

สื่อ : มิติหุ่น	7 มีนาคม 2565
หัวข้อข่าว : APCO บุกหนักสินค้าชะลอวัยเร่งเจรจาหาพันธมิตรบีมยอด	หน้า : 1(กลาง), 2
Section : First Section/หน้าแรก	Circulation : 5,000
Col.Inch : 146.23	Media Value : 51,180.50

APCO

บุกหนักสินค้าชะลอวัย เร่งเจรจาหาพันธมิตรบีมยอด

APCO

APCO ศูนย์แปรรูปผลิตภัณฑ์ชะลอวัยคาดบีมยอดชายถล่มทลาย 480 ลบ.โตกว่าเก่าตัว
แถมสนใจเจรจาหาพันธมิตรรายใหญ่ หวังดันยอดชายโตแรง เปิดออฟชั่นพร้อมผลิต
OEM ให้ด้วย

APCO หรือ บมจ.เอเชียัน โฟย์โต
ซูติคอลส์ โดย “พิเชษฐ วัริยะจิตรา”
CEO เปิดเผยว่า บริษัทตั้งเป้ายอด
รายได้ปี 65 เติบโต 20% จากปีก่อน
ที่มีรายได้ 239 ลบ. โดยเฉพาะยอด

ขายผลิตภัณฑ์ใหม่ย่อนวัย/ชะลอวัย
ตามโครงการนวัตกรรมวัฒนชีวา
ตั้งเป้ายอดขายระยะ 1 ปีข้างหน้าอยู่
ที่ 480 ลบ. มี.ค 64) จากเป้าจำนวน
ผู้บริโภคได้ตามเป้าที่ 20,000 ราย



“

**สนใจเจรจาหาพันธมิตร
พร้อมยินดีทำ OEM ให้**

”

พร้อมปรับกลยุทธ์การตลาดใหม่สนใจเปิดเจรจากับพันธมิตรที่เชี่ยวชาญด้านการตลาดที่มีความสนใจนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปต่อยอด หรือสนใจเจรจาให้บริษัทผลิตสินค้าแบบ OEM นอกจากนี้บริษัทยังสนใจหาตัวแทน



จำหน่ายรายใหญ่ในกลุ่มที่เชี่ยวชาญด้านสุขภาพโดยเฉพาะด้วย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือผู้สูงวัยในไทยที่มีราว 30-40 ล้านคน

“นวัตกรรมภูมิคุ้มกันบำบัด มีมาร์จิ้นกว่า 60%”

นอกจากนี้ด้านนวัตกรรมภูมิคุ้มกันบำบัด ซึ่งกระตุ้นเซลล์ทีพิฆาต (Killer T Cell) ได้ในหลายโรคทั้ง ผู้ติดเชื้อ HIV/AIDS มะเร็ง และยังช่วยฟื้นฟูจากอาการ Long COVID-19 ของผู้ติดเชื้อด้วย ซึ่งกำลังแพร่ระบาดอยู่ขณะนี้ด้วย ผลิตภัณฑ์นี้มี อัตรากำไรขั้นต้น (GP) กว่า 60% ที่เดียว