

1Q20 RS Opportunity Day

RS PCL

22 May 2020

9.15-10.00AM

VDO Conference



RS GROUP

โครงสร้างทางธุรกิจของ RS



RS GROUP

โครงสร้างทางธุรกิจของ RS

RS ประกอบธุรกิจพาณิชย์ (commerce) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีอัตราการเติบโตสูง พัฒนา และต่อยอดจากธุรกิจสื่อ (media) และเพลง (music) ประกอบไปด้วย 3 ธุรกิจหลัก ดังนี้

พาณิชย์ | 60%*

สื่อ



ออนไลน์



ร้านค้าปลีก



สื่อ | 30%*

ทีวี

ทีวีดิจิทัล (ช่อง 8)



ทีวีดาวเทียม

วิทยุ

COOL
fahrenheit

เพลงและอื่นๆ | 10%*

ดิจิทัล

บริหารศิลปิน

ลิขสิทธิ์เพลง

คอนเสิร์ต

อีเว้นท์

* รายได้ประมาณการปี 2020

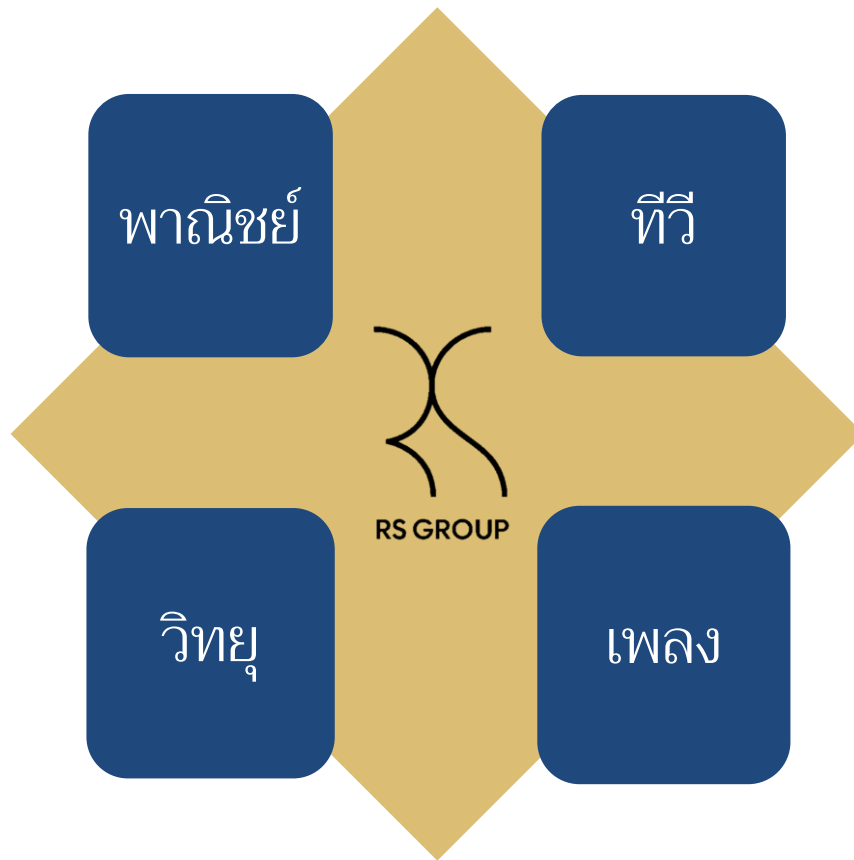
ธุรกิจพาณิชย์ หรือคอมเมิร์ซ เป็นการโฆษณาและขายสินค้าของทั้งบริษัทและพันธมิตร ผ่านรูปแบบการเล่าเรื่องที่เข้าถึงลูกค้าบนสื่อออฟไลน์ ออนไลน์ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ในปี 2019-2020 บริษัทร่วมมือกับทีวีดิจิทัลรายอื่น และช่องทางออนไลน์ที่แข็งแกร่งเพื่อขยายช่องทางการขายสินค้าออกไปอย่างต่อเนื่อง

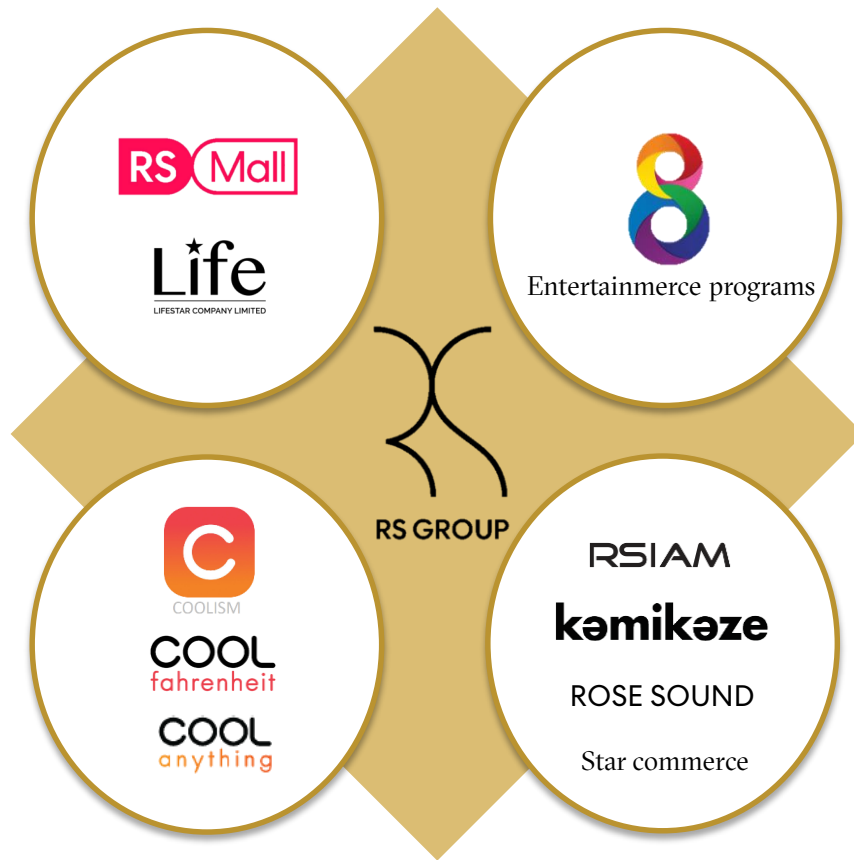
ธุรกิจสื่อ ประกอบด้วยทีวีดิจิทัลช่อง 8 ทีวีดาวเทียม และสถานีวิทยุ โดยช่อง 8 เป็นหนึ่งในช่องทีวีชั้นนำของประเทศ

ธุรกิจเพลง ยังคงเป็นธุรกิจต้นน้ำสำหรับกลุ่ม RS และสร้างสรรค์กลุ่มคนที่มีพรสวรรค์ต่อยอดสู่ธุรกิจสื่อของบริษัท โดยเน้นไปที่การสร้างรายได้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นหลัก

การผนึกกำลังร่วมกันผ่านธุรกิจที่แตกต่างและโดดเด่นของ RS



การผนึกกำลังร่วมกันผ่านธุรกิจที่แตกต่างและโดดเด่นของ RS

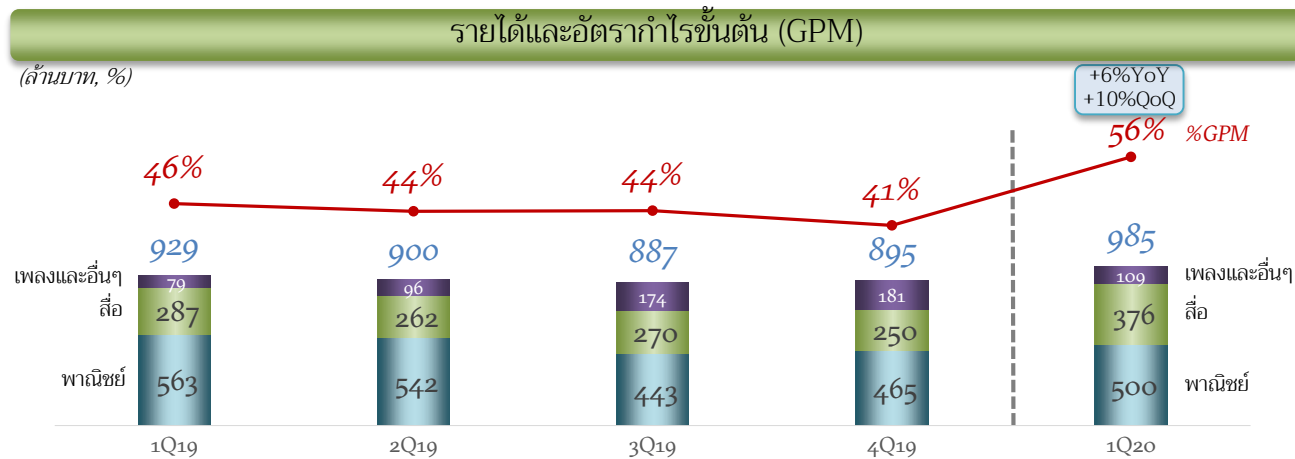


สรุปผลประกอบการไตรมาส 1 ปี 2020



RS GROUP

สรุปผลประกอบการรายไตรมาส - 1Q19 - 1Q20

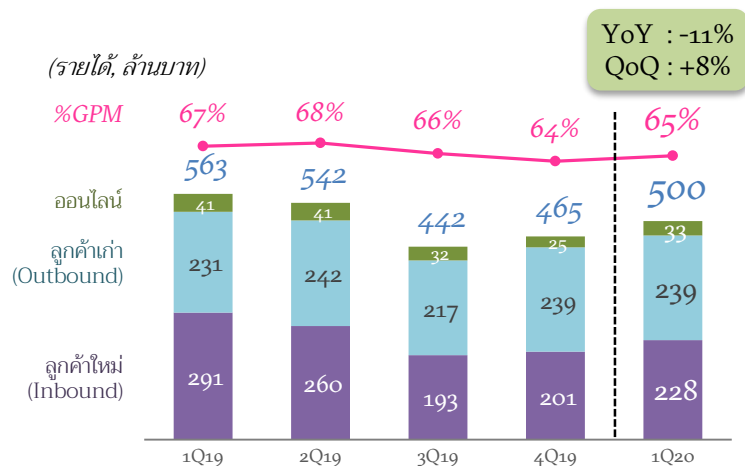


- รายได้สูงขึ้นจากทั้งธุรกิจพาณิชย์และสื่อ
- ต้นทุนต่ำลงจากต้นทุนการผลิตรายการดีขึ้น รวมถึงการลดลงของต้นทุนใบอนุญาตและเงินนำส่งกองทุนวิจัย (USO)



- กำไรสุทธิดีขึ้นจากกำไรขั้นต้นดีขึ้น และต้นทุนทางการเงินลดลงจากดอกเบี้ยรอดัตตบัญญัติลดลงทั้งจำนวน

ผลประกอบการธุรกิจพาณิชย์ หรือคอมเมิร์ซ



Key Highlights

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชะลอตัวลง

การต่อยอดจากการขยายฐานลูกค้าและช่องทางการขาย

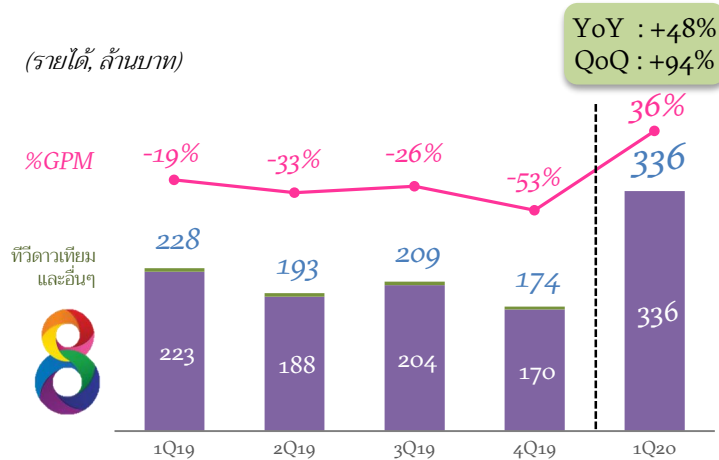
แคมเปญและโปรโมชั่นทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

รักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ระดับสูง

- เศรษฐกิจที่หดตัวลง ประกอบกับปัจจัยมหภาคอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่งผลต่อการเติบโตของยอดขาย outbound เป็นไปอย่างจำกัด
- อย่างไรก็ตาม แนวโน้มยอดขาย inbound เติบโตสูงกว่า 13% จากไตรมาสก่อนหน้า ผลจากการเติบโตของฐานลูกค้าสูงขึ้นที่ 1.35 ล้านคน ผนวกกับการขยายช่องทางการขายเพิ่มขึ้น
- แคมเปญ “Mega Cashback” และโปรโมชั่นอื่นๆ ช่วยกระตุ้นยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ตลาดรวมจะไม่ขยายตัว
- กำไรขั้นต้น (GPM) สูงในระดับ 65% แสดงถึงความสามารถของ RS ในการบริหารสัดส่วนผลิตภัณฑ์ซึ่งทำกำไรสูงสุด และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ได้ดี

ผลประกอบการธุรกิจทีวี

(รายได้, ล้านบาท)



Key Highlights

งบโฆษณาทีวีไตรมาส 1/63 ทรงตัว แต่เริ่มลดลงหลังการแพร่ระบาดของ covid-19

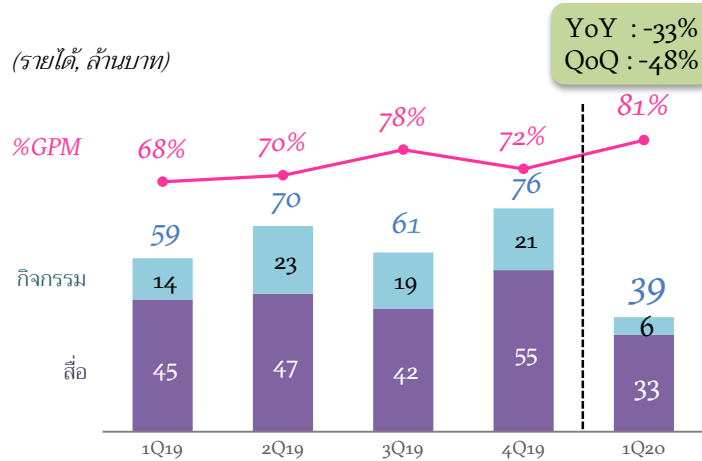
ผลประกอบการของช่อง 8 ซึ่งไม่มีใครเทียบได้

การควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและตรงจุด อีกทั้งต้นทุนการดำเนินงานลดลง โดยได้รับประโยชน์จากการยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล และอัตราเงินนำส่งรายปีกองทุนวิจัย (USO) ที่ลดลง

- แม้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมและการบริโภคภาคเอกชนจะปรับตัวลดลง แต่งบโฆษณาทางทีวี (ไม่รวมการซื้อสื่อจากธุรกิจโฆษณาอื่น) ในช่วงไตรมาส 1/20 ยังทรงตัว อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้เกิดการเลื่อนใช้งบโฆษณาทางทีวีออกไปบางส่วน
- การปรับตัวของช่อง 8 ทั้งรูปแบบการเสนอขายโฆษณา และการผลิตคอนเทนต์ รวมถึงการหารายได้เพิ่มเติมจากการนำคอนเทนต์ไปขายในต่างประเทศและขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ส่งผลให้รายได้ของช่อง 8 เติบโตขึ้นอย่างโดดเด่น
- ต้นทุนการผลิตคอนเทนต์ลดลง มาจากการวางแผนและคัดสรรโปรแกรมของช่องอย่างมีประสิทธิภาพและตรงจุด อีกทั้งต้นทุนการดำเนินงานลดลง โดยได้รับประโยชน์จากการยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล และอัตราเงินนำส่งรายปีกองทุนวิจัย (USO) ที่ลดลง

ผลประกอบการธุรกิจวิทยุ

(รายได้, ล้านบาท)



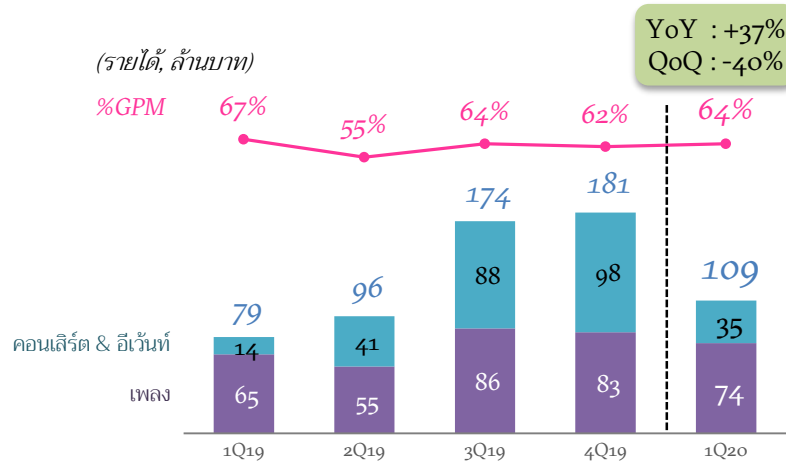
สถานีวิทยุอันดับ 1
ซึ่งสร้างอัตรากำไรสูง

Key Highlights

- “COOLfahrenheit” คลื่นวิทยุอันดับ 1 ในกลุ่ม Easy listening พร้อมด้วยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังมากมาย เช่น “COOL Outing” และ “Ink Eat All Around”
- รายได้ของวิทยุที่ลดลง ผลจากรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ซึ่งเป็นผลกระทบจากช่วงสถานการณ์ covid-19 อย่างไรก็ตาม ธุรกิจวิทยุยังคงเป็นธุรกิจ Cash cow ที่แม้อัตราการเติบโตจะต่ำลง แต่เป็นธุรกิจที่ยังคงสร้างกำไรสูง
- การพัฒนา “COOLanything” พร้อมกับสโลแกน “Lifestyle Online Shopping ให้ทุกการช้อปปิ้ง inspire คุณ” จะเข้ามาเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สร้างรายได้ที่แข็งแกร่งให้กับธุรกิจนี้



ผลประกอบการธุรกิจเพลง และอื่นๆ



Key Highlights

- รายได้หลักของธุรกิจเพลง มาจากแพลตฟอร์ม YouTube สตรีมมิงเพลง และการบริหารศิลปิน รวมถึงความร่วมมือกับพันธมิตรแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ
- แม้ว่าผลกระทบจากมาตรการ covid-19 จะกระทบต่อการจัดอีเว้นท์ที่ลดลง แต่จากความสำเร็จของคอนเสิร์ต “D2B Infinity Fun 2020” ที่จัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา สร้างรายได้กว่า 31 ล้านบาท ด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า 40%

การสร้างรายได้ที่เกี่ยวข้องกับออนไลน์

Back catalogue เป็นกำลังหนุนสำคัญจากธุรกิจต้นน้ำ

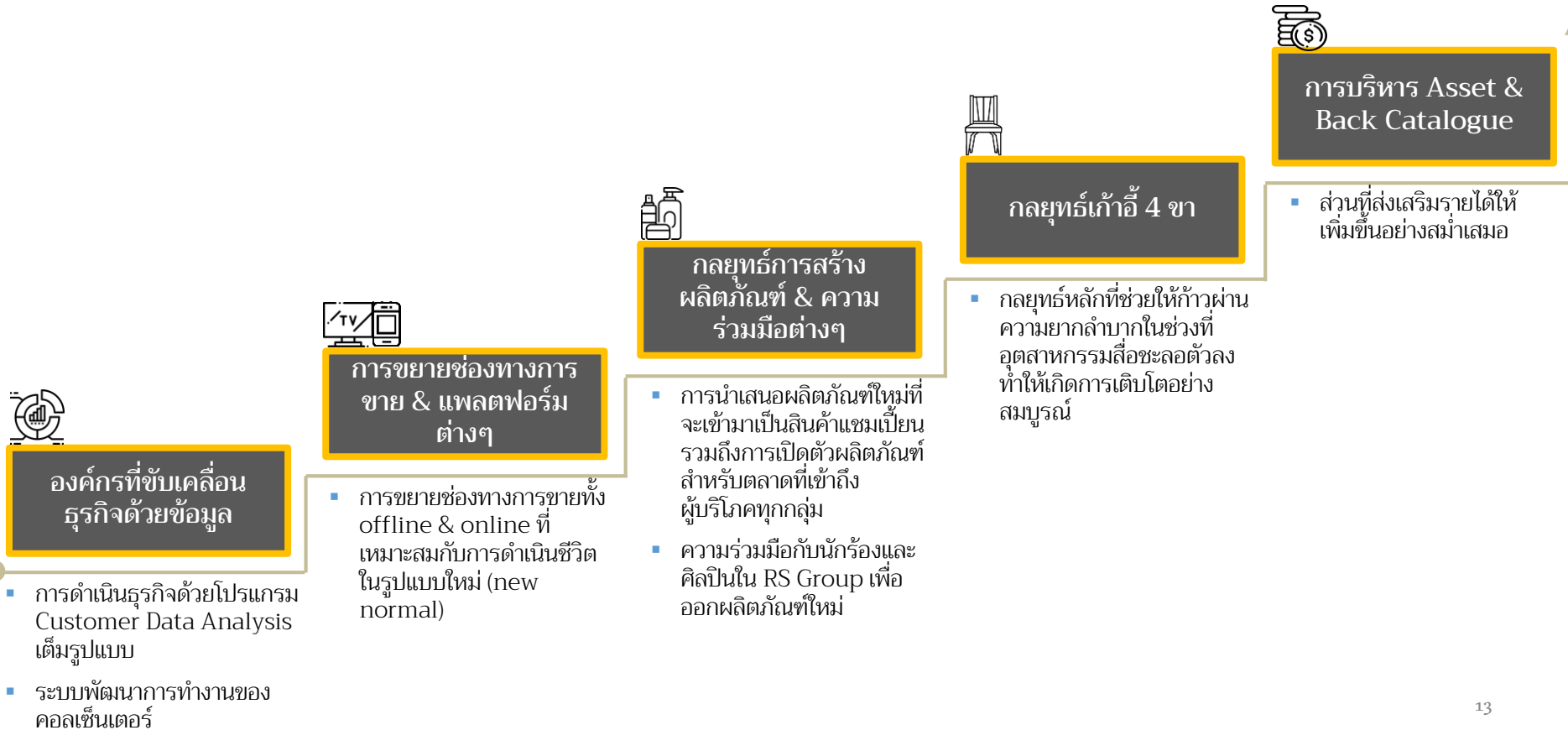


กลยุทธ์การขับเคลื่อนองค์กร & ประมาณการผลประกอบการปี 2020



RS GROUP

กลยุทธ์การขับเคลื่อนองค์กรสำหรับปี 2020



Entertainmerce Integration



	สิ้นปี 2019	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	สิ้นปี 2020
การขยายช่องทาง ทางการขาย	- TV Commerce - เว็บไซต์ & โซเชียลมีเดีย - แอปพลิเคชันแชท LINE - ร้านค้าปลีก		เว็บ & แอป & ทิวดาเทียม Entertainmerce Programs	ร้านค้าปลีก E-Commerce ผู้ค้าส่ง		- TV Commerce (ทีวีดิจิทัล & ดาวเทียม) - เว็บไซต์ & โซเชียลมีเดีย & แอปพลิเคชัน - แอปพลิเคชันแชท LINE - E-Marketplace - ร้านค้าปลีก & ผู้ค้าส่ง - ดิงพาเวอร์
การพัฒนา เทเลมาร์เก็ตติ้ง	คอลเซ็นเตอร์ 345 คน					- คอลเซ็นเตอร์ 400 คน - การนำเทคโนโลยีมาใช้
การพัฒนา & การจัดหา ผลิตภัณฑ์	- ผลิตภัณฑ์สุขภาพ & ความงาม - ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน		เครื่องครัว ผลิตภัณฑ์เน้นสุขภาพ		ห้องเช่า & บริการ	- ผลิตภัณฑ์สุขภาพ & ความงาม - ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน - ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ - เครื่องสำอาง - ห้องเช่า & บริการ
การตลาด & แคมเปญต่างๆ	โปรโมชั่นใหญ่กลางปีและปลายปี	Mega Cashback	GRAND SALE รีเวิร์ด	Mother's Day Sale	11.11 Sale Super Grand Sale	- โปรโมชั่น & แคมเปญ - Royalty Program - พันธมิตรใหม่

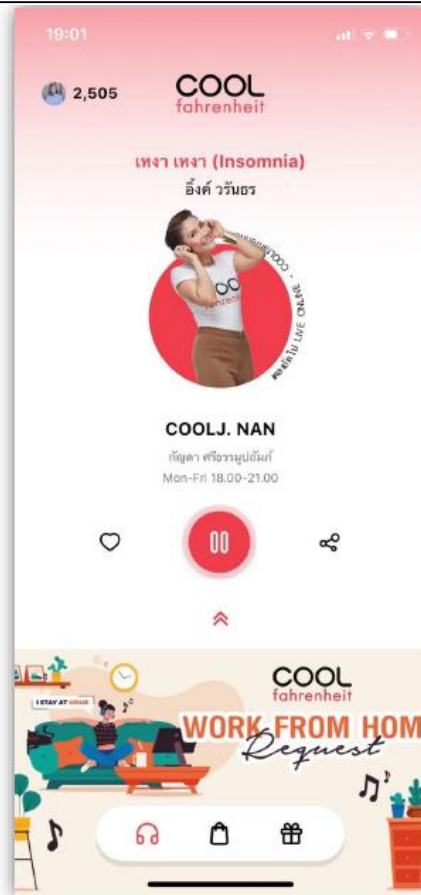
การขยายช่องทางออนไลน์ - จาก COOLism สู่ COOLanything



การขยายช่องทางออนไลน์ - จาก COOLism สู่ COOLanything

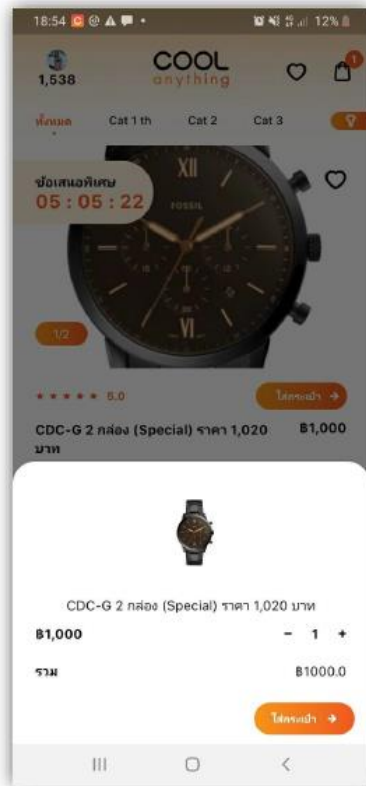
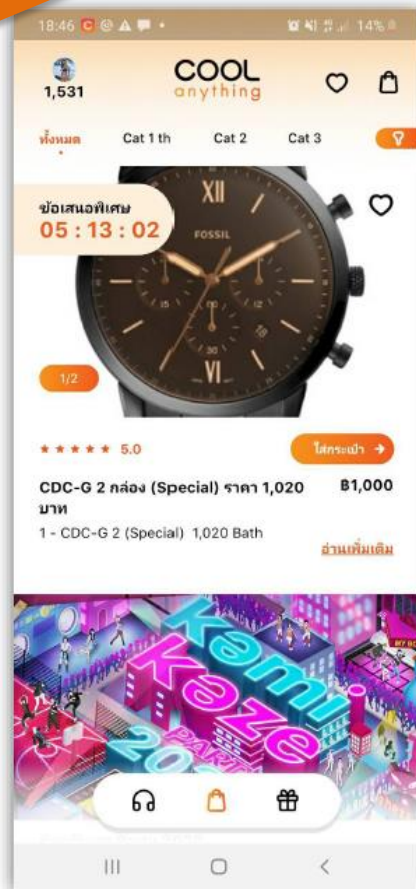


การขยายช่องทางออนไลน์ - จาก COOLism สู่ COOLanything



Soft launch ปลายเดือน พ.ค.

การขยายช่องทางออนไลน์ ▪ จาก COOLism สู่ COOLanything



2 โปรแกรมฉายในเดือน มิ.ย.

กลยุทธ์เก้าอี้ 4 ขา



ช่อง 8 เปิดกลยุทธ์เก้าอี้ 4 ขา ขยายฐานรายได้
กระจายความเสี่ยงได้ผลดี ไตรมาสแรกยังโตแรงฝ่ากระแสโควิด-19



50%

ช่องทางการขายมีเดีย
และสปอนเซอร์

20%

ช่องทางการขายสินค้า
ของ RS Mall ผ่านรายการ
ต่างๆ ของช่อง

5%

ช่องทางการจัด
กิจกรรมอีเวนต์

25%

ช่องทางการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์
เป็นการสร้างรายได้จากช่องทาง
ออนไลน์ และพันธมิตรทั้งในและ
ต่างประเทศ



"ใครๆ ก็ดู" 8 กดเลข 27



การบริหาร Asset & Back Catalogue

สร้างโอกาสใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ดิจิทัล
โดยการขายลิขสิทธิ์ไปยังต่างประเทศ และขยายสู่แพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ



คาดว่าจะสร้างรายได้สูงกว่า 100 ล้านบาท สำหรับไตรมาส 2-4 (ไม่รวมรายได้ที่เกิดขึ้นแล้วในไตรมาส 1 จำนวน 90 ล้านบาท)

ประมาณการผลประกอบการ ปี 2020



RS GROUP

ประมาณการผลประกอบการปี 2020

รายได้แบ่งตามประเภทธุรกิจ	2020 (E) (ล้านบาท)	% เทียบรายได้รวม	2019 (A) (ล้านบาท)	% เปลี่ยนแปลง
รายได้	4,250	100	3,611	18
ธุรกิจพาณิชย์	2,600	60	2,012	29
ธุรกิจสื่อ & เอนเตอร์เทนเมนต์	1,650	40	1,599	3
▪ ทิวดีจีทัล (ช่อง 8)	1,080	26	803	34
▪ วิทย์ (COOLfahrenheit)	200	5	266	-25
▪ เพลง	250	6	290	-14
▪ คอนเสิร์ต & อีเว้นท์	120	3	240	-50
อัตรากำไรขั้นต้น (GPM)	50%		44%	
อัตรากำไรสุทธิ (NPM)	13-15%		10%	



RS GROUP

RS Investor Relations

+662 037 8126

 <http://www.rs.co.th/investor.html>

 ir@rs.co.th

 <https://www.facebook.com/RSInvestorRelations/>

 https://twitter.com/rs_ir

 [ir_rs](#)