

Suning.com เผยรายได้จากการดำเนินงานไตรมาสแรกทะยาน 25.44% ตะะ 6.22 หมื่นล้านบาท

เมื่อวันที่ 29 เมษายนที่ผ่านมา Suning.com (002024.SZ) ผู้นำด้านการค้าปลีกแบบออนไลน์สู่ออฟไลน์ (O2O) ในเครือกลุ่มบริษัท Suning Holdings Group ได้เปิดเผยรายงานผลประกอบการไตรมาสแรกของปี 2562 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การค้าปลีกอัจฉริยะยังคงผลักดันให้บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานอยู่ที่ 6.2242 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.44% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว ส่วนยอดขายรวมทุกช่องทางอยู่ที่ 8.6926 หมื่นล้านบาท โดยยอดขายผ่านร้านค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นถึง 40.87% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ด้านกำไรสุทธิอยู่ที่ 136 ล้านบาท

เครือข่ายการค้าปลีกหลายช่องทางช่วยผลักดันการเติบโต

ในไตรมาสแรกของปี 2562 ตลาดผู้บริโภคในประเทศโดยรวมยังคงแสดงให้เห็นศักยภาพในการเติบโต แม้ว่าสภาพตลาดจะชะลอตัวลงก็ตาม โดยธุรกิจออนไลน์และออฟไลน์ของ Suning ยังคงเติบโตค่อนข้างรวดเร็ว ขณะที่บริษัทยังคงดำเนินกลยุทธ์การขยายเครือข่ายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ในตลาดออฟไลน์ Suning ยังคงขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัทมีร้านค้าของตัวเอง 9,758 สาขา และร้านแฟรนไชส์อีก 2,571 สาขา การปรับโครงสร้างของร้านค้าและสินค้าช่วยให้บริษัทสามารถยกระดับคุณภาพการจัดการร้านค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้าน Redbaby ที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ และมีรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น 15.70% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ส่วนในตลาดออนไลน์ การยกระดับความร่วมมือในอุตสาหกรรมและการเพิ่มประสิทธิภาพผ่านการหลอมรวมทรัพยากร ได้ทำให้ยอดขายของ Suning มีอัตราการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมอย่างชัดเจน ในไตรมาสแรกของปี 2562 มูลค่าการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Suning.com อยู่ที่ 5.4124 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 36.09% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมียอดขายผ่านร้านค้าของตัวเองอยู่ที่ 3.7909 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 40.87% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ส่วนมูลค่าการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มแบบเปิดอยู่ที่ 1.6215 หมื่นล้านบาท นอกจากนี้ รายงานของไตรมาสแรกยังแสดงให้เห็นว่า เครือข่ายการค้าปลีกของบริษัทมีสมาชิกลงทะเบียนมากถึง 422 ล้านราย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562

เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยกลยุทธ์สินค้าครบทุกหมวดหมู่

ในไตรมาสแรกของปีนี้ บริษัทได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน สินค้า

อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภคบริโภค เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และสินค้าต่างประเทศ เพื่อให้การจัดการสินค้ามี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดย Suning ได้เพิ่มประสิทธิภาพการนำเสนอสินค้าหมวด 3C รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และสินค้าพรีเมียมอื่นๆ พร้อมกับเร่งบูรณาการและขยายห่วงโซ่อุปทานสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารสด และสินค้าทั่วไป

สำหรับสินค้าหมวด 3C และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านขนาดใหญ่ Suning ได้เปิดตัวสินค้าอัจฉริยะใหม่ๆ กว่า 10 รายการ เช่น เครื่องปรับอากาศ หุ่นยนต์ทำความสะอาดพื้น และหูฟังอัจฉริยะ นอกจากนี้ยังจัดตั้ง Suning Eco-chain Fund และ Biu+Joint Laboratory เพื่อให้การสนับสนุนองค์กรผู้พัฒนาฮาร์ดแวร์อัจฉริยะ ตลอดจนเงินหน้า ยกระดับผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และประสบการณ์ผู้ใช้งาน

ในส่วนของสินค้าอุปโภคบริโภค Suning ได้เสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์อย่างต่อเนื่อง และเติบโตทั้งในธุรกิจ ออนไลน์และออฟไลน์ อันเป็นผลมาจากการรวมศูนย์กระบวนการจัดซื้อ การสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิต และการสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ ซึ่งนำไปสู่การขยายเครือข่ายร้านค้าออฟไลน์ด้วยเช่นกัน พร้อมกันนี้ Suning ได้ยกระดับ การจัดการห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านการเข้าซื้อกิจการร้าน Wanda รวม 37 สาขา นับ เป็นความสำเร็จครั้งสำคัญของกลยุทธ์การดำเนินงานแบบมีสินค้าครบทุกหมวดหมู่

เม็ดเงินลงทุนด้านโลจิสติกส์ บริการทางการเงิน และเทคโนโลยี ยังคงอยู่ในระดับสูง

ในไตรมาสแรกของปีนี้ Suning ยังคงเพิ่มการลงทุนด้านโลจิสติกส์ บริการทางการเงิน และเทคโนโลยี พร้อมเสริม สร้างศักยภาพในด้านอื่นๆ เพื่อวางรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตต่อไปในทศวรรษหน้า

ในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์นั้น Suning Express และ Daily Express มีพื้นที่คลังสินค้าและพื้นที่ งานสนับสนุนอื่นๆ รวมกันถึง 9.64 ล้านตารางเมตร และมีจุดบริการส่งด่วน 26,700 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2562

ส่วนการลงทุนในธุรกิจการเงินสำหรับผู้บริโภคพุ่งขึ้นถึง 229.66% ในไตรมาสแรกเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ขณะที่การลงทุนในธุรกิจการเงินสำหรับห่วงโซ่อุปทานเพิ่มขึ้น 78.01% นอกจากนี้ Suning Finance ยังติดโผ 50 บริษัทฟินเทคชั้นนำของจีนประจำปี 2561 จากการจัดอันดับของ KPMG และ Suning Paypassport ได้รับการ รับรองในฐานะ National High-and New Technology Enterprise

ขณะเดียวกัน Suning ยังคงทุ่มลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการลงทุนเพิ่มขึ้น 81.79% ใน ไตรมาสแรกเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในช่วงต้นปี 2562 บริษัทได้จัดตั้ง Suning Technology Group อย่างเป็นทางการ และในเดือนมกราคมได้มีการเปิดตัว “Smart Retail Brain” เป็นครั้งแรก เพื่อมอบพลังให้แก่ผู้ บริโภค ผู้ให้บริการค้าปลีกและช่องทางจำหน่าย ผู้ผลิต และภาคส่วนอื่นๆ ครอบคลุมทั่วทั้งห่วงโซ่อุตสาหกรรม

เกี่ยวกับ Suning

Suning ก่อตั้งขึ้นในปี 2533 ในฐานะกลุ่มธุรกิจพาณิชย์ชั้นนำของประเทศจีน ซึ่งเป็นเจ้าของบริษัทมหาชนสองแห่งในจีนและญี่ปุ่น ในปี 2561 Suning Holdings ครอบงำอันดับสองในทำเนียบบริษัทเอกชนชั้นนำ 500 แห่งในจีน ด้วยรายได้ต่อปี 8.085 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ (5.579 แสนล้านบาท) บริษัทมีพันธกิจในการก้าวขึ้นเป็น “ผู้นำในอุตสาหกรรมต่างๆ ผ่านการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีที่สุดให้แก่ทุกคน” บริษัทเสริมแกร่งและขยายธุรกิจหลักใน 8 อุตสาหกรรมแนวตั้ง ได้แก่ Suning.com โลจิสติกส์ บริการทางการเงิน เทคโนโลยี อสังหาริมทรัพย์ กีฬา สื่อและความบันเทิง และการลงทุน นอกจากนี้ Suning.com ยังติดทำเนียบองค์กร Fortune Global 500 ในปี 2561 สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.suningholdings.com