

28 เม.ย. 2023

## LVMH บริษัทแรกในยุโรป ที่มีมูลค่าบริษัท แตะ \$500 พันล้านเหรียญ

หากพูดถึงบริษัทที่มีขนาดใหญ่อันดับต้นๆของโลกนั้น หลายคนคงคิดถึงบริษัท Technology ยักษ์ใหญ่สัญชาติอเมริกันเป็นอันดับแรกๆ ซึ่งนั่นก็ไม่ผิดเพราะปัจจุบันบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในโลก 6 ใน 10 อันดับแรกคิดตามมูลค่าตลาด (Market Capitalization) คือบริษัทกลุ่ม Tech ในสหรัฐฯ แต่ล่าสุดนี้เอง เราได้เห็นบริษัทจากทวีปยุโรป เติบโตขึ้นมา จนมีขนาดใหญ่ติด Top 10 ของโลก ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทแรกในยุโรปที่มีมูลค่าตลาดแตะ \$500 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งนั่นก็ไม่ใช่บริษัทเทคโนโลยีอย่างที่หลายคนคาดเดา แต่กลับเป็นบริษัท LVMH เจ้าของแบรนด์หรูระดับโลกมากมาย อย่างเช่น Louis Vuitton ,Christian Dior หรือ Tiffany & Co เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มบริษัทที่เป็นเจ้าของแบรนด์ระดับโลกมากที่สุดและครอบคลุมที่สุดเป็นอันดับต้นๆของโลก

### LVMH เจ้าของแบรนด์หรู ครองแชมป์บริษัทที่มีมูลค่าตลาดสูงที่สุดในยุโรป

LVMH ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1987 โดยเป็นการควบรวมกิจการระหว่าง Louis Vuitton (ก่อตั้งในปี ค.ศ.1854) กับ Moët Hennessy ผู้นำด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะ Champagne และ Cognac นำทีมโดยนาย Bernard Arnault นักลงทุนชาวฝรั่งเศส ,นาย Alain Chevalier ซึ่งเป็น CEO ของ Moët Hennessy และ นาย Henry Racamier ประธานบริษัท Louis Vuitton โดยทั้ง 3 ท่าน มีความตั้งใจที่จะรวบรวมสินค้าแบรนด์หรูระดับโลก เข้ามาไว้ในที่เดียว

จนปัจจุบันมีแบรนด์สินค้าระดับ Luxury กว่า 75 แบรนด์ ที่อยู่ภายใต้ LVMH ครอบคลุมหลายหมวดสินค้า ไม่ว่าจะเป็น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น Chandon & Hennessy ,สินค้าแฟชั่น&เครื่องหนัง เช่น Louis Vuitton ,Berluti & Christian Dior ,เครื่องสำอาง&น้ำหอม เช่น Guerlain & Acqua di Parma ,นาฬิกา&เครื่องประดับ เช่น TAG Heuer & Tiffany & Co. หรือ ร้านค้าปลีกระดับ Hi-End อย่าง Le Bon Marché จนในปี ค.ศ.2021 LVMH เติบโตจนขึ้นแท่นเป็นบริษัทที่มีมูลค่าตลาดใหญ่ที่สุดในโลกในทวีปยุโรปได้เป็นครั้งแรก และ ในปีค.ศ. 2022 สร้างรายได้ไปกว่า \$83.40 พันล้านเหรียญ ยังคงรักษาความยิ่งใหญ่มาได้จนถึงทุกวันนี้

**ภาพแสดงแบรนด์สินค้าภายใต้บริษัท LVMH**



**MOËT & CHANDON**  
Since 1743



**LOUIS VUITTON**  
Since 1854



**GUERLAIN**  
Since 1828



**SEPHORA**  
Since 1969



**HENNESSY**  
Since 1765



**CHRISTIAN DIOR**  
Since 1947



**TIFFANY & CO.**  
Since 1837



**LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE**  
Since 1852

source : <https://www.lvmh.com/houses/>

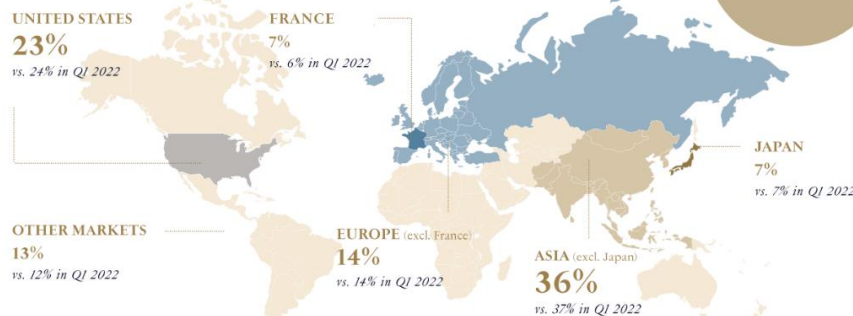
**ก้าวขึ้นมาเป็นบริษัทแรกในยุโรปที่มีมูลค่าแตะ \$500 พันล้าน และใหญ่ติด Top 10 ของโลก**

ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ดูเหมือนว่าสินค้าของบริษัท LVMH จะเป็นสินค้าที่ติดตลาด และมีหลายแบรนด์ที่เป็นที่จดจำของคนทั่วโลกมาเนิ่นนานแล้ว แต่ถ้าหากบริษัทขาดทีมผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ ขาดการวางกลยุทธ์ในการเติบโตที่ดี ก็อาจจะไม่สามารถรักษาการเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจนถึงทุกวันนี้ โดยนอกจากบริษัทจะใช้กลยุทธ์ในการควบรวมกิจการเพื่อค้นหาแบรนด์ใหม่ๆ เข้ามาเติมเต็มให้บริษัทแล้วนั้น ยังมีการขยายตลาดไปยังหลายประเทศทั่วโลก ปัจจุบันสัดส่วนรายได้หลักๆ มาจากทวีปเอเชีย ที่ไม่นับรวม ญี่ปุ่น ถึง 36% รองลงมาคือ สหรัฐฯ ที่มีส่วนแบ่งราว 23%

**ภาพแสดงโครงสร้างรายได้แบ่งตามภูมิภาคในไตรมาส 1 ปี 2023 ของบริษัท LVMH**

*Balanced geographic revenue mix*

Q1 2023 revenue breakdown by region (in % of total revenue)



5 | Q1 2023 revenue

LVMH

source : <https://www.lvmh.com/shareholders/agenda/2023-q1-revenue/>

ข้อมูล บทความ บทวิเคราะห์และการคาดการณ์ รวมทั้งการแสดงความเห็นทั้งหลายที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดที่ได้รับมาและพิจารณาแล้วเห็นว่าน่าเชื่อถือ แต่ทั้งนี้ไม่อาจรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ แท้จริงของข้อมูลดังกล่าว ความเห็นที่แสดงไว้ในรายงานฉบับนี้ได้มาจากการพิจารณาโดยเหมาะสมและรอบคอบแล้ว และอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้าแต่อย่างใด บทความ บทวิเคราะห์ และการคาดการณ์ทั้งหลายที่ปรากฏ อยู่ในรายงานฉบับนี้เป็นกรนำไปใช้โดยผู้ใช้อยอมรับความเสี่ยงและเป็นดุลยพินิจของผู้ใช้แต่เพียงผู้เดียว

## ผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2023 เติบโตได้ดี หนุนจากการเปิดประเทศของจีน

ด้วยสัดส่วนรายได้ตามภูมิภาคของบริษัทที่เป็นเช่นนี้ การเปิดประเทศของจีน จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ LVMH สามารถก้าวขึ้นมาเป็นบริษัทแรกในทวีปยุโรปที่เติบโตขึ้นมาจนมีมูลค่าแตะ \$500 พันล้านเหรียญไปเมื่อวันที่ 24 เม.ย. 2023 ที่ผ่านมา โดยปัจจัยหลักมาจากการรายงานผลการดำเนินงานในไตรมาส 1 ปี 2023 ที่รายได้เติบโตขึ้นถึง +17% YoY โดยทวีปเอเชีย ที่ไม่นับรวมประเทศญี่ปุ่น เติบโตได้ถึง +14% YoY ซึ่งพลิกกลับมาขยายตัวได้ในระดับสูง จากที่ไตรมาสก่อนหน้าหดตัว เนื่องจากประเทศจีนยังใช้นโยบาย Lockdown และหากแยกตามประเภทสินค้า การเติบโตหลักๆ มาจากสินค้ากลุ่มแฟชั่นและเครื่องหนัง ที่เติบโตได้สูงถึง +18% YoY สะท้อนว่ากำลังซื้อสินค้ากลุ่ม Luxury ยังคงขยายตัวได้ดี แม้ว่าเศรษฐกิจโลกกำลังเผชิญความเสี่ยงในการเข้าสู่ภาวะถดถอย

ในระยะข้างหน้า LVMH จะสามารถยกระดับไปอีกขั้น เติบโตไปจนมีมูลค่าตลาดแตะระดับ \$1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ได้หรือไม่นั้น ยังคงต้องให้เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ แต่หากพิจารณาจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และ กลยุทธ์ที่ใช้ในการเติบโตในช่วงที่ผ่านมา ก็พอจะบ่งชี้ได้ว่าบริษัทจะยังคงจะเดินหน้าขยายกิจการ และน่าจะยังคงรักษาความเป็นผู้นำในกลุ่มสินค้า Luxury ไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจุดนี้ได้สะท้อนไปยังมุมมองนักวิเคราะห์ที่คาดการณ์ว่า รายได้ของ LVMH จะยังเติบโตต่อไปได้อีก +9% ต่อปี ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะรายได้ที่มาจากกลุ่มประเทศ เอเชีย ที่ไม่นับรวมญี่ปุ่น ที่คาดว่าจะเติบโตได้ถึง +11% ต่อปี ในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งหากเติบโตได้ตามคาดการณ์ เชื่อว่าเป้าหมายที่จะเติบโตจนมีมูลค่าตลาดแตะระดับ \$1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ คงอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อม

ที่มา : Bloomberg , LVMH Company Presentation Q1/2023