

Sea Limited (SE)



Overview

Sea Limited (SE US) เป็นบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งในปี 2009 ภายใต้ชื่อ **Garena Interactive Holding Limited** ก่อนจะเปลี่ยนชื่อเป็น **Sea Limited** ในปี 2017 โดยมีสำนักงานใหญ่ในประเทศสิงคโปร์ และจดทะเบียนในตลาดหุ้น NASDAQ

ปัจจุบัน Sea ดำเนินธุรกิจหลายภูมิภาค ได้แก่ **เอเชียตะวันออกเฉียงใต้, ละตินอเมริกา, เอเชียตอนอื่นๆ, และ ตลาดโลก** ผ่าน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่:

- **Digital Entertainment (Garena):** ให้บริการเกมออนไลน์ โดยเป็นผู้ให้บริการเกมชื่อดังอย่าง Free Fire ซึ่งเป็นหนึ่งในเกมมือถือที่มีผู้ใช้งานสูงสุดในหลายประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในภูมิภาคละตินอเมริกาและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- **E-commerce (Shopee):** แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเบอร์หนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน โดยมีโมเดลธุรกิจที่เน้นการเผาผลาญเพื่อการเติบโตในช่วงแรก ก่อนจะปรับโฟกัสสู่ความสามารถในการทำกำไรในช่วงปี 2023–2024
- **Digital Financial Services (Monee):** ให้บริการชำระเงิน, เครดิตบุคคล และบริการทางการเงินดิจิทัลอื่นๆ เพื่อเสริม ecosystem ของ Shopee โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้งานในประเทศกำลังพัฒนา

Sea Limited มีความโดดเด่นในการสร้างระบบนิเวศแบบครบวงจร ที่เชื่อมโยง **เกม-อีคอมเมิร์ซ-การเงิน** เข้าด้วยกัน ซึ่งสร้างความได้เปรียบในการใช้งานผู้ใช้งานร่วมกัน การ cross-sell และการใช้ข้อมูล (data-driven growth) อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทให้บริการแก่ผู้ซื้อ (บุคคลทั่วไปและครัวเรือน) และผู้ขาย (SMEs, แบรินด์ และผู้ค้ารายใหญ่) ที่ภูมิภาค การเติบโตของ Sea ได้รับแรงหนุนจากโครงสร้างประชากรที่เป็น digital-native ในภูมิภาค และการขยายสู่ตลาดใหม่อย่าง **บราซิล** ซึ่ง Shopee กลายเป็นหนึ่งในผู้เล่นหลักอย่างรวดเร็ว

Main Product

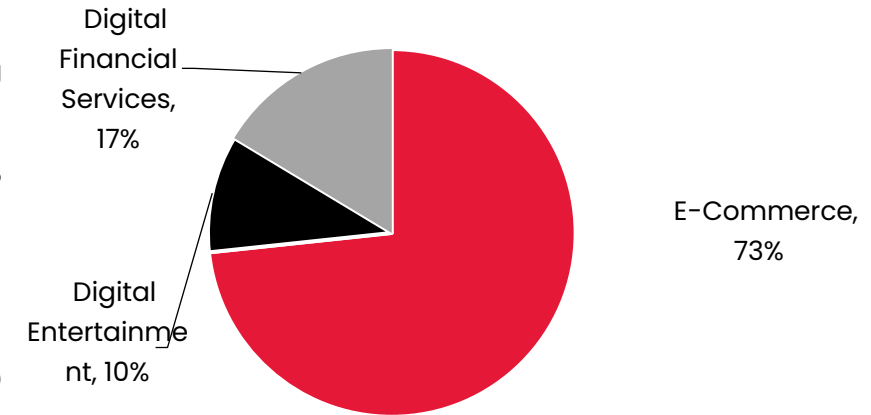


Shopee ดำเนินธุรกิจใน 11 ประเทศ ณ ปี 2025

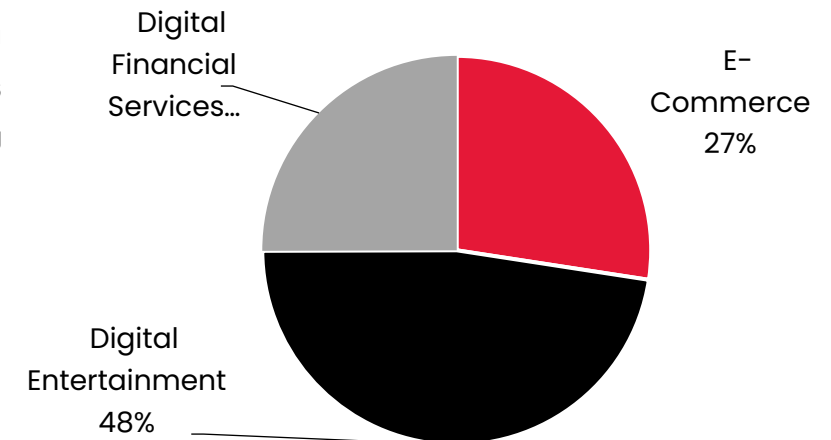
Country & Region: Singapore | Indonesia | Thailand | Malaysia | Vietnam | Philippines | Brazil | México | Colombia | Chile | Taiwan

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บอ. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และบริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใช้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพิ่มเติมในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บอจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้แสดงถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง

Q1 25 Revenue by Business Segment



Q1 25 Adj. EBITDA by Business Segment



Analyst(s)
Kris Komin, CFA
Analyst No.135824
kris@uobkayhian.co.th

.Assistant Analyst(s)
Apinut Vacharavathan
Sarath Anivat
Joel Loh



UOBKayHian
Your trusted financial partner

Source: Bloomberg

WEALTH IDEAS

HIGHLIGHT

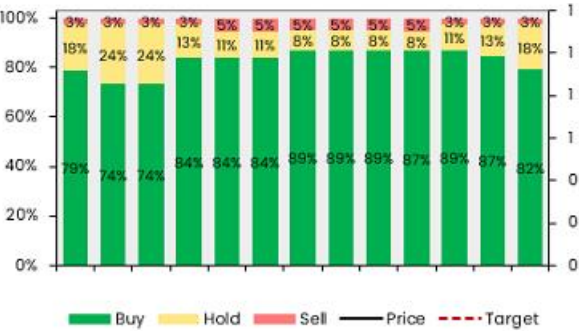
Sea Limited (SE)



Stock Data	
Sector	Communication Services
Industry	Entertainment
S&P Credit Rating	-
CEO	Li Xiaodong "Forrest"
Current Marketcap(\$)	91 bn.

Trading Data	
52-wk range	#VALUE!
BEST PE	35.3x
BEST PEG	0.4x
Dividend Yield	#N/A/N/A
Best EPS yoy	116.84%

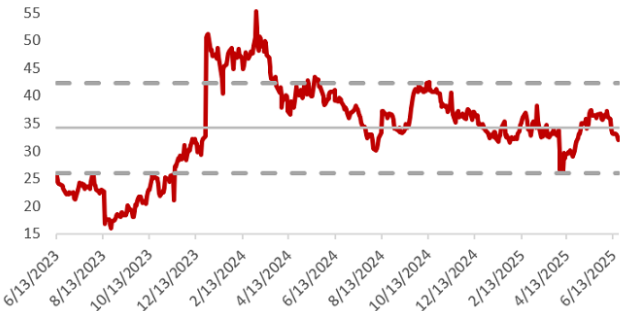
Bloomberg Consensus	
12M tgt Px	173.83
Return Potential	13.3%



Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย นาย. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และ บริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับประกันต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใช้ผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เว็บไซต์ในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บลจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมทั้งรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือ เพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง

Valuation

Blended Forward P/E 2Y



Blended Forward P/E อยู่ที่ 32.0x ไกล่เคียงค่าเฉลี่ยในอดีตที่ 34.2x

Summary

Source: Bloomberg, as of 23 JUNE 2025

Sea Limited รายงานไตรมาสแรกของปี 2025 ที่แข็งแกร่งกว่าคาดในทุกธุรกิจ โดยมีกำไรสุทธิ \$410.8M เทียบกับขาดทุนสุทธิ \$23M ในปีก่อนหน้านี้ สูงกว่าที่ตลาดคาด และรายได้รวมเติบโต +29.6% YoY แตะระดับ \$4.8B ขับเคลื่อนโดย Shopee ซึ่งทำสถิติ GMV และคำสั่งซื้อรวมสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเฉพาะในบราซิลที่เติบโตโดดเด่น พร้อมรายได้จากโฆษณาโต >50% YoY ด้านธุรกิจ Monee (เดิม SeaMoney) รายได้พุ่ง +57.6% YoY จากการขยายพอร์ตสินเชื่อผู้บริโภคและ SME ขณะที่อัตรา NPL คงที่ที่ 1.1% สะท้อนความสามารถบริหารความเสี่ยงได้ดี ส่วน Garena กลับมาเติบโตอีกครั้งด้วย Bookings +51% YoY จากเกม Free Fire และพอร์ตใหม่ที่เริ่มมี traction อย่าง Delta Force Mobile ส่งผลให้ EBITDA รวมของกลุ่มโตเกือบเท่าตัวมาอยู่ที่ \$946.5M (+136% YoY) สะท้อนการเร่งคืนสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและทำกำไรได้ในทุกหน่วยธุรกิจ โดยเฉพาะ Shopee และ Monee ที่กลายเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มในปีนี้ ทั้งนี้ผู้บริหารยังคงยืนยัน guidance เดิม สำหรับปี 2025 โดยคาดว่า GMV ของ Shopee จะเติบโตประมาณ 20% และขนาด loan book ของ Monee จะเติบโตในอัตราที่สูงกว่า GMV อย่างมีนัยสำคัญ

ด้วยโครงสร้างธุรกิจที่เริ่มกลับมาทำกำไรอย่างยั่งยืน กระแสเงินสดแข็งแกร่ง สภาพคล่องสูง และแนวโน้มการเติบโตในธุรกิจอีคอมเมิร์ซและฟินเทคที่ยังสดใส Sea Limited จึงยังเป็นหุ้นที่ "น่าลงทุนในระยะกลาง-ยาว"



UOBKayHian
Your trusted financial partner

Source: Bloomberg & Company Data



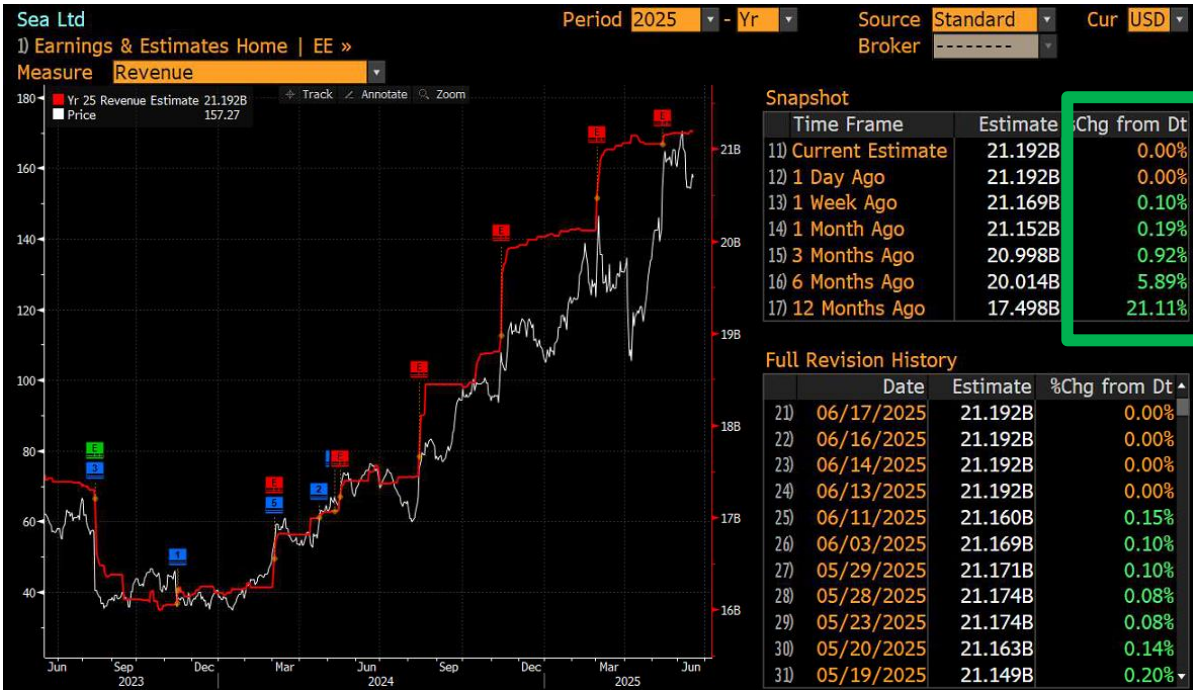
คาดว่าจะรายได้และกำไรของบริษัทจะเติบโตต่อเนื่องในระดับที่แข็งแกร่ง ขณะเดียวกัน โมเมนต์ในการถูกปรับเพิ่มประมาณการก็ยังอยู่ในทิศทางบวกอย่างชัดเจน

Measure	Revenue						YoY % Growth						PoP % Growth					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Q1 Mar	2.90B	3.04B	3.73B	4.84B	5.97B	6.93B	38%	5%	23%	30%	23%	16%						
Q2 Jun	2.94B	3.10B	3.81B	5.00B	5.97B	7.16B	21%	5%	23%	31%	19%	20%						
Q3 Sep	3.16B	3.31B	4.33B	5.39B	6.38B	7.43B	12%	5%	31%	25%	18%	16%						
Q4 Dec	3.45B	3.62B	4.95B	5.96B	7.10B	8.32B	7%	5%	37%	20%	19%	17%						
Year	12.45B	13.06B	16.82B	21.19B	25.42B	29.19B												
Cal Yr	12.45B	13.06B	16.82B	21.19B	25.42B	29.19B	25%	5%	29%	26%	20%	15%						

(Fiscal Period: Reported, Estimated)

Measure	EBITDA						YoY % Growth						PoP % Growth					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Q1 Mar	-509.89M	507.17M	401.15M	946.51M	1.03B	1.46B	-679%	199%	-21%	136%	9%	41%						
Q2 Jun	-506.25M	510.02M	448.47M	812.20M	1.05B	1.65B	-2000%	201%	-12%	81%	29%	57%						
Q3 Sep	-357.65M	35.28M	521.34M	881.47M	1.12B	1.77B	-116%	110%	1378%	69%	27%	58%						
Q4 Dec	495.66M	126.71M	590.92M	996.60M	1.47B	2.50B	201%	-74%	366%	69%	47%	70%						
Year	-878.13M	1.18B	1.96B	3.53B	4.71B	5.81B	-48%	234%	66%	80%	33%	23%						
Cal Yr	-878.13M	1.18B	1.96B	3.53B	4.71B	5.81B	-48%	234%	66%	80%	33%	23%						

(Fiscal Period: Reported, Estimated)



Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บอ. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และ บริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไมอาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใช้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เว็บไซต์ในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุน กองทุนมีได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงและ/หรือ เพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดผันผวนด้วย



คาดว่าจะรายได้และกำไรของบริษัทจะเติบโตต่อเนื่องในระดับที่แข็งแกร่ง ขณะเดียวกัน โมเมนต์ในการถูกปรับเพิ่มประมาณการก็ยังอยู่ในทิศทางบวกอย่างชัดเจน



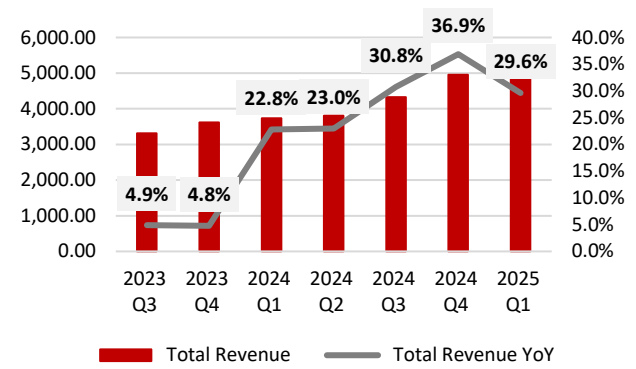
Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และบริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อมูลหรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้อื่น ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพิ่มเติมในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บลจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้แสดงถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงและ/หรือ เพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง



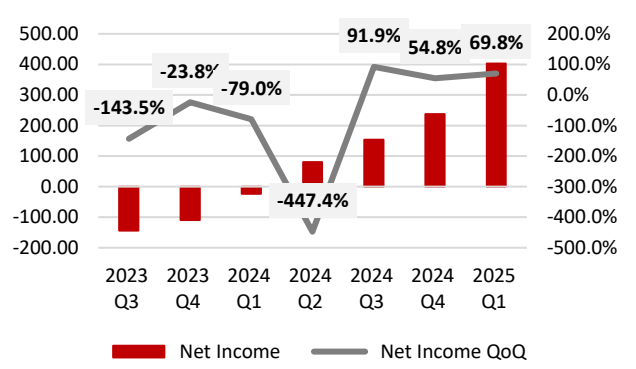
Financial Highlights and Key Metrics

- **รายได้รวม (Total Revenue):** \$4,841 ล้าน **(+29.6% YoY) (ต่ำกว่าคาด 0.9%)**
- **กำไรขั้นต้น (Gross Profit):** \$2,236 ล้าน **(+43.9% YoY) (สูงกว่าคาด 4.8%)**
- **อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin):** 46.2% (จาก 41.6% YoY) (คาด 43.75%)
- **ค่าใช้จ่ายดำเนินงานรวม (Total Operating Expenses):** \$1,780 ล้าน **(+20.0% YoY) (36.8% ของรายได้ เทียบกับ 39.7% ของรายได้ YoY) (สูงกว่าคาด 1.4%)**
 - ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (Sales & Marketing): \$930 ล้าน (+20.8% YoY)
 - ค่าใช้จ่ายทั่วไปและบริหาร (G&A): \$307 ล้าน (+5.6% YoY)
 - ตั้งสำรองหนี้เสีย (Provision for credit losses): \$282 ล้าน (+74.3% YoY)
 - ค่าใช้จ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D): \$296 ล้าน (-2.8% YoY)
- **กำไรจากการดำเนินงาน (Operating Income):** \$456 ล้าน **(+542.0% YoY) (สูงกว่าคาด 24.2%)**
- **อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Income Margin):** 9.43% (จาก 1.9% YoY) (คาด 7.38%)
- **กำไรสุทธิ (Net Income):** \$411 ล้าน (เทียบกับขาดทุน \$23 ล้านใน Q1 2024) (สูงกว่าคาด 16.2%)
- **กำไรต่อหุ้น (EPS):** Diluted: \$0.65 (เทียบกับ -\$0.04 YoY) **(สูงกว่าคาด 9%)**
- **EBITDA ปรับปรุง (Adjusted EBITDA):** \$946.5M **(เพิ่มจาก \$401.1M YoY หรือ +136%) (สูงกว่าคาด 44%)**
- **Cash & Cash Equivalents and Restricted Cash:** \$3,993 ล้าน **(+1.3% YoY, -1.7% QoQ)**

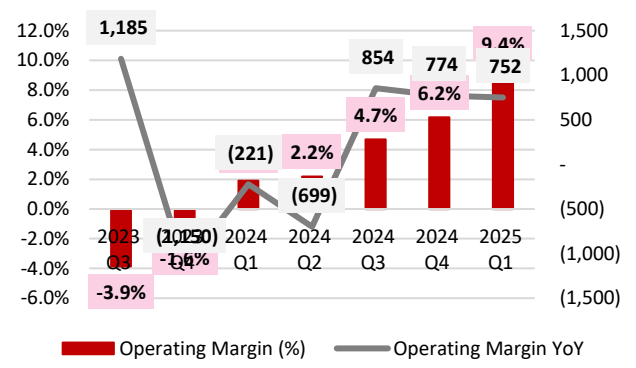
รายได้รวม โต 29.6% YoY แข็งแรงต่อเนื่อง



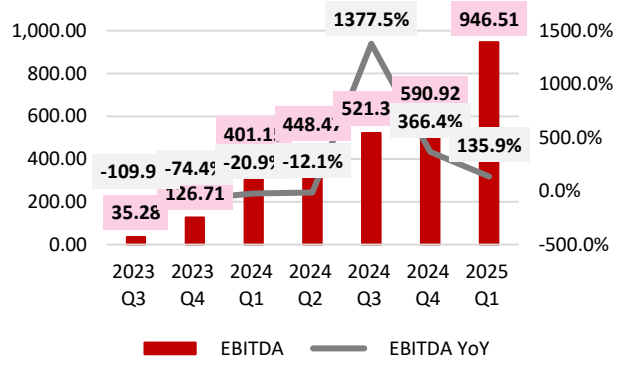
กำไรสุทธิ โต +69.8% QoQ แรงตัวจากไตรมาสก่อน



Operating Margin ขยายตัวต่อเนื่อง



Adj. EBITDA เติบโตอย่างแข็งแกร่ง



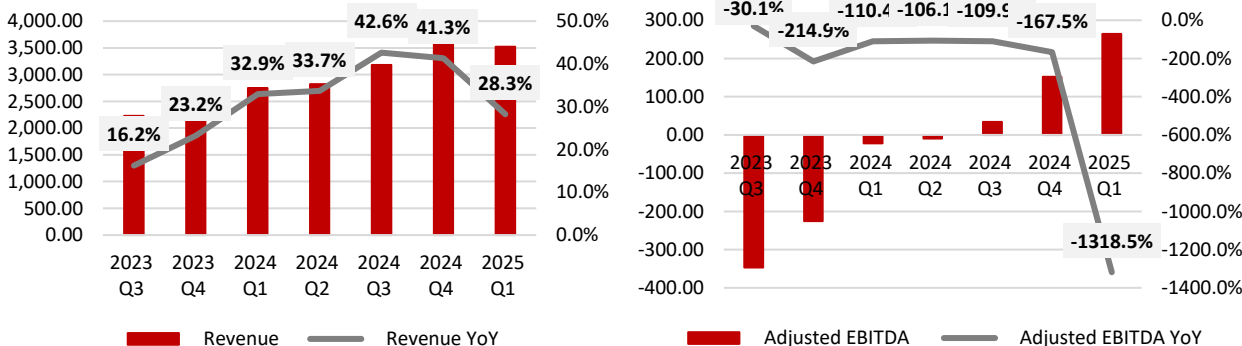
Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในเอกสารนี้ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และ บริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านจากวิเคราะห์ ครอบคลุมถึงข้อมูลที่ไม่สามารถรับประกันความถูกต้อง ความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใดผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดที่เห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เว็บไซต์ในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บล. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้แสดงถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือ เพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง



รายได้แยกตามหน่วยธุรกิจ

1. E-commerce (Shopee) (27.94% ของ EBITDA รวม)

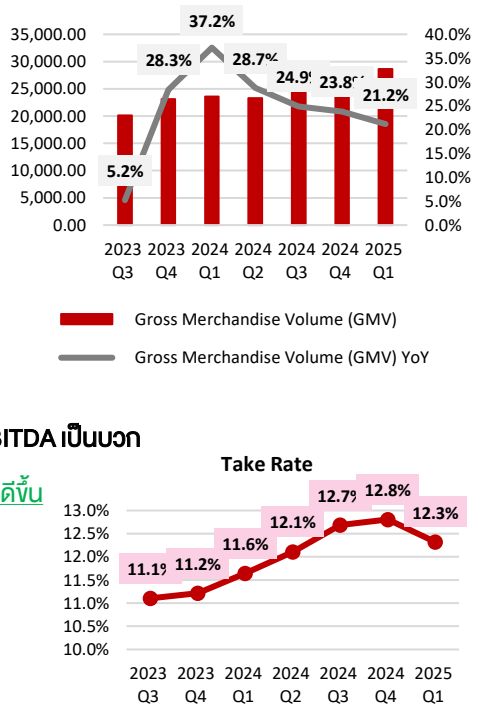
- รายได้รวม (GAAP Revenue): \$3.5B (+28.3% YoY) (ต่ำกว่าคาด 3.4%)
 - ปัจจัยขับเคลื่อน: การเติบโตของ GMV และจำนวนคำสั่งซื้อ
 - รายได้จาก Marketplace (รวมค่าธรรมเนียมธุรกรรม + Logistics): \$3.1B (+28.7% YoY)
 - รายได้ Core Marketplace: \$2.4B (+39.2% YoY)
 - รายได้ Value-added services: \$752.2M (+4.1% YoY)
- ปริมาณคำสั่งซื้อ (Gross Orders): 3.1 พันล้านคำสั่งซื้อ (+20.5% YoY)
- มูลค่ารวมของสินค้า (GMV): \$28.6B (+21.5% YoY) (ต่ำกว่าคาด 1.5%)
- Adjusted EBITDA: \$264.4M (พลิกกลับมาบวกจาก -\$21.7M YoY) (สูงกว่าคาด 59.7%)



Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บอ. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และบริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อมูลหรือข้อมูลที่ไม่ผ่านการวิเคราะห์ หรือข้อมูลที่ไม่สามารถรับประกันความถูกต้องของข้อมูลได้ ซึ่งความผิดพลาดดังกล่าวอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือความผิดพลาดในการคำนวณ ซึ่งความผิดพลาดดังกล่าวอาจเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เว็บไซต์ในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุน ใบกำกับภาษี บอจ. บอจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงและ/หรือ เพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง

Shopee – Sustaining Strong Growth and Market Leadership (Q1 2025)

- การเติบโตแข็งแกร่งและการทำกำไรที่ดีขึ้น (Strong Growth & Improving Profitability)
 - Shopee ยังคง ครองตำแหน่งผู้นำตลาด พร้อมการกำกำไรที่ดีขึ้น ทั้งใน เอเชียและบราซิล
 - ทำสถิติ GMV และจำนวนออเดอร์สูงสุด เป็นประวัติการณ์ในไตรมาส
 - จำนวนผู้ซื้อเฉลี่ยรายเดือน (Monthly Active Buyers) เติบโต มากกว่า 15% YoY
 - ผลประกอบการในบราซิลโดดเด่น: การขยายฐานผู้ใช้เร็วกว่าค่าเฉลี่ยของตลาด และยังคง EBITDA เป็นบวก
 - บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถทำได้ตาม เป้าหมาย GMV ทั้งปีเติบโต ~20% พร้อมการกำกำไรที่ดีขึ้น
- การเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้ (Improving Monetization Effectiveness)
 - รายได้จากโฆษณา โตมากกว่า 50% YoY ใน Q1 2025
 - จำนวนผู้ขายที่ใช้บริการโฆษณาโต 22% YoY และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อผู้ขายโต 28% YoY
 - เปิดตัวผลิตภัณฑ์โฆษณาใหม่ “GMV Max” ช่วยให้ผู้ขายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มผลตอบแทนได้ง่ายขึ้น



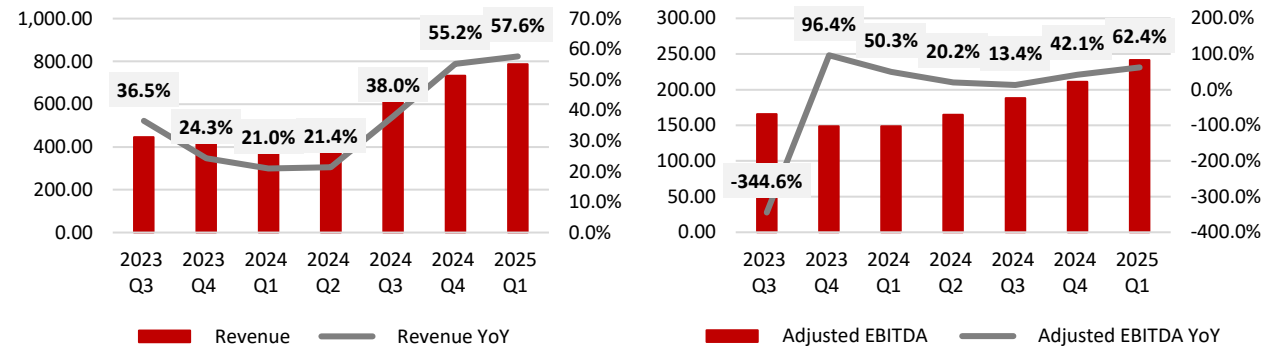
ความก้าวหน้าในด้านปฏิบัติการ (Progress Made on Key Operational Priorities)

- ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา: Shopee ได้รับการจัดอันดับให้เป็นแพลตฟอร์มที่ “ราคาดีที่สุดในตลาด” ทั้งในเอเชียและบราซิล
- คุณภาพการให้บริการ: ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อคำสั่งซื้อ ลดลง 6% YoY ในเอเชีย และ 21% YoY ในบราซิล
- Content Ecosystem ที่แข็งแกร่ง: ออเดอร์ที่มาจากเนื้อหา (content-driven orders) คิดเป็น ~20% ของคำสั่งซื้อสินค้าใน Q1
 - มีวิดีโอ YouTube กว่า 4 ล้านคลิป ที่มีลิงก์สินค้า Shopee ฝังอยู่ภายในคลิป (ณ สิ้นเดือนมีนาคม)

📄 รายได้แยกตามหน่วยธุรกิจ

2. Digital Financial Services (Monee เดิม SeaMoney) (25.5% ของ EBITDA รวม)

- 🟢 รายได้รวม (GAAP Revenue): \$787.1M (+57.6% YoY) (สูงกว่าคาด 6%)
 - 🕒 ปัจจัยขับเคลื่อน: การเติบโตของสินเชื่อสำหรับผู้บริโภคและ SME
- 🟡 Adjusted EBITDA: \$241.4M (+62.4% YoY) (ต่ำกว่าคาด 2.25%)
- 🟢 สินเชื่อรวม Consumer & SME: \$5.8B (+76.5% YoY)
 - 🕒 On-book: \$4.9B | Off-book: \$0.9B
- 🟢 อัตราสินเชื่อ NPL > 90 วัน: 1.1% (คงที่ QoQ)



Monee – การเติบโตอย่างแข็งแกร่ง พร้อมบริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบ (Q1 2025)

📁 การเติบโตของสินเชื่อ พร้อมบริหารความเสี่ยงอย่างมั่นคง (Robust Growth While Maintaining Stable Risk Profile)

- 🕒 สินเชื่อคงค้าง (Loan Principal Outstanding) เติบโต มากกว่า 75% YoY ในไตรมาสแรกของปี 2025
- 🕒 มีผู้กู้ครั้งแรก (First-time Borrowers) มากกว่า 4 ล้านคน เพิ่มขึ้นในไตรมาส
- 🕒 ผู้ใช้งานสินเชื่อของผู้บริโภคและ SME เพิ่มขึ้น มากกว่า 50% YoY ทะลุ 28 ล้านราย ภายในไตรมาส
- 🕒 อัตราสินเชื่อด้วยคุณภาพ (NPL90+) ยังคง ทรงตัวที่ 1.1% บ่งชี้ว่าคุณภาพสินทรัพย์ยังแข็งแกร่ง
- 🕒 มีการกระจายความเสี่ยงทั้งในแง่ของ ตลาดและกลุ่มผู้ใช้ เพื่อรักษาคุณภาพสินทรัพย์โดยรวม
- 🟢 ทีมบริหารมั่นใจว่า ขนาด Loan Book จะเติบโตเร็วกว่าการเติบโตของ GMV Shopee ในปี 2025 อย่างมีนัยสำคัญ

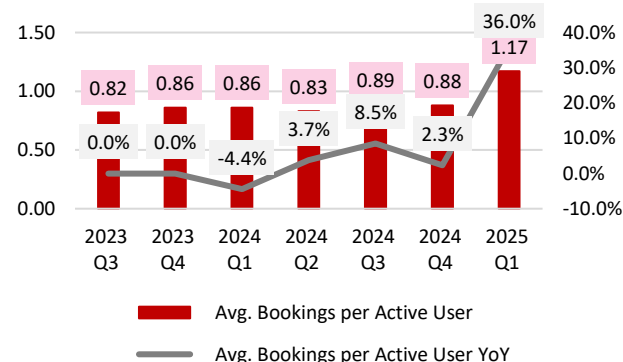
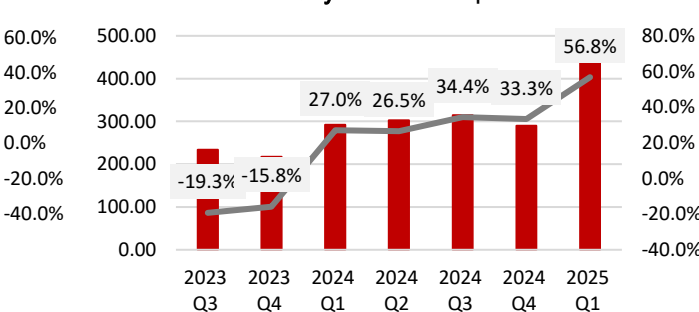
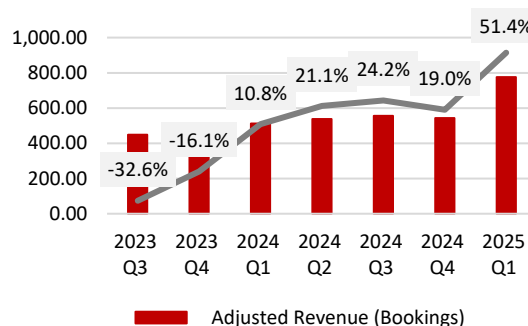
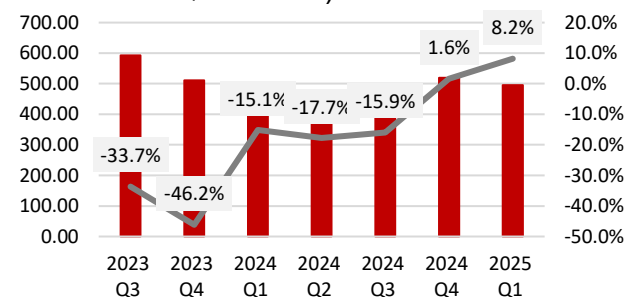
🚀 การขยายตัวของการใช้งานนอก Shopee (Driving Off-Shopee Growth)

- 🕒 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของ สินเชื่อนอก Shopee
- 🕒 **Malaysia:** การใช้ SPayLater นอก Shopee เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดย คิดเป็นกว่า 10% ของ Loan Book ทั้ง ตลาด ณ ปัจจุบัน
- 🕒 **Indonesia:** แอป ShopeePay มียอดดาวน์โหลด เกิน 30 ล้านครั้ง ณ สิ้นเดือนมีนาคม
 - 🕒 แอป ShopeePay แบบ Standalone ถูกวางเป็นฐานสำหรับการ สร้าง Engagement และวางรากฐานเพื่อการขยายผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่น ๆ ในอนาคต

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และ บริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับประกันต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใดผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพิ่มเติมในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บลจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมทั้งรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพได้เท่าที่ตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง

3. Digital Entertainment (Garena) (48.4% vǎj EBITDA sǒj)

- **Bookings:** \$775.4M (+51.4% YoY) (รายได้รวมที่ได้รับจากผู้ใช้งานล่วงหน้า ก่อนที่จะรับรู้เป็นรายได้ตามหลักบัญชี GAAP อธิบายง่ายๆคือ คนเติมเงินในเกมสโว์! แต่ยังไม่ได้นำไปซื้อสินค้า)
-  **รายได้รวม (GAAP Revenue):** \$495.6M (จาก \$458.1M YoY) (+8.2% YoY) (ต่ำกว่าคาด 7.2%)
 - ปัจจัยขับเคลื่อน: จำนวนผู้ใช้งานและผู้ใช้ที่จ่ายเงินเพิ่มขึ้น
-  **Adjusted EBITDA:** \$458.2M (+56.8% YoY) (สูงกว่าคาด 46.1%)
 - EBITDA คิดเป็น 59.1% ของ Bookings (เทียบกับ 57.1% ปีที่แล้ว)
- **ผู้ใช้งานรายไตรมาส (Quarterly Active Users):** 661.8 ล้านคน (+11.3% YoY)
- **ผู้ใช้ที่จ่ายเงิน (Quarterly Paying Users):** 64.6 ล้านคน (+32.2% YoY)
 - อัตราการจ่ายเงิน (Paying User Ratio): 9.8% (เพิ่มจาก 8.2%)
- **รายได้ต่อผู้ใช้งาน (Average Bookings/User):** \$1.17 (เพิ่มจาก \$0.86 YoY และ \$0.88 QoQ)

[illegible]

Garena (Digital Entertainment) – Q1 2025: ไตรมาสที่แข็งแกร่ง ขนุนโดย Free Fire

 ผลประกอบการดีที่สุดตั้งแต่ปี 2021

- ยอดจอง (Bookings) ของ Garena โต 51% YoY, และ Adjusted EBITDA โต 57% YoY ใน Q1 2025
- การร่วมมือระหว่าง Free Fire x NARUTO SHIPPUDEN ประสบความสำเร็จสูง ยอดผู้ใช้งานเฉลี่ยรายวัน (DAU) ใกล้เคียงระดับพีคในช่วงโควิด
- Free Fire ยังคงครองตำแหน่งเกมมือถือที่ใหญ่ที่สุดในโลก จาก ค่าเฉลี่ย DAU และจำนวนดาวน์โหลด
- เกมอื่นๆ เช่น Arena of Valor, EA Sports FC Online และ Call of Duty Mobile ก็เริ่มต้นปีได้ดี

 Garena ยืนยันแนวโน้มว่าจะสามารถ **โตแบบ Double-digit YoY** ทั้งจากผู้ใช้และยอด bookings ได้ในปี 2025

 กลยุทธ์เน้นคอนเทนต์ตามวัฒนธรรมท้องถิ่น + เกมใหม่

- **แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมท้องถิ่น:** ได้รับผลตอบรับเชิงบวกบนโซเชียล มีผลต่อ **ความภักดีของผู้เล่น**
 - **อินโดนีเซีย:** จัดกิจกรรม Ramadan ในเกม Free Fire ให้ผู้เล่นบริจาคเสื้อผ้า-อาหารในโลกจริงผ่านภารกิจในเกม
 - **ไต้หวัน:** Arena of Valor จัดกิจกรรม “ลอยโคม” ในเทศกาล Mazu และจุดเทียนพรแทนผู้เล่นในช่วงตรุษจีน
- **เกมใหม่ที่เปิดตัว:** เปิดตัว **Delta Force Mobile** ที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้, MENA และลาตินอเมริกาในเดือนเมษายน ได้รับการตอบรับดีมาก มียอดดาวน์โหลด **ทะลุ 10 ล้านครั้ง**
 - เตรียมเปิดให้เล่นเกมใหม่ **Free City** เริ่มในเดือนพฤษภาคม



Garena: แนวนับรายได้และจำนวนผู้ใช้เกมใหม่

Source: Sensor Tower จัดทำขึ้นโดย นาย. UOBKaiYan (ประเทศไทย) จาก (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในทวีตคร่าห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานการวิจัยเบื้องต้น ซึ่งข้อมูล และข้อเท็จจริงที่ปรากฏในการประเมินมีความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และเนื้อหาจริงมีผลต่อความผิดพลาดในการแปลข้อเท็จจริง หรือข้อมูลอื่น ๆ การกรังการฯ รวมทั้งไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ จากการศึกษาการให้ข้อมูลเบื้องต้นได้ ทั้งนี้ ข้อมูภาคนี้ที่เป็นการแปลเปลี่ยนที่ได้ไปได้อาจแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงกรรการกรรการฯ ภายใต้ลักษณะสินทรัพย์ เนื่องไป ผลกระทบและความเสี่ยงต่อคณิสสินทรัพย์ของกรรการฯ ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ ผู้ลงกรรการฯ ในอดีต มีได้แสดงถึงผลของบทวิเคราะห์ และผลฯ อาจมีถึงผลกระทบถึงกรรการฯ ตลอดจน: หรือ พันธมิตร ได้ โดยแสดงบทเรียนจากในการประเมินประเภทนี้ ซึ่ง กอกรการกรรการฯ ไม่สามารถรับประกันได้ว่า จะประสบความสำเร็จได้ทวาศาลของกรรการฯ และผู้ลงกรรการฯ กรรการฯ จะประเมินและดำเนินการแสดงในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเพราะอย่างอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการลง

Source: Sensor Tower

Source: Sensor Tower estimates

ในการขายงานนี้ใช้ในตลาดเหล่านี้



UOBKayHian
Your trusted financial partner

Source: Bloomberg & Company Data

Guidance & Outlook

- **Shopee:** บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถทำได้ตาม เป้าหมาย GMV ทั้งปีที่เติบโต ~20% พร้อมการกำก่ำไรที่ดีขึ้น
- **SeaMoney:** ทีมบริหารมั่นใจว่า **ขนาด Loan Book จะเติบโตเร็วกว่าการเติบโตของ GMV Shopee** ในปี 2025 อย่างมีนัยสำคัญ
- **Garena:** ยืนยันแนวโน้มว่าจะสามารถ **โตแบบ Double-digit YoY** ทั้งฐานผู้ใช้และยอด bookings ได้ในปี 2025

💡 ความคิดเห็นจากผู้บริหาร

คุณ Forrest Li ประธานและซีโอโอของ Sea Limited กล่าวว่

“เราสามารถส่งมอบผลประโยชน์การไตรมาสที่ยอดเยี่ยมอีกครั้ง ด้วยการเติบโตที่แข็งแกร่งและความสามารถในการกำก่ำไรที่ดีขึ้นในทั้งสามธุรกิจหลัก การเริ่มต้นปีที่แข็งแกร่งนี้ช่วยเสริมความมั่นใจให้เรามากยิ่งขึ้นว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายทั้งปีได้ตามที่ตั้งไว้”

📦 Shopee (E-commerce):

“Shopee ทำสถิติสูงสุดใหม่ทั้งในแง่ GMV และจำนวนคำสั่งซื้อในไตรมาสแรก เรายกย่องความเป็นผู้นำตลาดไว้ได้ พร้อมกับการปรับปรุงความสามารถในการกำก่ำไร ทั้งในเอเชียและบราซิล” โดยเน้นว่า Shopee มีจุดแข็งจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ การเพิ่มความสามารถด้านราคา การยกระดับคุณภาพบริการ การเสริมสร้างระบบนิเวศของคอนเทนต์ ทำให้ Shopee ยังคงมีความสามารถในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจนในตลาด

💰 Monee (Digital Financial Services):

คุณ Li ได้เปิดเผยการรีแบรนด์จาก SeaMoney เป็น ‘Monee’ โดยเน้นความเชื่อมโยงกับ Shopee ทั้งในแง่ภาพลักษณ์และระบบนิเวศ พร้อมกล่าวว่า “Monee มีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งอีกครั้ง โดยรายได้และ EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว เติบโตมากกว่า 50% YoY ขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาคุณภาพสินทรัพย์ให้อยู่ในระดับมั่นคง” โดยย้ำว่าบริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบ เพื่อเติบโตอย่างมั่นคงและกำก่ำไรได้ในระยะยาว

🎮 Garena (Digital Entertainment):

“Garena เริ่มต้นปี 2025 ได้อย่างยอดเยี่ยม ถือเป็นไตรมาสที่ดีที่สุดตั้งแต่ปี 2021” โดยเฉพาะการร่วมมือกับ *Naruto* ใน Free Fire ที่ช่วยดัน DAU ในไตรมาสแรกให้ใกล้เคียงกับจุดสูงสุดช่วง COVID-19 พร้อมระบุว่าบริษัทจะเดินหน้าเสริมความแข็งแกร่งของ Free Fire ผ่านคอนเทนต์เฉพาะท้องถิ่น และขยายพอร์ตเกมใหม่ เพื่อสนับสนุนการเติบโตที่ยั่งยืนในระยะยาว.

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องโดยอิสระ และบริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ไม่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้นับถือผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพิ่มเติมในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บล. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง

Corporate Updates

Shopee (E-commerce)

- เปิดตัว GMV Max แพลตฟอร์มโฆษณาใหม่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญ

Monee (Digital Financial Services)

- SPayLater ในมาเลเซียใช้แบบ off-Shopee โตแรง ปัจจุบันคิดเป็น 10% ของสินเชื่อรวมในตลาด
- แอป ShopeePay ในอินโดนีเซีย มียอดดาวน์โหลดเกิน 30 ล้านครั้ง (ณ มีนาคม 2025)

Garena (Digital Entertainment)

- Free Fire ยังคงครองแชมป์เกมมือถืออันดับ 1 ของโลกจากจำนวน DAU และ ยอดดาวน์โหลด
- การร่วมมือกับ Naruto Shippuden กระตุ้น DAU ไกล่ระดับพิชิตยุคโควิด
- เกมใหม่ Delta Force Mobile เปิดตัวแล้วใน SEA, MENA, LATAM มียอดดาวน์โหลด ทะลุ 10 ล้านครั้ง
- กิจกรรมในเกมอิงวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น Ramadan ในอินโดนีเซีย และ Mazu Pilgrimage ในไต้หวัน

Valuation

 หุ้น SE ซื้อขายที่ **Forward EV/EBITDA 20.9x** สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2 ปี เล็กน้อยที่ 19.4x สะท้อนการเติบโตของผลประกอบการ

 Blended Forward P/E อยู่ที่ 32.0x ไกล่เคียงค่าเฉลี่ยในอดีตที่ 34.2x

 นักวิเคราะห์ให้ **12M Target Price** ที่ **173.83** คิดเป็น **Upside +13.3%**

 รายได้ คาดการณ์ 2025 / 2026 / 2027 ที่ +26% +20% +15% ตามลำดับ 3 เดือนที่ผ่านมารายได้ ปี 2025 ถูก Upgrade มาแล้ว 0.92%

 EBITDA คาดการณ์ 2025 / 2026 / 2027 ที่ +80% +33% +23% ตามลำดับ 3 เดือนที่ผ่านมา EBITDA ปี 2025 ถูก Upgrade มาแล้ว 19.27%

- Shopee กำไรดีขึ้นจากอะไร?

- **ธุรกิจ Monee โตจากอะไร?**

- การจัดสรรเงินลงทุนโดยเฉพาะใน Monee?

Forrest Li เผยว่าทุกธุรกิจสามารถสร้างเงินสดเองได้ และจะเน้นกระจายแหล่งทุน เช่น ร่วมมือกับสถาบันการเงินหรือออกผลิตภัณฑ์การเงินเฉพาะทางอย่าง ABS

- **แนวโน้มนธุรกิจเกม Garena?**

Forrest Li มั่นใจว่ายังโตได้ต่อเนื่องจากแคมเปญร่วมกับ Naruto แม้อาจมีความผันผวนรายไตรมาส แต่คาดว่าฐานผู้ใช้และยอดจองจะโตเลขสองหลักถึงปี 2025

- **แนวโน้ม Shopee ในบราซิล?**

Chris Feng เชื่อว่า Shopee ได้แรงหนุนจากราคาที่แข่งขันได้, โลจิสติกส์ที่ดีขึ้น และบริการที่พัฒนาต่อเนื่อง มองเห็นโอกาสโตอีกมากจากอัตราการใช้ E-commerce ที่ยังต่ำในประเทศนี้

ปัจจัยบวกที่โดดเด่น:

- ✓ รายได้รวมโตแรงถึง **30% YoY**
- ✓ **Shopee** สร้างสถิติใหม่ ทั้งยอดขายสั่งซื้อและ GMV โตกว่า **20%**
- ✓ ธุรกิจ Digital Financial Services ภายใต้แบรนด์ใหม่ **Monee** เติบโตแข็งแกร่งทั้งรายได้และกำไร
- ✓ ธุรกิจเกม **Garena** โตต่อเนื่องจากแคมเปญร่วมกับ **Naruto Shippuden** ดันยอดขายโตถึง **51%**
- ✓ พลิกจากขาดทุนเป็นกำไรสุทธิถึง **411 ล้านบาท**

ปัจจัยลบที่ต้องจับตา:

- ⚠️ การแข่งขันในตลาดอาเซียนและบราซิลยังสูง โดยเฉพาะจากผู้เล่นใหม่ เช่น **TikTok Shop**
- ⚠️ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในบางตลาด
- ⚠️ อาจเจอแรงกดดัน Margin จากการอุดหนุนค่าขนส่งและการปรับต้นทุนแบบไดนามิก
- ⚠️ การขยายบริการของ Monee นอกแพลตฟอร์ม Shopee ต้องบริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบ
- ⚠️ อัลกอริทึมของ Shopee Live ในบราซิลยังอยู่ช่วงเริ่มต้น อาจได้ช้ากว่าคาด



Market Structure

✓ Timeframe 1D : แนวโน้มขาขึ้น (Uptrend)

Price Structure

- ✓ ราคาปรับตัวขึ้นมากทำ High \$172.65 ซึ่งเป็นการปรับตัวขึ้นมาแบบมี Momentum
- ✓ มีโอกาสปรับตัวขึ้นต่อ

แนวรับ	148.4 / 141.5 / 135.8 -
แนวต้าน	163.4 / 177.6 / 203.3
มุมมอง	BUY / สะสมได้ตามแนวรับ
จุดทำกำไร	ตามแนวต้าน เป้าแรก 177.6
จุดตัดขาดทุน	-



แนวโน้มขาขึ้น ทอยยสะสมตามแนวรับ

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องโดยอิสระ และบริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับประกันความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใดผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เว็บไซต์ในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บล. นัน ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้แสดงถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง

ความแข็งแกร่งของ Shopee: กรณีศึกษาการเจาะตลาดบราซิล

ตลาดอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ของบราซิลถือเป็นหนึ่งในตลาดที่มีศักยภาพสูงสุดในละตินอเมริกา ด้วยขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับต้น ๆ ของภูมิภาค และประชากรกว่า 200 ล้านคน แต่ในขณะเดียวกัน อัตราการเข้าถึง E-Commerce ของบราซิลยังค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว โดยปัจจุบันอยู่ที่เพียง **ต่ำกว่า 15%** ของค่าปลีกทั้งหมด ซึ่งถือว่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของ ASEAN ที่อยู่ที่ **17-18%** และห่างจากจีนหรือเกาหลีใต้ที่มีอัตรา penetration สูงถึง **30-40%** สะท้อนให้เห็นว่าตลาดบราซิลยังมี "ช่องว่าง" การเติบโตอีกมาก

ในตลาดนี้ Mercado Libre (MELI) คือผู้เล่นหมายเลข 1 ที่ครองส่วนแบ่งตลาดราว **35-40%** มานาน ด้วยจุดแข็งด้านแบรนด์ ระบบโลจิสติกส์ และฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าตัวสูง อย่างไรก็ตาม การมาของ Shopee ในปี 2019 ได้เปลี่ยนภูมิทัศน์การแข่งขันในบราซิลอย่างมีนัยสำคัญ

Shopee ตีตลาดบราซิลอย่างไร

1. เจาะกลุ่มแมสด้วยสินค้าตัวต่ำ (Low-Ticket Segment)

Shopee โฟกัสตลาดกลุ่มนี้ที่ยังถูกมองข้าม โดยมีมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ย (AOV) เพียง **11-12 ดอลลาร์สหรัฐ** เทียบกับ MELI ที่อยู่ที่ **45-50 ดอลลาร์สหรัฐ** การนำเสนอสินค้าราคาประหยัด ควบคู่กับค่าขนส่งต่ำ และระบบคุ้มครองส่งเสริมการขาย ช่วยให้ Shopee ขยายฐานผู้ใช้อย่างรวดเร็ว

2. การลงทุนด้านโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐาน

Shopee ลงทุนอย่างต่อเนื่องในระบบโลจิสติกส์ ทำให้สามารถลดต้นทุนต่อออเดอร์ได้ถึง **21% y/y** ในไตรมาส 1 ปี 2025 พร้อมทั้งยกระดับความเร็วในการจัดส่งลงได้อีก **2-3 วัน** ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างประสบการณ์ลูกค้าในระดับที่แข่งขันได้กับ MELI ล่าสุด Shopee ได้เปิดศูนย์กระจายสินค้า (Fulfillment Center) แห่งแรกในเซาเปาโล และมีแผนเปิดเพิ่มในปีนี้

3. นโยบายอุดหนุนค่าขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

แม้ MELI จะออกนโยบายจัดส่งฟรีใหม่ Shopee ยังคงใช้ระบบคุ้มครองที่ช่วยควบคุมต้นทุน เช่น:

1. คุ้มครองจัดส่งฟรี 5 ใบ สำหรับออเดอร์ > 19 R\$ (จำกัดค่าส่งไม่เกิน 20 R\$)
2. คุ้มครองลดค่าส่ง 50% อีก 5 ใบ
3. สิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับผู้ใช้ในเซาเปาโล

4. ผลักดันยอดขายและส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง

Shopee ขยายส่วนแบ่งตลาดในบราซิลจากศูนย์จนแตะระดับ **15% ในปี 2024 และคาดว่าจะทะลุ 20% ภายในปี 2028**

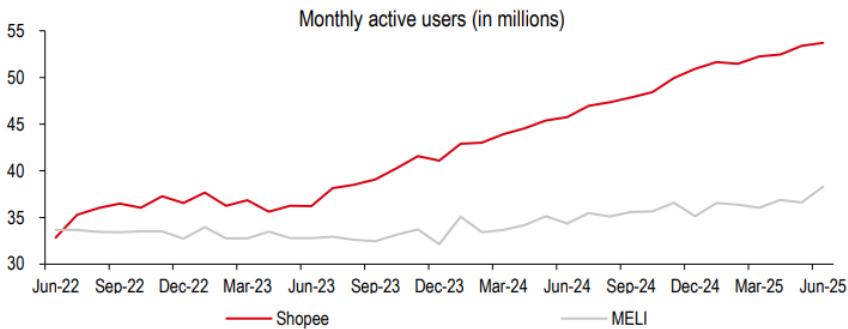
5. สร้างจุดแข็งด้านหมวดหมู่สินค้าใหม่ ๆ

Shopee ไม่ได้จำกัดแค่สินค้าราคาต่ำ ล่าสุดขยายส่วนแบ่งไปยังหมวดต่างๆ ผลสำรวจ AlphaWise ปี 2024 ชี้ว่า Shopee ยังคงเป็นผู้นำด้านแฟชั่น และมีส่วนแบ่งในหมวดอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น พร้อมขึ้นเป็นเบอร์ 1 ในหมวดสินค้าปรับปรุงบ้าน



ความแข็งแกร่งของ Shopee: กรณีศึกษาการเจาะตลาดบราซิล

4. Shopee and MELI – Monthly active user trends in Brazil



ประเด็นที่ต้องจับตา:

- การลดเกณฑ์จัดส่งฟรีและต้นทุนค่าขนส่งของ MELI ถือเป็นสัญญาณชัดเจนของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาดบราซิล
 - วันที่ 6 มิถุนายน 2025 MELI ประกาศลดเกณฑ์ขั้นต่ำสำหรับจัดส่งฟรีจาก 79 เรียลบราซิล (ประมาณ 14.20 ดอลลาร์สหรัฐฯ) เหลือเพียง 19 เรียลบราซิล ทั่วประเทศ
 - MELI ยังระบุว่าได้ลดต้นทุนค่าจัดส่งสำหรับผู้ขายในบราซิลลงสูงสุดถึง 40% เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา
- MELI เริ่มรุกตลาดสินค้าราคาต่ำ (Low-priced SKU) ซึ่งเดิมเป็นจุดแข็งหลักของ Shopee

อย่างไรก็ตาม:

- ตำแหน่งของ Shopee ในตลาดบราซิลยังแข็งแกร่ง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ขาย Long-tail Products
- ขนาดตะกร้าสินค้า (Basket Size) ของ MELI ในบราซิลสูงกว่า Shopee ถึง เกือบ 3 เท่า (มูลค่าเฉลี่ยต่อหนึ่งคำสั่งซื้อ)
- ดังนั้น แม้ MELI จะลดเกณฑ์จัดส่งฟรี แต่อาจไม่ได้หมายความว่ากลุ่มผู้ใช้หรือสินค้าจะไหลไปทาง MELI กันทีเดียว

ผลกระทบต่อ Shopee ที่อาจเกิดขึ้น:

- อาจทำให้อัตราการเติบโตของผู้ใช้ (User Growth) และการขยายอัตรากำไร (Margin Expansion) ของ Shopee Brazil ชะลอลง
- แต่ยังไม่มีสัญญาณว่าฐานผู้ใช้หรือส่วนแบ่งสินค้าจะย้ายออกจาก Shopee อย่างมีนัยสำคัญในระยะสั้น

แม้ MELI จะมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ด้าน มูลค่า GMV และ ยอดขายรวม สูงกว่า Shopee เนื่องจากขนาดตะกร้าสินค้า (Basket Size) ของ MELI ใหญ่กว่าประมาณ 3 เท่า แต่ในแง่ของ ปริมาณผู้ใช้งานจริงต่อเดือน (MAU) Shopee ได้เปรียบและดึงดูดกลุ่มผู้ใช้แมสจำนวนมากได้สำเร็จ

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บอ. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และ บริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับประกันความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใดผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพิ่มเติมในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บอจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมถึงรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิผลภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง





ความแข็งแกร่งของ Shopee: กรณีศึกษาการเจาะตลาดบราซิล

6. Merchant commissions comparison across platforms in Brazil – Shopee is competitive

Basket size (In BRL) →	20	40	60	170	750
Basket size (In USD) →	4	7	11	30	134
Amazon					
Per item fee	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Commission	2.70	5.40	8.10	22.95	101.25
	4.50	8.00	8.00	21.45	21.45
Delivery by Amazon					
Total Cost to seller	9.20	15.40	18.10	46.40	124.70
Fees as % of basket size	46%	39%	30%	27%	17%
MELI					
Per item fee (including delivery fees)	6.25	6.50	6.75	10.00	15.00
Commission	3.40	6.80	10.20	28.90	127.50
Total Cost to seller	9.65	13.30	16.95	38.90	142.50
Fees as % of basket size	48%	33%	28%	23%	19%
Shopee					
Per item fee	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Commission	2.80	5.60	8.40	23.80	100.00
Delivery fees	1.20	2.40	3.60	10.20	45.00
Total Cost to seller	8.00	12.00	16.00	38.00	104.00
Fees as % of basket size	40%	30%	27%	22%	14%

Source: Company websites, HSBC
Note: We estimate Shopee's Average Order Value (AOV) is ~ USD10-11

✓ Shopee มีต้นทุนรวมที่ผู้ขายต้องจ่าย ต่ำที่สุดเกือบทุกช่วงของขนาดตะกร้าสินค้า โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าตัวต่ำ (Low-ticket Items) ที่เป็นจุดแข็งของ Shopee

✓ เมื่อขนาดตะกร้าสินค้าสูงขึ้น (เช่น 30 USD และ 134 USD) Shopee ยังคงได้เปรียบด้านต้นทุนอย่างชัดเจน แม้ MELI และ Amazon จะเริ่มมีอัตราต้นทุนที่ลดลงก็ตาม

✓ ต้นทุนของ MELI และ Amazon โดยเฉลี่ยสูงกว่า Shopee ทั้งในแง่จำนวนเงินรวม และสัดส่วนต่อมูลค่าตะกร้าสินค้า

ส่งผลให้ Shopee มี ช่องว่าง (Room for Expansion) ที่ชัดเจนในการ:

- (+) ดึงดูดผู้ขายรายใหม่เข้าสู่แพลตฟอร์ม ด้วยต้นทุนที่แข่งขันได้มากกว่า
- (+) ขยายฐานผู้ใช้ในกลุ่มสินค้าราคาต่ำและกลุ่มแมส ซึ่งเป็นจุดแข็งหลักของ Shopee
- (+) มีความยืดหยุ่นในการบริหารกลยุทธ์ ทั้งการอุดหนุนค่าขนส่งหรือการจัดโปรโมชั่น ในขณะที่ยังสามารถรักษาความสามารถในการทำกำไร (Margin) ได้
- (+) เพิ่ม Take Rate หรือค่าคอมมิชชั่นจากผู้ขายในอนาคต โดยที่ผู้ขายยังคงมองว่า Shopee มีต้นทุนรวมที่ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นในตลาด

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และ บริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อมูลหรือข้อมูลที่ไม่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับประกันต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใดผู้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพิ่มเติมในหนังสือชี้ชวนของแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บลจ. นั้น ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้สะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมทั้งรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือ เพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง



Shopee ปรับขึ้นค่าคอมมิชชั่นผู้ขายใน 4 ประเทศปี 2025 สะท้อนอุตสาหกรรมในอาเซียนยังรักษาวินัยด้านราคา

- ในปี 2025 Shopee ปรับขึ้นค่าคอมมิชชั่น (Commission) สำหรับผู้ขายใน 4 ประเทศ ได้แก่ ไทย, สิงคโปร์, มาเลเซีย และ ฟิลิปปินส์
- Lazada ปรับขึ้นค่าคอมมิชชั่นในไทยและมาเลเซีย ให้สอดคล้องกับ Shopee
- TikTok Shop ก็ปรับขึ้นค่าคอมมิชชั่นในสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม

ข้อสังเกต:

- ทั้งสามแพลตฟอร์มหลักในอาเซียน (Shopee, Lazada, TikTok Shop) ยังรักษาวินัยด้านราคาและให้ความสำคัญกับการสร้างความสามารถในการทำกำไร (Profitability)
- สะท้อนการแข่งขันที่อยู่ในระดับสมดุล ไม่เน้นสงครามราคาแบบรุนแรงเหมือนในอดีต

แนวโน้ม Take Rate ของ Shopee (สัดส่วนค่าธรรมเนียมจากการขายรวม):

- 1Q25: 8.4%
- ทั้งปี 2025 (ประมาณการ): 8.6%
- ปี 2026 (ประมาณการ): 9.1%

7. Marketplace commission rates – revisions in 2025 across peers

Countries	Date of revision	Previous fee	New fee
Shopee			
Thailand	20-Jan-25	7% - 8%	5% - 9%
Singapore	18-Mar-25	5.45% for all sellers	7.63% (4.36% for sellers on Fulfilled-by-Shopee program)
Malaysia	06-Mar-25	0% - 11.88%	0% - 14.04%
Philippines	01-Jun-25	7.24% -8.74%	8.50% - 10.50%
Lazada			
Thailand	16-Feb-25	5-8%	5-9%
Malaysia	06-Mar-25	0% - 11.88%	0% - 14.04%
TikTok Shop			
Singapore	01-Jan-25	2.18% - 3.27%	3.27% - 4.905%
Philippines	15-Jan-25	3.2% - 6.9%	5.0% - 7.3%
Vietnam	01-Apr-25	1% - 3%	1% - 4%

Source: Company data

8. Marketplace commission fee of key e-commerce players in ASEAN

Country/Company	Shopee	Lazada	TikTok Shop
Indonesia	2.50% - 8.0%	2.43% - 6.18%	1% - 8.0%
Malaysia	0% - 14.04%	0% - 14.04%	0% - 11.34%
Philippines	8.50% - 10.50%	6.12% to 8.74%	5.0% - 7.3%
Singapore	7.63%	4.00%	3.27% - 4.905%
Taiwan	5.5%-7.5%	NA	NA
Thailand	5% - 9%	5-9%	5.35% - 6.42%
Vietnam	5.00%	4.99%	1% - 4%

- Shopee เรียกเก็บค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าคู่แข่งในหลายประเทศ
- สะท้อนถึงความแข็งแกร่งด้านการแข่งขัน (Competitive Moat) และฐานผู้ใช้งานที่ใหญ่ที่สุดทั้งฝั่งลูกค้าและผู้ขายในแต่ละตลาด
- แม้ค่าคอมมิชชั่นจะสูงกว่า แต่ผู้ขายยังเลือกอยู่กับ Shopee เพราะเข้าถึงผู้ใช้งานจำนวนมาก และมีเครื่องมือส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ

Disclaimer : เอกสารฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดย บล. UOBKayHian (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูล คำแนะนำ ในบทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นจากพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ แต่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้โดยอิสระ และบริษัทไม่สามารถให้การรับประกันความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าว และไม่อาจรับผิดชอบในความผิดพลาดในการแสดงข้อเท็จจริง หรือข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ รวมทั้งไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายอันอาจเกิดจากการใช้ข้อมูลนี้ของผู้ใช้หนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาข้อมูล เพื่อดูแนวโน้มของข้อมูลแต่ละกองทุนได้ ทางเว็บไซต์ ของ บล. นี้ๆ ได้ ผลตอบแทนในอดีต มิได้แสดงถึงผลตอบแทนในอนาคต และมูลค่าของเงินลงทุนรวมทั้งรายได้จากการลงทุนสามารถลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ โดยผลตอบแทนในอนาคตไม่สามารถรับประกันได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์การลงทุนไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะตลาดทุกประเภท และผู้ลงทุนแต่ละท่าน ควรที่จะประเมินความสามารถของตนเองในการที่จะลงทุนในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตลาดปรับตัวลดลง