

Headline

Beauty Drink rolls out Beauty Shot, Brink i Healthy Q10 (4 to 7

July 2010)

Date

05 Jul 2010

MediaTitle

Thansettakit

Section

Marketing

Journalist

N/A

Frequency

Bi-Weekly

Circ / Read

192,000 / 270,000

Language

Thai

Page No

17, 18

Article Size

240 cm²

Color

Full Color

ADValue

33,048

PRValue

99,145



เซ็ปเป้ปลูกตลาดฟังก์ชันัลตรงกักคัก ส่ง'บิวตี้ ชอต'ชนบริงค์-ไอ เฮลตี คิวเทิน

"เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์" ปลั้มแคมเปญรวยตลอดชาติทำยอดขายโต 80% ดันตลาดรวมทะยานทะลุ 3,000 ล้านบาท ประกาศเดินเครื่องลงทุนเต็มสูบรับกระแสฟังก์ชันัล ดริงค์พุ่ง ผุดโรงงานแห่งใหม่หวังเพิ่มกำลังการผลิต 50% พร้อมรียลลันซ์ "บิวตี้ ชอต" โฉมใหม่ ก.ย.นี้ หวังชนบริงค์-ไอ เฮลตี คิวเทิน

นายอดิศักดิ์ ธิกุลวิริยะพงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรัพย์สินอันดี เยนเนอรัล ฟู้ด จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ เปิดเผยว่า แคมเปญรวยตลอดชาติซึ่งเริ่มต้นเมื่อต้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมาได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น 60-80% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน รวมทั้งยัง

เป็นช่วงหน้าร้อนทำให้กระแสนิยมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดฟังก์ชันัล ดริงค์มีการเติบโตกว่า 100% และมีการแข่งขันสูง สำหรับแผนการลงทุนในปีนี้มีบริษัทมีแผนที่จะขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่มีโรงงานผลิตรวม 6 แห่ง โดยเป็นของบริษัทเอง 1 แห่ง ส่วนที่เหลือเป็นการจ้างผลิต มีกำลังการผลิตอยู่ที่ 17 ล้านขวดต่อเดือน

โดยโรงงานแห่งใหม่จะตั้งอยู่ที่ลำลูกกา ปทุมธานี มีพื้นที่กว่า 100 ไร่ ใช้งบลงทุน 400 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดิน) คาดว่าจะแล้วเสร็จและสามารถดำเนินการผลิตได้ในปี 2554 ส่งผลให้บริษัทมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 50% จากเดิมที่โรงงานของบริษัทผลิตได้ 8 ล้านขวดต่อเดือน เพิ่มเป็น 12 ล้านขวดต่อเดือน

"แคมเปญ บิวตี้ ดริงค์ รวยตลอด

ชาติ ใช้งบประมาณไปกว่า 100 ล้านบาท และจะเพิ่มงบอีก 30 ล้านบาท เพื่อกระตุ้นแคมเปญอีกระลอก หลังจากที่เคยเปิดตัวปรับดีเกินคาด โดยเห็นได้จากยอดขายหลังจากที่เปิดตัวแคมเปญเพิ่มสูงขึ้น 40-60% และคาดว่าจะยังคงคักคักต่อไปจนสิ้นสุดแคมเปญ คือเดือนกันยายน"

อย่างไรก็ดีในปีนี้มีบริษัทมีแผนที่จะออกสินค้าใหม่ภายใต้แบรนด์ เซ็ปเป้ ขณะเดียวกันบริษัทมีแผนที่จะรียลลันซ์แบรนด์ "เซ็ปเป้ บิวตี้ ชอต" ออกวางจำหน่ายอีกครั้งในเดือนกันยายน โดยจะมีการปรับแพ็คเกจจิ้งใหม่ให้มีความทันสมัย พร้อมทั้งปรับราคาให้เหมาะสม โดยคาดว่าจะวางจำหน่ายในราคา 30 บาท จากเดิมที่ราคา 45 บาทต่อ

• edition_18 •

ขวด โดยปัจจุบันเซ็ปเป้ บิวตี้ ชอต เริ่มได้รับความนิยมและมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเห็นได้จากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่พัฒนาสินค้าออกวางจำหน่าย อาทิ บริงค์, ไอ เฮลตี คิวเทิน เป็นต้น สำหรับตลาดเครื่องดื่มฟังก์ชันัล ดริงค์มีมูลค่าตลาดรวมกว่า 3,000 ล้านบาท เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ เป็นผู้นำตลาด ด้วยส่วนแบ่ง 60% รองลงมา ได้แก่ อะมิโน 15% และบีอิ่ง 12%

นายอดิศักดิ์ ธิกุลวิริยะพงศ์ กล่าวต่อไปว่า ผลประกอบการของบริษัทในปีนี้อาจจะมียอดขาย 1,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มียอดขาย 1,200 ล้านบาท แบ่งเป็นยอดขายเซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ 800 ล้านบาท โมกๆ โมกๆ 400 ล้านบาท โดยเป็นยอดขายในประเทศ 80% และส่งออกกว่า 30 ประเทศทั่วโลกอีก 20% ■