

MPG

บริษัท เอ็มพีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
MPG CORPORATION PUBLIC COMPANY LIMITED

CG Report Score :



THSI List : -

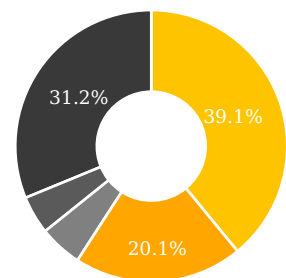
Stock Data (31/03/2017)

	YTD	2016	2015
Paid-up (MB)	977.75	977.75	977.75
Listed share (M)	977.75	977.75	977.75
Par (B)	100	100	100
Market Cap (MB)	684.43	625.76	1,016.86
Price (B./share)	0.70	0.64	1.04
EPS (B.)	-0.02	-0.10	-0.07

Statistics (31/03/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
MPG (x)	-	3.86	-
SERVICES - mai (x)	-	4.19	1.70
SERVICES - SET (x)	37.97	3.62	1.92
mai (x)	90.93	3.05	1.44
SET (x)	17.38	1.93	3.13

Shareholder Structure (31/12/2016)



- Bank of Thailand Securities Public Company Limited (39.1%)
- Bank of Commerce Public Company Limited (20.1%)
- Individual Investors (31.2%)
- Bank of Asia Public Company Limited (5.1%)
- Bank of Siam Public Company Limited (4.6%)

Financial Ratios

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
ROE (%)	-48.88	-29.55	-43.46	-25.32
ROA (%)	-30.06	-17.73	-26.93	-14.27
D/E (x)	0.75	0.49	0.78	0.53
GP Margin (%)	25.90	23.69	24.20	31.22
EBIT Margin (%)	-26.91	-21.82	-31.22	-14.92
NP Margin (%)	-30.46	-21.34	-30.97	-15.73

สำนักงานใหญ่ : 24 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กทม. 10310

ติดต่อ : 0-2514-7999

Website : www.mangpong.co.th

CEO

Nalaanlat Nunnonl
Chief Executive OfficerTel : 02-514-4444
nalaanlat.nu@mangpong.co.th

CFO

Narongsak Sonpuak
Chief Financial OfficerTel : 02-514-7999
narongsak.so@mangpong.co.th

Company Background

ปัจจุบัน ธุรกิจหลักของบริษัท MPG Corporation Public Company Limited ประกอบ 2 ส่วนธุรกิจได้แก่

1. ธุรกิจร้านค้าปลีก ประกอบไปด้วย

- ร้าน MANGPONG (แมงป่อง) – แหล่งรวมสินค้ากลุ่มภาพยนตร์และเพลง
- ร้าน GIZMAN (กิชแมน) – แหล่งรวมสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์เท็ดดี้
- ร้าน STARDUST (สตาร์ดัสท์) – แหล่งรวมสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางค์และความงาม

2. ธุรกิจสินค้าเครื่องสำอางค์และความงามภายใต้แบรนด์ของตัวเอง (House Brand) ได้แก่

- CLOUDA (คลาวดา) – เครื่องสำอางค์กลุ่มเมคอัพ อาทิ แป้งอัดแข็ง ลิปสติก อายแชโดว์ ฯลฯ
- KEIRA (เคียร์รา) – สกินแคร์สำหรับผิวขาว อาทิ เจลอาบน้ำ บอดีโลชั่น บำรุงผิว

Key Development of Company

ณ สิ้นปี 2559 MPG Corporation มีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

- มีร้าน STARDUST จำนวน 9 สาขา ในศูนย์การค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ และหัวเมืองต่างจังหวัด
- เปิดตัวสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางค์ ภายใต้แบรนด์ CLOUDA และ KEIRA มีจำหน่ายผ่านร้าน STARDUST และ Online Marketplace ที่มีศักยภาพ อาทิ 24 Catalog, Lazada, 11street ฯลฯ
- เปิดตัว Line Official Account สำหรับแบรนด์ CLOUDA และ STARDUST มีผู้ติดตามกว่า 6 ล้านคน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดสำหรับสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางค์และความงาม
- ลดภาระในการแบกรับสต็อกสินค้าคงเหลือ กลุ่มภาพยนตร์ – เพลง และสินค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์เท็ดดี้ ด้วยการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขทางการค้า และการเจรจาต่อรองเพื่อรับรู้กำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น

Revenue Structure

ส่วนย่อย : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	3M/2017	%	3M/2016	%	2016	%	2015	%
STARDUST	34.28	49.39	31.40	37.46	131.49	43.04	54.53	14.68
GIZMAN	23.52	33.89	25.52	30.44	85.93	28.13	213.33	57.43
MANGPONG	12.41	17.89	27.69	33.04	87.11	28.51	103.92	27.98
สิทธิประโยชน์	-0.82	-1.18	-0.78	-0.94	0.96	0.31	-0.32	-0.09
รายได้จากการขายสุทธิ	69.41	100.00	83.82	100.00	305.48	100.00	371.45	100.00

Financial Ratios

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
ROE (%)	-48.88	-29.55	-43.46	-25.32
ROA (%)	-30.06	-17.73	-26.93	-14.27
D/E (x)	0.75	0.49	0.78	0.53
GP Margin (%)	25.90	23.69	24.20	31.22
EBIT Margin (%)	-26.91	-21.82	-31.22	-14.92
NP Margin (%)	-30.46	-21.34	-30.97	-15.73

Business Plan

- ให้ความสำคัญกับสินค้า House Brand ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำไรขั้นต้นสูง ด้วยการขยายช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องสำอางค์ แบรนด์ CLOUDA เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น โดยเน้นตลาดภายในประเทศไทย และกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม)
- เน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง Social Commerce ซึ่งเป็นช่องทางหลักของกลุ่มผู้บริโภคไทย และการส่งลูกค้าในช่องทาง Offline & Online ด้งกัน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ แบรนด์ CLOUDA ให้ครอบคลุมไลน์สินค้าในกลุ่มเมคอัพ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น
- ตั้งเป้าหมายค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารลง 10% ภายในปี 2560
- พัฒนาระบบตัวแทนจำหน่าย เพื่อสร้างแบรนด์ CLOUDA ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความไว้วางใจในเรื่องคุณภาพ จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้สินค้าจริง
- สร้างความต้องการในสื่อ Online ผ่าน Presenter และทำงานร่วมกับบล็อกเกอร์ ในการทำ Viral Clip เพื่อสร้างการรับรู้และความต้องการสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าแบรนด์ CLOUDA

Investment Highlight

- ตั้งเป้าการเติบโตของยอดขายในปี 2560 ที่ 10% โดยมุ่งเน้นการเติบโตผ่านช่องทาง Online Marketplace และการขายในกลุ่มประเทศ CLMV
- เพิ่มสัดส่วนยอดขายสินค้า House Brand ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงให้ ขึ้นมาอยู่ที่ 10% ของยอดขายรวม
- ตั้งเป้าลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในปี 2560 ลง 10%

Risk Factor

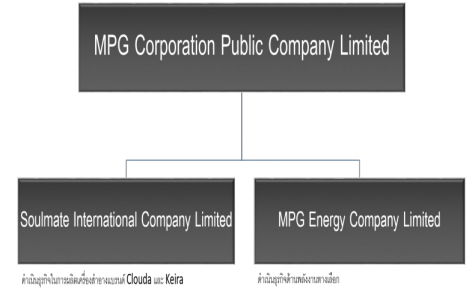
- ความเสี่ยงจากไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ส่งผลต่อการเติบโตที่ลดลงของช่องทาง Offline ของธุรกิจค้าปลีกทั้งในและต่างประเทศ โดยถูกแทนที่ด้วยการเติบโตขึ้นของการขายสินค้าผ่านช่องทาง Online และระบบตัวแทนขาย
- ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของสภาพเศรษฐกิจ การเมือง และนโยบายของภาครัฐที่มีความผันผวน รวมถึงการก่อการร้าย ที่ส่งผลต่อความมั่นใจ และอารมณ์ของผู้บริโภค

Capital Structure

(Unit : MB)

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
Current Liabilities	99.09	106.63	111.40	127.76
Non-Current Liabilities	20.94	19.49	26.22	18.30
Shareholders' Equity	159.91	256.96	177.16	275.56

Company Structure



ทำเนียบผู้ถือหุ้นและผู้ถือหุ้นรายย่อย Clouda และ Keira

ทำเนียบผู้ถือหุ้นรายย่อย