี้”

ยอดการส่งมอบสินค้าแบรนด์ AMAZFIT ของ Huami ในตลาดต่างประเทศ คิดเป็น 51.6% ของ ยอดส่งมอบผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในตลาดกว่า 70 แห่ง[4] ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2562 Huami ได้เข้าร่วมกับ MediaMarkt ซึ่งเป็นช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดในสหภาพยุโรป โดยความสำเร็จของแบรนด์ นอกจากจะมาจากช่องทางจำหน่ายและทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็นผลมาจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2561 Huawei ได้ออกซีรีส์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเล่นกีฬา ได้แก่ Amazfit Stratos 3 และซีรีส์ผลิตภัณฑ์แนวแฟชั่น ได้แก่ Amazfit GTR และ Amazfit GTS นอกจากนี้ ในงาน IFA 2019 ยังมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมระดับหรืออย่างนาฬิกาหน้าจอลด Amazfit X ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของยอดส่งมอบสินค้าเหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าผลิตภัณฑ์ Huami Amazfit ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้ใช้

ในงาน CES 2020 เมื่อเดือนมกราคมที่ผ่านมา Huami ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ 6 รุ่นใน 3 ประเภทการใช้งานซึ่งแสดงให้เห็นว่า Huami ต้องการขยายประเภทผลิตภัณฑ์และระบบนิเวศของแบรนด์ให้กว้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Amazfit HomeStudio ยิมออกกำลังกายที่บ้าน, Amazfit AirRun ลู่วิ่งพับได้, Amazfit PowerBuds หูฟังไร้สายแบบ true wireless ในรูปแบบ clip-to-go, Amazfit ZenBuds หูฟังสำหรับติดตามการนอนหลับและสุขภาพ และ Amazfit T-Rex ซีรีส์ผลิตภัณฑ์สำหรับเอทาคอร์ โดยผลิตภัณฑ์ที่เปิดตัวใหม่เหล่านี้ล้วนได้รับการเสนอชื่อว่าเป็นนวัตกรรม CES และเป็นที่น่าสนใจโดยสื่อและสถาบันระดับแนวหน้าของโลกทั้งหลาย

Huami มียอดขายที่แข็งแกร่งการเป็นแบรนด์ยอดนิยมระดับโลก โดยในเดือนสิงหาคม 2562 บริษัทมียอดขายอุปกรณ์อัจฉริยะมากกว่า 100 ล้านชิ้นในตลาดกว่า 70 แห่ง นอกจากนี้ ในฐานะผู้เล่นในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สำหรับสวมใส่ซึ่งมีเจตจำนงที่ดี Huami ยังตั้งใจมอบความช่วยเหลือผู้คนให้มีวิถีชีวิตที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดี พร้อมสร้างระบบนิเวศด้านสุขภาพ ขณะเดียวกันก็มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ค้าที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้จำนวนมากที่สุด

นอกจากนี้ แม้จะมีผลกระทบทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นทั่วโลกจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ฝ่ายบริหารของ

Huami ก็ยังคงมั่นใจในแนวโน้มของผลประกอบการในไตรมาสแรกของปี 2563 โดยคาดว่าบริษัทจะมีรายรับสุทธิ อยู่ระหว่าง 980 – 1,010 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นราว 22.6-26.3% เมื่อเทียบกับ 799.6 ล้านบาทในไตรมาสแรก ของปี 2562

อีเมลขอข้อมูลเพิ่มเติม pr@huami.com

[1] ข้อมูลจากรายงานการส่งมอบสินค้าประเภทนาฬิกาข้อมือในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 (ไม่นับรวมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก) ของ IDC

[2] ข้อมูลจากรายงานการส่งมอบสินค้าประเภทนาฬิกาข้อมือในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 (ไม่นับรวมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก) ของ IDC

[3] ข้อมูลจากรายงานการส่งมอบสินค้าประเภทนาฬิกาข้อมือในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 (ไม่นับรวมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก) ของ IDC และรายงานผลประกอบการทางการเงินประจำไตรมาส 4 และตลอดทั้งปี 2562 ของบริษัท Huami Corporation ฉบับก่อนตรวจสอบ

[4] ข้อมูลจากรายงานการส่งมอบสินค้าประเภทนาฬิกาข้อมือในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 (ไม่นับรวมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก) ของ IDC และรายงานผลประกอบการทางการเงินประจำไตรมาส 4 และตลอดทั้งปี 2562 ของบริษัท Huami Corporation ฉบับก่อนตรวจสอบ

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20200317/2753673-1>