



DAOL SEC

DAOL Smart Foreign Idea

2-6 January 2023

Strategy & Product Development Department

Weekly Top Gainers

| Ticker | Company | Price | Market Cap | Volume | 1W % chg |
|--|---------------------|--------|-------------|-------------|----------|
| TSLA | Tesla Inc | 123.18 | 385,980.84m | 157,777.34k | +12.91% |
| กองทุน ARKK Innovation ETF ยังคงเข้าซื้อหุ้น TSLA อย่างต่อเนื่องถึงจะมีปัญหามากมายก่อนหน้านี้และการลดกำลังการผลิตของ Shanghai Gigafactory ในเดือน ม.ค. ต่อกก็ตาม | | | | | |
| PYPL | PayPal Holdings Inc | 71.22 | 81,192.72m | 10,175.66k | +4.23% |
| PayPal ได้เริ่มความร่วมมือกับ Meta Mask กระเป๋าเงิน Crypto Currency ซื้องด เพื่อลูกค้าสามารถใช้บริการของ PayPal ในการซื้อเหรียญ ETH โดยตรงบน Meta Mask ได้ | | | | | |
| NFLX | Netflix Inc | 294.88 | 131,227.68m | 7,566.89k | +3.77% |
| Netflix ประกาศการลงทุนมูลค่าราว \$850Mn ในการสร้าง Studio ใหม่ๆใน New Jersey ซึ่งจะเป็น Studio ที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทในอนาคต | | | | | |

Weekly Top Loser

| Ticker | Company | Price | Market Cap | Volume | 1W % chg |
|--|---------------------|--------|-------------|-----------|----------|
| JD | JD.Com Inc | 56.13 | 86,870.61m | 4,567.53k | -4.54% |
| Richard Liu ผู้ก่อตั้ง JD.com จะเข้ามาช่วยทำการบริหารใหม่ หลังจากเค้ามองว่า Performance ของผู้บริหารในช่วงที่ผ่านมาไม่ค่อยดีนัก | | | | | |
| PDD | Pinduoduo Inc - ADR | 81.55 | 103,110.60m | 5,058.38k | -4.28% |
| PDD ยังไม่ยืนยัน Secondary Listing ในตลาดฮ่องกงตามข่าวที่ออกมาก่อนหน้านี้ โดยแถลงว่าบริษัทมองว่าความเสี่ยงในการถูก Delist ออกจากสหรัฐมีน้อยลง | | | | | |
| FDX | FedEx Corporation | 173.20 | 43,715.18m | 1,558.54k | -2.17% |
| ถึงแม้ผลประกอบการของ FDX จะออกมาค่อนข้างดี แต่ดีด้วยการจัดการต้นทุนที่ดี ในขณะที่ความต้องการส่งของยังชะลอตัวและยังคงจะมีแนวโน้มชะลอตัวในไตรมาสหน้า | | | | | |

Source: Bloomberg as 30 December 2022, Seeking Alpha

Mostly Active Summary

| Ticker | Company | Price | Market Cap | Volume | 1W % chg |
|--|------------------|--------|---------------|-------------|----------|
| TSLA | Tesla Inc | 123.18 | 385,980.84m | 157,777.34k | +12.91% |
| กองทุน ARKK Innovation ETF ยังคงเข้าซื้อหุ้น TSLA อย่างต่อเนื่องถึงจะมีปัญหามากมายก่อนหน้านี้และการลดกำลังการผลิตของ Shanghai Gigafactory ในเดือน ม.ค. ต่อก็ตาม | | | | | |
| AAPL | Apple Inc | 129.93 | 2,066,940.62m | 77,034.21k | -0.08% |
| Foxconn ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน iPhone หลักกล่าวว่าบริษัทสามารถกลับมา Operate โรงงานที่ปิดในจีนได้แล้วกว่า 70% | | | | | |
| AMZN | Amazon.com, Inc. | 84.00 | 856,938.60m | 62,401.19k | +1.16% |
| Retail sales ของสหรัฐฯเดือน พ.ย. หดตัว 0.6%YoY ถึงแม้จะเป็นเดือนที่มีเทศกาลลดราคาอย่าง Black Friday ก็ตาม โดยกลุ่มสินค้าที่หดตัวมากที่สุดได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า และ เฟอร์นิเจอร์ | | | | | |

Weekly Market Summary

- สำหรับทิศทางตลาดหุ้นในสัปดาห์ที่ 2 – 6 มกราคม 2022 ในสัปดาห์ที่ผ่านมาดัชนี S&P 500 แกว่งตัวผันผวนทดสอบแนวรับ 3808 – 3815 ตามที่ DAOL ประเมินไว้ อย่างไรก็ตาม ทั่วโลกทั้งสัปดาห์นั้นดัชนีมีลักษณะ Side-way down ขาดปัจจัยสนับสนุนใหม่ๆ อย่างไรก็ตาม หากดัชนีหลุดแนวรับบริเวณ 3800 จุด จะทำให้มี Downside ราว 3600 จุด หรือคิดเป็น 6.5% ซึ่งทาง DAOL ประเมินว่าดัชนีไม่ควรจะมีจุดต่ำสุดใหม่ จากตัวเลขเศรษฐกิจที่ใกล้จะผ่านจุดต่ำสุดไปแล้ว โดยเราแนะนำให้นักลงทุนพิจารณาจุดเข้าซื้อหลังดัชนีมีการพักตัวลงมาในกรอบ 3800-3900 จุด โดยเน้นลงทุนภายใต้ 3 ทิศด้วยกัน 1.Dollar reversion 2.Republican support 3.EPS downgrade freezing

Source: Bloomberg as 30 December 2022, Seeking Alpha

DAOL Smart Foreign

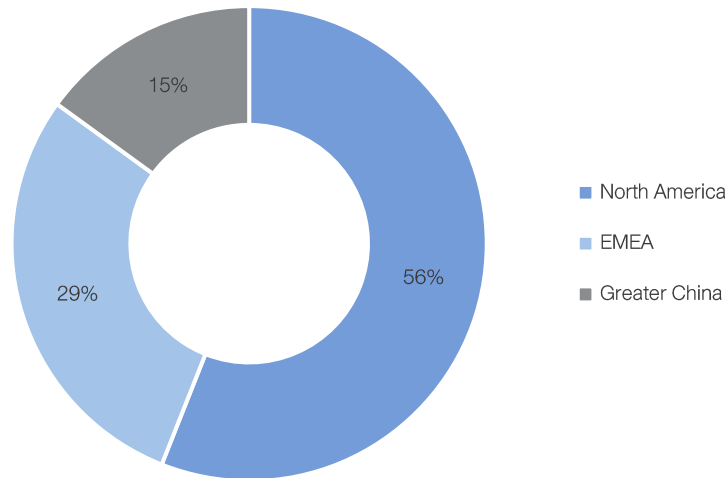
3Q22 Earning Update



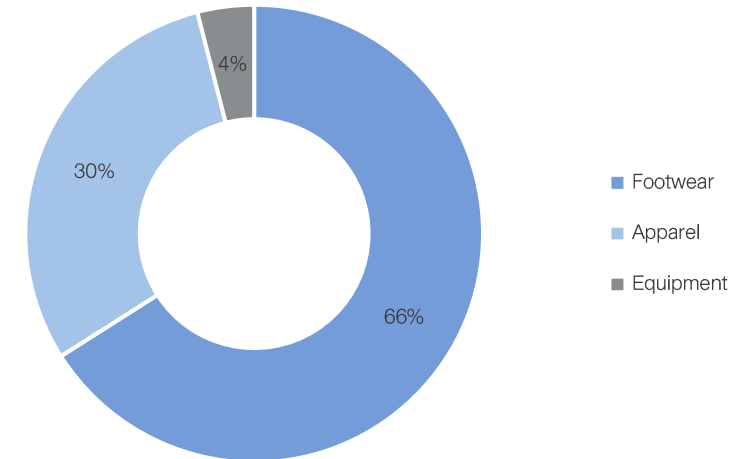
Nike (NKE US) : เป็นบริษัทเจ้าของแบรนด์รองเท้าและอุปกรณ์กีฬาที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยขายผ่านทั้งร้านค้าของตัวเอง เว็บไซต์ Nike.com และ ตัวแทนขายต่างๆ โดยมีแบรนด์หลัก 6 categories ด้วยกันได้แก่ Running, Basketball, Jordan, Soccer, Training, และ Sportswear นอกจากนี้บริษัทยังเป็นเจ้าของแบรนด์ Converse และ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย



Revenue by Region



Revenue by Product

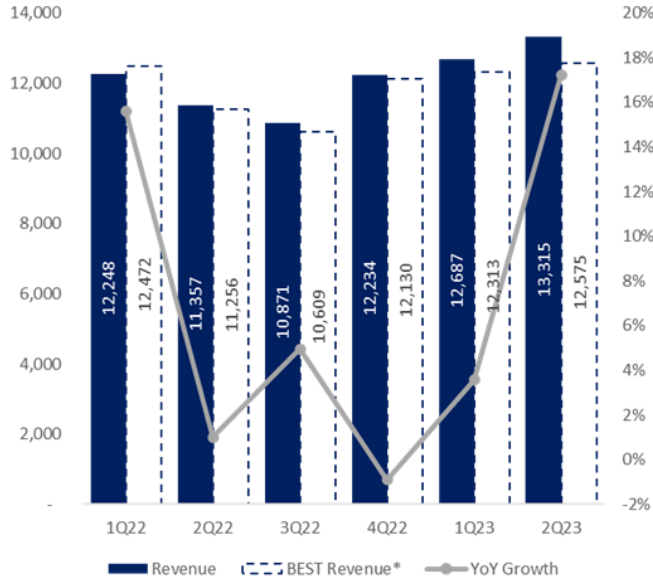


Nike มีการขายผ่าน wholesale และ retailer กว่า 58% ในขณะที่ราว 42% บริษัทขายเองโดยตรง โดยบริษัทที่เป็นคู่แข่งหลักของ Nike ได้แก่ adidas, Anta, ASICS, Li Ning, lululemon athletica, Puma, Under Armor และ V.F. Corporation

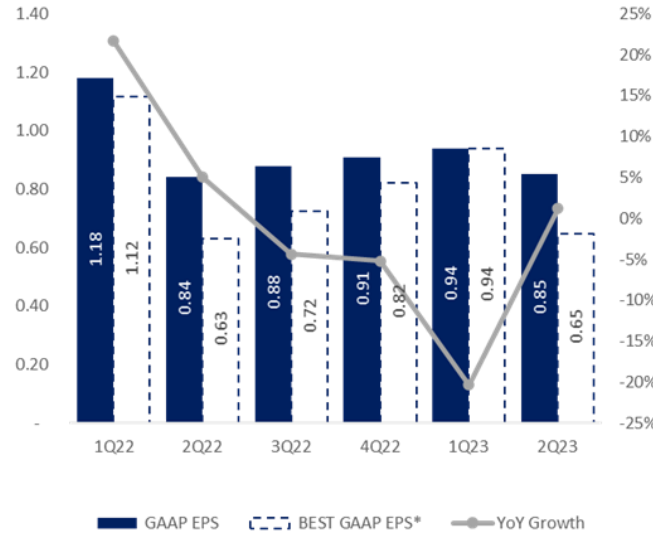
Source: NKE, CFRA, Bloomberg



Revenue (Mn\$)



GAAP EPS (Mn\$)



Earning Results

- Nike รายงานผลประกอบการใน 2Q23 (Nov End) ออกมา มีรายได้ \$13.32B สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ เติบโต 17% YoY (+27% YoY หากไม่รวมผลกระทบจากค่าเงิน) โดยยอดขายสินค้ายังเติบโตมากกว่า 20-30% ในแทบทุกภูมิภาคยกเว้นจีนที่ยังมีการปิดเมือง ที่ยอดขายยังหดตัว -3% YoY (+6% YoY หากไม่รวมผลกระทบจากค่าเงิน)
- ในขณะที่กำไรต่อหุ้น (GAAP EPS) รายงานออกมาที่ 0.85 สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ 0.20 เติบโต 1% YoY ส่วนหนึ่งมาจากการลดราคาเพื่อเร่งระบาย Inventory ซึ่งกดดันความสามารถในการทำกำไรระยะสั้น ผู้บริหารได้กล่าวว่าปัญหาด้าน Inventory ที่ล้นสต็อก ได้ผ่านจุดต่ำสุดไปแล้วและจะทยอยดีขึ้นตามลำดับ

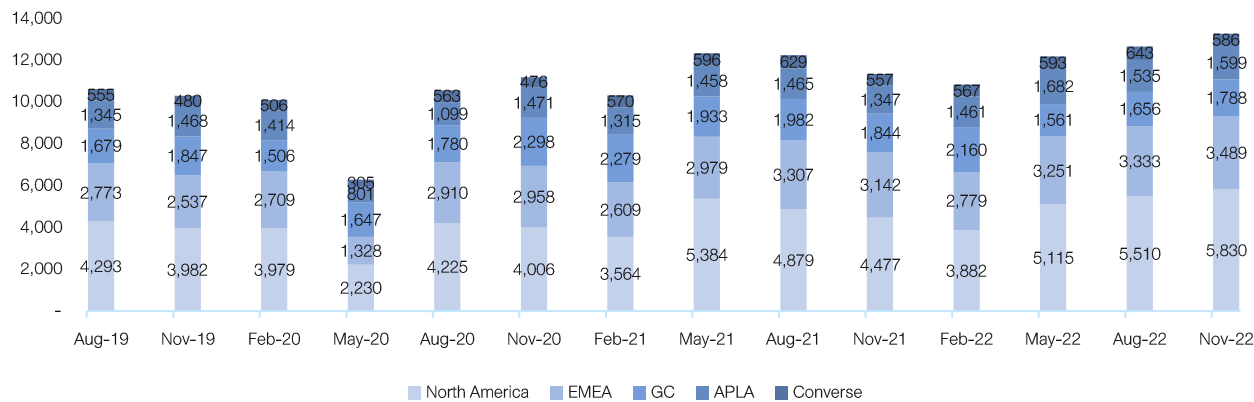
Guidance & Outlook

- บริษัทให้ guidance ของรายได้ใน FY23 ที่จะเติบโตต่ำกว่า 10% เล็กน้อยโดยได้รับผลกระทบเชิงลบจากค่าเงินราว 700 bps โดยรายได้ใน 3Q23 จะเติบโตดีกว่า 4Q23 จาก Seasonal effect ทั้งฝั่งความต้องการซื้อและการขนส่ง ในขณะที่ Gross Margin จะยังถูกกดดันราว 200 -250 bps จากการเร่งระบาย Inventory

Source: Bloomberg as of 28 December 2022 / * BEST = Bloomberg Consensus Estimate
significant difference between GAAP and Non-GAAP measure is related to Share-based compensation, Depreciation and Amortization.

| | Actual | Estimate | Status | YoY Growth | QoQ Growth |
|------------------|--------|----------|--------|------------|------------|
| Sales | 13,315 | 12,575 | Beat | 17.24% | 4.95% |
| Gross Profit | 5,711 | 5,291 | Beat | 9.55% | 1.71% |
| Net Income | 1,331 | 1,021 | Beat | -0.45% | -9.33% |
| EPS GAAP - Basic | 0.85 | 0.65 | Beat | 1.19% | -9.57% |

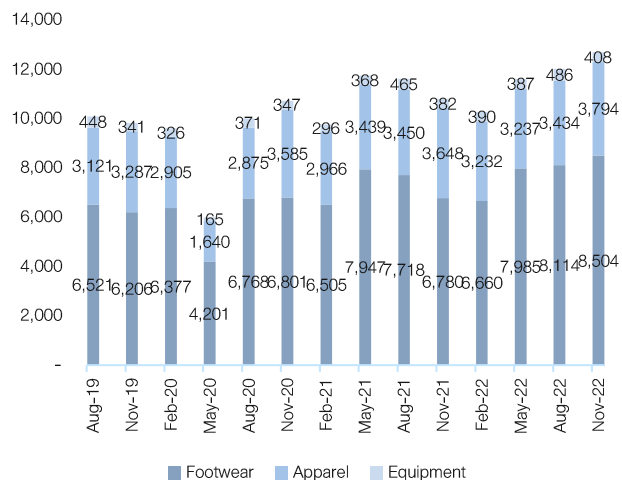
Revenue by Business Segment (\$Mn)



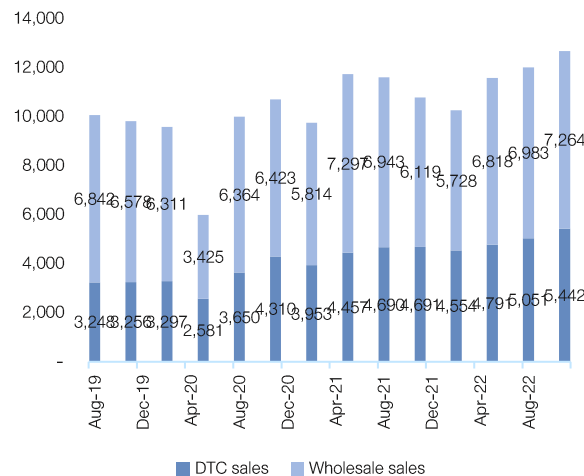
Revenue by Business Segment

- หากแบ่งตาม Business Segment แล้ว มีเพียงรายได้จากจีนที่หดตัว -3% YoY (+6% YoY หากไม่รวมผลกระทบจากค่าเงิน) จากยอดขายใน 11.11 ที่ทำจุดสูงสุดตลอดกาล ถึงแม้จะมีปิดทำการสาขาชั่วคราวกว่า 1,500 สาขาตามนโยบายของรัฐบาลจีนก็ตาม ในขณะที่ Asia Pacific & Latin America รายได้ขยายตัว +19% YoY
- รายได้จาก North America ที่มีสัดส่วนมากที่สุดขยายตัว +30% YoY จากยอดขายในช่วง Black Friday / Cyber Monday ที่สูงที่สุดตลอดกาล ส่วน Europe, Middle East, & Africa ขยายตัว +11% YoY โดย Brand อื่นๆ อย่าง Converse เติบโต 5% YoY
- หากแบ่งตาม Product แล้ว รองเท้ากีฬา (Footwear) ยังคงเติบโตดีกว่า โดยมียอดขาย \$8.50Bn เติบโต 25% YoY ในขณะที่เครื่องแต่งกายอื่นๆ (Apparel) เติบโต +5% YoY โดยช่องทางที่ขายดีและ Nike โฟกัสมาตลอดคือ DTC (Direct sales) เติบโตถึง +16% YoY (+25% YoY หากไม่รวมผลกระทบจากค่าเงิน)
- Gross Margin รายงานออกมาที่ 42.9% สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้เล็กน้อยแต่ชะลอตัวลง 300bps ทั้งนี้ด้วยการควบคุม SG&A ที่ดี ทำให้ EBIT Margin สูงถึง 12.5% สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ที่ 9.5% ค่อนข้างมาก

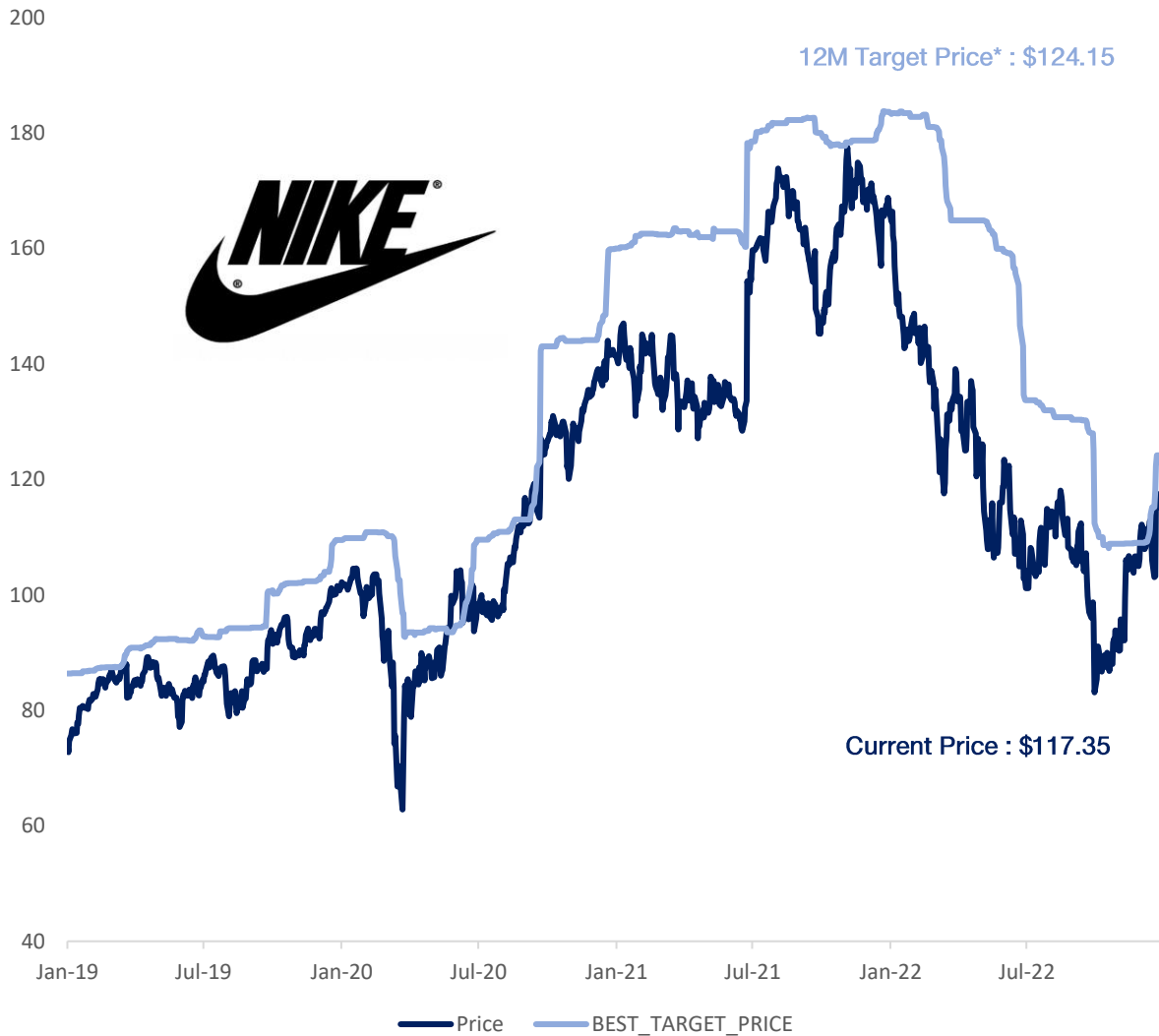
Revenue by Product (\$Mn)



Revenue by Sales (\$Mn)



Source: Bloomberg as of 30 December 2022, Nike



Long-term Outlook

- ในระยะข้างหน้า Nike จะเน้นโฟกัสการเติบโตไปที่กลุ่มการขายแบบ Direct to Customer มากขึ้น ทั้งผ่านร้านค้าของบริษัทเอง และ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยจะเพิ่มโปรแกรม Membership ให้แก่ลูกค้าเพื่อเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำบ่อยขึ้น จำนวน Membership เพิ่มมากขึ้นถึง 34% YoY โดยกว่า 50% ของยอดขายผ่านร้านค้าของ Nike เป็นยอดขายจาก Member
- ภูมิภาคที่ Nike โฟกัสในการเติบโตมากที่สุดคือกลุ่มประเทศจีน ถึงแม้ก่อนหน้านี้จะมีประเด็นเกี่ยวกับกรณีของการเลิกใช้ฝ้ายที่ผลิตจากมณฑลซินเจียง และ ประเด็นของการปิดเมืองอย่างต่อเนื่องในจีนทำให้ยอดขายหดตัว แต่ในไตรมาสที่ผ่านมาสถานการณ์ก็เริ่มดีขึ้นอย่างชัดเจนโดยยอดขายในจีนหดตัวน้อยที่สุดในรอบปี

Bloomberg Estimate

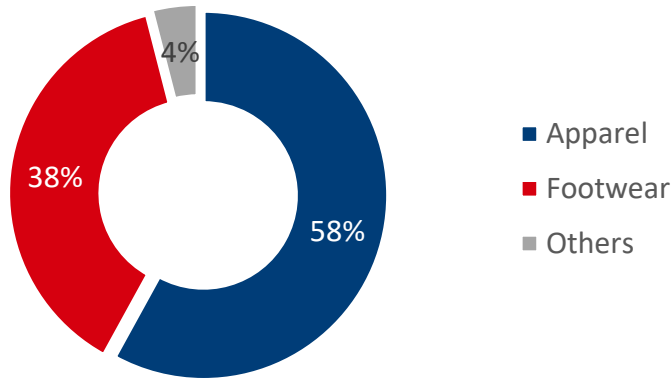
- ใน 1 เดือนที่ผ่านมา Bloomberg Consensus มีการปรับเพิ่ม Target Price ของ Nike ขึ้นจาก \$109.00 เป็น \$124.15

Source: Bloomberg as of 30 December 2022, Nike / * BEST = Bloomberg Consensus Estimate

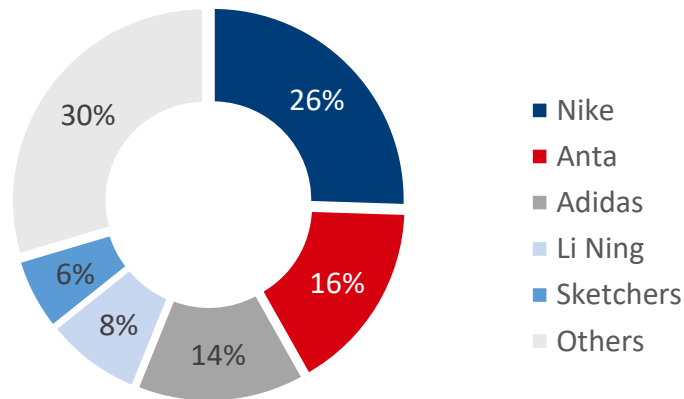


ANTA Sport (NKE US) : เป็นบริษัทเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬาสัญชาติจีน โดยมีสินค้าภายใต้แบรนด์มากมายได้แก่ รองเท้า เสื้อผ้า และ อุปกรณ์กีฬา โดยโฟกัสในหลากหลายกีฬา basketball, running และ tennis โดยมี partnership กับนักกีฬามากมาย นอกจากแบรนด์หลักอย่าง ANTA แล้วยังเป็นเจ้าของแบรนด์อื่นๆอย่าง Fila China, Kolon Sport และ Descente China อีกด้วย

Revenue by Product



China Footwear Market share

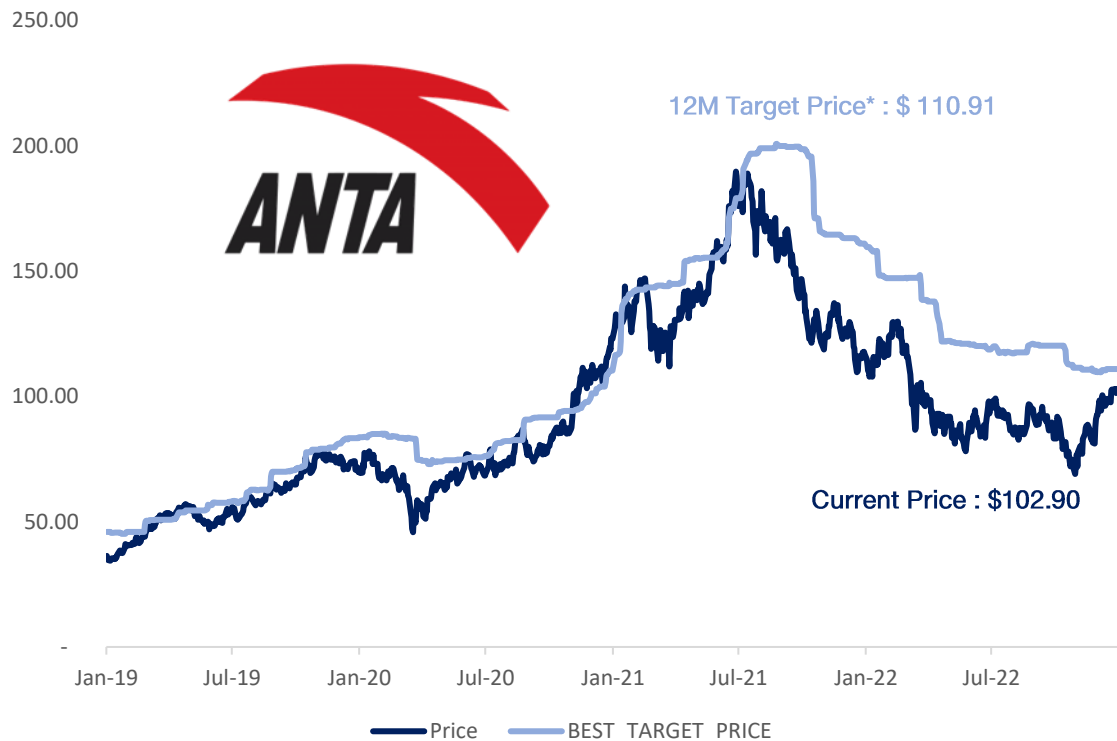


ยอดขายของ ANTA ส่วนใหญ่อยู่ในประเทศจีน โดยมีร้านในจีนกว่า 9,788 ร้าน และ ยังมีร้านแบรนด์อื่นๆเช่น FILA ซึ่งเน้นในฝั่งของกลุ่ม Premium Brand อีกกว่า 1,979 ร้าน โดยปัจจุบันบริษัทเริ่มเน้นช่องทางการขายแบบออนไลน์และขายผ่าน third party retailers มากขึ้น นอกจากในจีนแล้วรายได้รองลงมาคือใน Southeast Asia แต่ปัจจุบันบริษัทเริ่มมีการขยายตลาดไปยุโรปและสหรัฐฯมากขึ้น และมีแผนในการเน้นขายแบบ DTC (Direct to Customer) มากขึ้นเพื่อเพิ่ม Margin



Source: ANTA, CFRA, Bloomberg





Earning Results

- ใน 1H22 ANTA Sport รายงานประกอบการ ออกมาดีกว่าคาดทั้งกำไรและรายได้ รายได้รายงาน ออกมาที่ ¥25.96Bn (+14% YoY) สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ ¥1.6Bn โดยแบรนด์หลักอย่าง ANTA Core เติบโต 26% YoY ส่วนแบรนด์ Premium อย่าง FILA หดตัวลงเล็กน้อยที่ -0.5% YoY ในขณะที่กำไรต่อหุ้น (Non-GAAP EPS) อยู่ที่ ¥1.33 (-7% YoY) สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ ¥0.09
- จำนวนสาขาของ ANTA Store ลดลงเหลือ 9,223 สาขาหดตัวลง -6% YoY หลังบางสาขาต้องปิดตัวไป เนื่องมาจากการ Lockdown ที่ยาวนานของจีน อย่างไรก็ตามสาขางของ FILA เพิ่มขึ้นเล็กน้อยมาที่ 2,201 สาขา +2% YoY โดยในอนาคต บริษัทฯแผนในการเน้นขายแบบ DTC (Direct to Customer) มากขึ้น ทำให้การเติบโตของจำนวนสาขามีแนวโน้มจะเร่งตัวขึ้นในอนาคต
- ด้าน Gross Margin โดยรวมแล้วหดตัวลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ 62% แต่ก็ยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม ทั้งนี้แบรนด์ ANTA core มี Gross Margin ขยายตัวราว 2% เป็น 55.1% ในขณะที่แบรนด์ FILA นั้น Gross Margin หดตัวลงเล็กน้อยแต่ก็ยังสูงถึง 68.5%
- ทั้งนี้ Inventory เพิ่มขึ้นมากถึง 52% YoY เช่นเดียวกับ Inventory Day ที่เพิ่มขึ้นจาก 117 วัน เป็น 145 วัน สาเหตุหลักมาจากการพยายามปรับตัวไปขายแบบ Direct to Customer มากขึ้นซึ่งสถานการณ์จะมีแนวโน้มดีขึ้นใน 2H

Guidance & Outlook

- ผู้บริหารได้ให้ Guidance ไว้ว่าใน 2H22 รายได้จะเติบโตดีกว่าครึ่งแรกของปีอย่างมีนัยยะสำคัญ ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีน โดยรายได้รวมจะเติบโตราว 20% YoY ในขณะที่บางแบรนด์ย่อยที่ทำผลงานได้ดีอย่าง FILA อาจเติบโตได้มากกว่านั้น เช่นเดียวกับ Margin ที่จะดีกว่าในครึ่งแรกของปีเช่นเดียวกัน

* Based on Bloomberg Consensus Estimate as of 30 December 2022

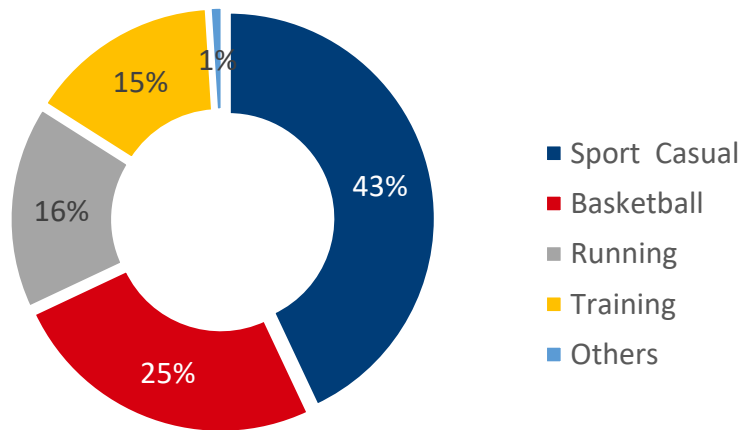
Source: ANTA, Bloomberg



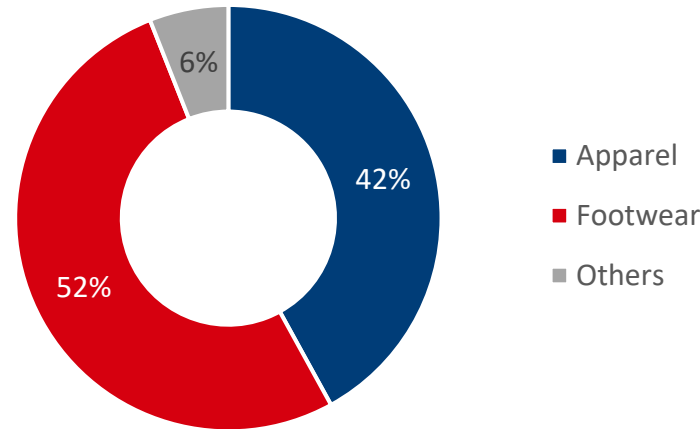


Li Ning (2331 HK) : เป็นบริษัทเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬาสัญชาติจีน บริษัทขายสินค้าหลากหลายประเภท แต่เป็นอุปกรณ์เกี่ยวกับกีฬาแบบมินตัน ที่ทำให้บริษัทมีชื่อเสียงขึ้นมา โดยปัจจุบันบริษัทเป็นเจ้าของร้านขายอุปกรณ์กีฬา และ Outlet รวมกันกว่า 7,137 สาขาซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในประเทศจีน นอกจากนี้บริษัทยังเป็นเจ้าแบรนด์กีฬาอื่นๆ เช่น AIGLE, Double Happiness และ Danskin อีกด้วย

Revenue by Sport



Revenue by Product



Li-Ning (หลี่หนิง) เป็นแบรนด์ผู้นำของจีนในด้านเครื่องแต่งกายและรองเท้าสำหรับเล่นกีฬา ซึ่งมีรากฐานมาจากวิสัยทัศน์ของผู้ก่อตั้ง คือ Mr. Li Ning อดีตนักยิมนาสติกระดับโลก เขาก่อตั้งบริษัทขึ้นในปี 1990 โดยมีเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ให้เป็นระดับชาติ เพื่อให้นักกีฬาจีนสวมใส่ในเวทีโลกของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก นอกจากนี้ Li Ning ได้จัดตั้งพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับการแข่งขันระดับนานาชาติและองค์กรต่าง ๆ เช่น NBA และ ATP



Earning Results

- ใน 1H22 Li Ning รายงานประกอบการ ออกมาดีกว่าคาดทั้งกำไรและรายได้ รายได้รายงานออกมาที่ ¥12.40Bn (+21% YoY) สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ ¥1.54Bn ในขณะที่กำไรต่อหุ้น (Non-GAAP EPS) อยู่ที่ ¥0.83 (+5% YoY) ใกล้เคียงกับที่ตลาดคาด
- แบ่งตามช่องทางการขายแล้ว retail (offline) เติบโตมากกว่า 20%YoY wholesale (offline) เติบโตในช่วงประมาณ 10%YoY ในขณะที่ e-commerce เติบโตเกือบๆ 20%YoY ในขณะที่ SSSG (Same Store Sales Growth) เติบโตเพิ่มขึ้นเกือบๆ 10% โดยมาจากราคาขายเฉลี่ย (ASP) ที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก ในขณะที่จำนวนสินค้าที่ขายได้นั้นลดลง
- ทั้งนี้มีการเปิดสาขา Offline เพิ่มราว 85 สาขาใน 1H ที่ผ่านมาเป็นผลให้ยอดขายโดยรวมเติบโตดีกว่า SSSG โดย Day Inventory แรงตัวขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อน ในส่วนของ Inventory Day แรงตัวขึ้นจาก 3.6 เดือนในช่วงก่อนหน้าเป็น 4 เดือน
- ส่วนสินค้าที่ขายดีที่สุดตามหมวดกีฬาได้แก่ basketball ตามมาด้วย Running ในขณะที่รองเท้านั้นขายดีกว่าอุปกรณ์กีฬาอื่นๆ โดยรองเท้าวิ่งรุ่น Super Light 19 สามารถขายเป็นหลักล้านคู่ ซึ่งผู้บริหารตั้งใจจะพลิกคืนรองเท้ารุ่นดังกล่าวต่อไป

Guidance & Outlook

- ผู้บริหารยังคง Guidance ไว้ใกล้เคียงกับช่วงต้นปี โดยมองว่ากำไรจะโตช่วง 10 ปลาย – 20% โดยหากสามารถทำได้ตามเป้าหมายจริงจะถือว่าเติบโตได้ดีที่สุดในบรรดาบริษัทที่ทำธุรกิจ Sport ware ในจีน (ANTA และ NIKE ยังมีกำไรในจีนหดตัวถึงเติบโตเพียงเล็กน้อย)ในขณะที่การบริหาร Inventory จะทำได้ดีขึ้นในช่วงปลายปี

* Based on Bloomberg Consensus Estimate as of 30 December 2022

Source: Li-Ning Bloomberg

Appendix

Stock Report | **December 31, 2022** | NYSE Symbol: **NKE** | **NKE** is in the S&P 500



NIKE, Inc.

Recommendation



Price

USD 117.01 (as of market close Dec 30, 2022)

12-Mo. Target Price

USD 88.00

Report Currency

USD

Investment Style

Large-Cap Blend

Equity Analyst Zachary Warring

GICS Sector Consumer Discretionary

Sub-Industry Footwear

Summary NIKE is the world's leading designer and marketer of high-quality athletic footwear, athletic apparel, and accessories.

Key Stock Statistics (Source: CFRA, S&P Global Market Intelligence (SPGMI), Company Reports)

| | | | | | | | |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------|------------------|-----------------------------|-------------|
| 52-Wk Range | USD 170.12 - 82.22 | Oper.EPS2023E | USD 3.50 | Market Capitalization[B] | USD 183.6 | Beta | 1.14 |
| Trailing 12-Month EPS | USD 3.65 | Oper.EPS2024E | USD 3.50 | Yield [%] | 1.16 | 3-yr Proj. EPS CAGR[%] | 1 |
| Trailing 12-Month P/E | 32.09 | P/E on Oper.EPS2023E | 33.43 | Dividend Rate/Share | USD 1.36 | SPGMI's Quality Ranking | A- |
| USD 10K Invested 5 Yrs Ago | 19,655.0 | Common Shares Outstg.[M] | 1,559.00 | Trailing 12-Month Dividend | USD 1.25 | Institutional Ownership [%] | 68.0 |

Growth Opportunities

- ในระยะข้างหน้า Nike จะเน้นโฟกัสการเติบโตไปที่กลุ่มการขายแบบ Direct to Customer มากขึ้น ทั้งผ่านร้านค้าของบริษัทเอง และ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยจะเพิ่มโปรแกรม Membership ให้แก่ลูกค้าเพื่อเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำบ่อยขึ้น จำนวน Membership เพิ่มมากขึ้นถึง 34%YoY โดยกว่า 50% ของยอดขายผ่านร้านค้าของ Nike เป็นยอดขายจาก Member



Stock Report | **December 31, 2022** | SEHK Symbol: **2020 HK**



ANTA Sports Products Limited

Recommendation



Price

HKD 102.30 [as of market close Dec 30, 2022]

12-Mo. Target Price

HKD 105.00

Report Currency

CNY

Investment Style

Large-Cap Growth

Equity Analyst Nazira Abdullah

GICS Sector Consumer Discretionary

Sub-Industry Apparel, Accessories and Luxury Goods

Summary ANTA Sports Products offers sportswear products and has a multi-brand portfolio to cater for consumers' demand from wide market group ranging from mass to high-end.

Key Stock Statistics [Source: CFRA, S&P Global Market Intelligence (SPGMI), Company Reports]

| | | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------|
| 52-Wk Range | HKD 134.2 - 67.85 | Oper.EPS2022E | CNY 3.11 | Market Capitalization[B] | HKD 274.89 | Beta | 0.67 |
| Trailing 12-Month EPS | CNY 2.72 | Oper.EPS2023E | CNY 3.68 | Yield [%] | 1.28 | 3-yr Proj. EPS CAGR[%] | 23 |
| Trailing 12-Month P/E | 33.24 | P/E on Oper.EPS2022E | 29.07 | Dividend Rate/Share | HKD 1.3 | SPGMI's Quality Ranking | B+ |
| HKD 10K Invested 5 Yrs Ago | 30,881.0 | Common Shares Outstg.[M] | 2,714.00 | Trailing 12-Month Dividend | HKD 1.3 | Institutional Ownership [%] | 14.0 |

Growth Opportunities

- ANTA เน้นการเติบโตผ่านการขายแบบ Direct to Customer เพื่อเพิ่ม Margin และ สื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรงซึ่งได้ผลค่อนข้างดีทำให้ยอดขายรองเท้าวาง ANTA เพิ่มขึ้นจนกระทั่งแซงหน้า Addidas ขึ้นเป็นอันดับ 2 ของจีนแล้ว ทั้งบริษัทเริ่มขยายธุรกิจไปในต่างประเทศโดยจะเน้นที่แบรนด์ FILA เป็นหลักก่อน

Stock Report | **December 31, 2022** | SEHK Symbol: **2331 HK****Li Ning Company Limited****Recommendation****BUY** ★ ★ ★ ★ ★**Price**

HKD 67.75 (as of market close Dec 30, 2022)

12-Mo. Target Price

HKD 77.00

Report Currency

CNY

Investment Style

Large-Cap Growth

Equity Analyst Nazira Abdullah**GICS Sector** Consumer Discretionary**Sub-Industry** Apparel, Accessories and Luxury Goods**Summary** Li Ning offers sportswear products such as professional and leisure footwear, apparel, equipment, and accessories under the LI-NING brand.**Key Stock Statistics [Source: CFRA, S&P Global Market Intelligence (SPGMI), Company Reports]**

| | | | | | | | |
|----------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------|
| 52-Wk Range | HKD 88.8 - 39.75 | Oper.EPS2022E | CNY 1.81 | Market Capitalization[B] | HKD 176.66 | Beta | 0.32 |
| Trailing 12-Month EPS | CNY 1.63 | Oper.EPS2023E | CNY 2.02 | Yield [%] | N/A | 3-yr Proj. EPS CAGR[%] | 44 |
| Trailing 12-Month P/E | 36.72 | P/E on Oper.EPS2022E | 33.07 | Dividend Rate/Share | N/A | SPGMI's Quality Ranking | B |
| HKD 10K Invested 5 Yrs Ago | 109,807.0 | Common Shares Outstg.[M] | 2,613.00 | Trailing 12-Month Dividend | HKD 0.53 | Institutional Ownership [%] | 42.0 |

Growth Opportunities

- Li-Ning จะมีโอกาสเร่งการเติบโตขึ้นจาก Sport และ Outdoor Activity ที่จะกลับมาหลังจีนมีการกลับมาเปิดประเทศอีกครั้ง ทั้งนี้ปัญหาเรื่องระหว่างมณฑลซินเจียงเกี่ยวกับประเด็นการใช้ผ้าฝ้ายที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน จะช่วยส่งเสริมให้แบรนด์ภายในประเทศของจีนเติบโตดีเหนือคู่แข่งที่มาจากต่างประเทศ ซึ่ง Li-Ning เป็นหนึ่งในผู้นำด้านแบรนด์เครื่องแต่งกายในจีน

DAOL

다음

DAOL (THAILAND)

กลุ่มธุรกิจการเงิน ดาโอ (ประเทศไทย)

DAOL SEC

DAOL INVESTMENT
MANAGEMENT

DAOL REIT

DAOL LEND

DAOL DIGITAL
PARTNER



‘DAOL, your lifetime financial partner’

 0 2351 1800

 contactcenter@daol.co.th

 www.daol.co.th

 [daol.th](https://www.facebook.com/daol.th)

 [daol.th](https://www.youtube.com/daol.th)

