

19 ส.ค. 2022

ยังแข็งแกร่ง! ผลประกอบการแบรนด์หรู

กลุ่มที่ยังสามารถสู้เศรษฐกิจถดถอย

เป็นระยะเวลาเกือบ 3 ปีแล้ว ที่ทั่วโลกเผชิญกับภาวะการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 หลายบริษัทยังคงได้รับผลกระทบจากการต้องปิดทำการ หรือยอดขายที่ลดลงจากอุปสงค์ที่ชะลอตัวลงทั่วโลก และได้สะท้อนผ่านตัวเลขผลประกอบการที่ออกมาหดตัว ในขณะที่ตัวเลขเงินเฟ้อในหลายประเทศยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ธนาคารหลายแห่งกลับมาเร่งขึ้นอัตราดอกเบี้ย และความกังวลที่เศรษฐกิจอาจกลับมาเผชิญกับสภาวะถดถอย ส่งผลให้นักลงทุนกลับมาลดความเสี่ยง และเทขายสินทรัพย์เสี่ยงออกมา อย่างไรก็ตาม ภายใต้อุปสรรคที่ยังมีบางอุตสาหกรรมที่ผลประกอบการยังออกมาเติบโตได้ดี เช่น กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสินค้าแบรนด์หรู อย่างรถยนต์ กระเป๋า รองเท้าผ้าใบ เครื่องสำอางค์ ที่แทบจะไม่ได้ได้รับผลกระทบในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว และยอดขายยังเติบโตได้ดีในช่วงที่เศรษฐกิจผันผวน



ตัวอย่างแบรนด์หรูที่ผลประกอบการออกมาแข็งแกร่ง

Ferrari รถยนต์หรูสัญชาติอิตาลี

Ferrari รถยนต์หรูสัญชาติอิตาลี ที่กำไรสุทธิออกมาเติบโตสูงถึง 251 ล้านยูโรในช่วงไตรมาส 2 และเป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่ 206 ล้านยูโรในปี 2021 หรือเติบโตขึ้น 22% ในขณะที่รายได้ปรับเพิ่มขึ้นราวหนึ่งในสี่อยู่ที่ 1.29 พันล้านยูโร และยอดส่งสินค้าปรับตัวขึ้น 29% อยู่ที่ 3,455 คัน โดยยอดขายหลักมาจากฝั่งสหรัฐฯที่ 1,053 คัน จาก 649 คันในปี 2021 หรือเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน โดยยอดขายหลักมาจากรุ่นยอดนิยมอย่าง V8-powered Portofino M Convertible และรถยนต์ที่เน้นการขับขี่ F8 mid-engine และล่าสุดมีการยืนยันว่าบริษัทจะเริ่มการผลิต V6-powered hybrid 296 GTB ที่คาดว่าจะช่วยหนุนยอดขายเพิ่มหลังจากนี้อีกด้วย ปัจจุบัน บริษัทได้มีการปรับเพิ่มคาดการณ์รายได้สุทธิที่อยู่ที่ 4.9 พันล้านยูโร จากเดิมที่มองไว้ที่ 4.8 พันล้านยูโร สะท้อนถึงอุปสงค์ในรถหรูที่ยังคงแข็งแกร่ง

Moet Hennessy Louis Vuitton (LVMH) แบรินด์หรูสัญชาติฝรั่งเศส

LVMH แบรินด์หรูสัญชาติฝรั่งเศสที่มีแบรินด์สินค้าในเครือกว่า 75 แบรินด์ ที่หลายคนน่าจะคุ้นเคยกันดี อย่างเช่น Louis Vuitton, Christian Dior, Marc Jacobs, Celine, Bvlgari และ Fendi เป็นต้น ได้รายงานผลประกอบการในช่วงครึ่งปีแรกที่ยอดขายออกมาขยายตัวถึง 28% YoY ที่ 36.7 พันล้านยูโร และกำไรปรับตัวขึ้น 34% ที่ 10.2 พันล้านยูโร ซึ่งหลักๆมาจากฝั่งยุโรป และสหรัฐฯ ซึ่งช่วยชดเชยผลกระทบจากการ Lockdown ในจีนซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของ LVMH ถึงแม้ว่าจะมีประเด็นที่หลายคนกังวลอย่างเงินเฟ้อที่ปรับตัวสูงขึ้น ปัญหาด้านการขนส่ง หรือข้อพิพาทระหว่างรัสเซีย-ยูเครน ตัวเลขยอดขายและกำไรที่เติบโตได้ดีก็แสดงให้เห็นว่าปัญหาดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการจัดจ่ายใช้สอยในกลุ่มผู้มีฐานะ

Christian Dior อีกหนึ่งแบรินด์หรูสัญชาติฝรั่งเศสภายใต้เครือ LVMH

Christian Dior เป็นอีกหนึ่งแบรินด์หรูสัญชาติฝรั่งเศสที่รายได้ในช่วงไตรมาส 2 ออกมาขยายตัว 27% โดยรายได้จากธุรกิจหลักขยายตัวได้ 19% เติบโตใกล้เคียงกับไตรมาสแรก โดยรายได้หลักมาจากฝั่งสหรัฐฯ และยุโรป ส่วนทางกับรายได้จากฝั่งเอเชียที่ยังคงหดตัวจากมาตรการ Lockdown ในจีน ทั้งนี้ในช่วงครึ่งปีแรก กำไรปรับตัวเพิ่มขึ้น 34% ที่ 10.23 พันล้านยูโร และอัตรากำไรจากผลการดำเนินงานแต่ละระดับ 27.9% ของรายได้ มากกว่าครึ่งปีแรกของปี 2021

Hermes แบรินด์เครื่องหนังสัญชาติฝรั่งเศส

Hermes แบรินด์เครื่องหนังสัญชาติฝรั่งเศส รายได้อยู่ที่ 5,475 ล้านยูโร ในช่วงครึ่งปีแรก เป็นการปรับตัวขึ้น 29% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2021 ด้านกำไรสุทธิอยู่ที่ 1,641 ล้านยูโร โดยยอดขายในไตรมาส 2 อยู่ที่ 2,710 ล้านยูโร ปรับตัวถึง 26% หนุนโดยยอดขายของทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่เพิ่มขึ้น และหากเจาะเป็นรายภูมิภาค ยอดขายในอเมริกา ยุโรป และเอเชีย ยังคงเติบโตแข็งแกร่ง โดยถึงแม้จะมีประเด็นเรื่องการ Lockdown ในจีน แต่ยอดขายผ่านทาง Online ยังเติบโตได้ดีต่อเนื่อง ปัจจุบัน บริษัทมีปัจจัยหนุนเพิ่มเติมจากการเปิดเศรษฐกิจในหลายประเทศ และการกลับมาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ยอดขายในฝั่งร้านค้าก็ปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน

จะเห็นได้ว่า ถึงแม้เราจะเห็นการชะลอตัวของการใช้จ่ายในสินค้าและบริการหลายประเภท จากราคาสินค้าและบริการที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงที่ผ่านมา แต่กับสำหรับสินค้าแบรินด์หรูนั้น เรายังเห็นอุปสงค์ในสินค้าที่ยังมีความแข็งแกร่ง จากผู้มีรายได้นับล้านยังคงเป็นกลุ่มสุดท้ายที่จะได้รับผลกระทบ ทำให้กลุ่มสินค้าแบรินด์หรูแทบจะไม่ได้รับผลกระทบในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว ยอดขายและกำไรก็ยังสามารถเติบโตได้ดีต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มธุรกิจแบรินด์หรูเป็นอีกหนึ่งธีมการลงทุนที่น่าสนใจในช่วงเงินเฟ้อสูงเช่นนี้

ที่มา: Apnews.com,wsj.com,cnbc, Bloomberg