

สื่อ : ข่าวหุ้น	25 มิถุนายน 2569
หัวข้อข่าว : APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม “วัฒนชีวา” เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยออเดอร์ 1.5 ล้านขวด	Media Value : 50,000

หนังสือพิมพ์รายวัน
ข่าวหุ้น
กระบอกเสียงอิสระแห่งตลาดทุน
ธุรกิจ



APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม “วัฒนชีวา” เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยออเดอร์ 1.5 ล้านขวด

APCO รุกตลาด Longevity รับเทรนด์สุขภาพอายุยืน ผลักดันนวัตกรรม “วัฒนชีวา” ผ่านผลิตภัณฑ์เรือธง mylife100 ขยายตลาด UAE-แอฟริกา ตุนออเดอร์ปีแรก 1.5 ล้านขวด พร้อมตั้งเป้าเครือข่าย BIM Advisor แตะ 2,000 ราย ภายในปี 2570

สื่อ : ข่าวหุ้น	25 มิถุนายน 2569
หัวข้อข่าว : APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม "วัฒนชีวา" เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยออเดอร์ 1.5 ล้านขวด	Media Value : 50,000

โพสต์ของ ข่าวหุ้นธุรกิจ - Kaohoon



ข่าวหุ้นธุรกิจ - Kaohoon

25 มิถุนายน · ⚙

...

APCO รุกตลาด Longevity รับเทรนด์สุขภาพอายุยืน ผลักดันนวัตกรรม "วัฒนชีวา" ผ่านผลิตภัณฑ์เรือธง mylife100 ขยายตลาด UAE-แอฟริกา ดันออเดอร์ปีแรก 1.5 ล้านขวด พร้อมตั้งเป้าเครือข่าย BIM Advisor และ 2,000 ราย ภายในปลายปี 2570

#Kaohoon #ข่าวหุ้น #APCO #เอเชียไฟโตซูติคอลส์



KAHOON.COM ✓

APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม "วัฒนชีวา" เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยออเดอร์ 1.5 ล้านขวด

สื่อ : Wealth Plus Today	25 มิถุนายน 2569
หัวข้อข่าว : APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม “วัฒนชีวา” เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยออกเคอร์ 1.5 ล้านขวด	Media Value : 40,000



APCO รุกตลาด Longevity ดัน “นวัตกรรมวัฒนชีวา” ชูจุดเด่นกระตุ้นเสริมเซลล์ ยกระดับคุณภาพชีวิต

Categories : [Update News](#), [Stock Market](#)

Public : 25/06/2026

APCO เปิดแผนธุรกิจครึ่งปีหลัง 2569 เดินหน้าเจาะตลาด Longevity ผ่าน “นวัตกรรมวัฒนชีวา” พัฒนาจากสารสกัดมั่งคุดเสริมฤทธิ์ ต่อยอดองค์ความรู้ดูแลสุขภาพระดับเซลล์ มุ่งกระตุ้นการทำงานเสริมเซลล์และระบบภูมิคุ้มกัน ผ่านการศึกษาวิจัยต่อเนื่อง เล็งพัฒนานวัตกรรมด้านสมองและระบบประสาท ตอบรับเทรนด์สุขภาพเชิงป้องกัน ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ไร้รอยต่อ ยังหวังปีนี้ได้เท่าปีก่อน

ศ.ดร.พิเชษฐ วัชรจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอเชียน ไฟย์โตซูติคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO เจ้าของธุรกิจนวัตกรรมธรรมชาติ ด้านสุขภาพและความงาม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ด้วยการวิจัย พัฒนา ผลิตภัณฑ์จำหน่ายครบวงจร เปิดเผยว่า ปัจจุบันตลาด Longevity หรือ การดูแลสุขภาพเพื่อการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ กำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากแนวโน้มกลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงาน และผู้สูงอายุที่หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้นทั่วโลก

ทิศทางธุรกิจช่วงครึ่งปีหลัง 2569 บริษัทจึงเดินหน้านำผลิตภัณฑ์ “นวัตกรรมวัฒนชีวา” กับผลิตภัณฑ์เรือธง mylife100 ขยายสู่ตลาด Longevity ผ่านการต่อยอดการพัฒนางานวิจัยสูตรมั่งคุดเสริมฤทธิ์และองค์ความรู้ด้านการกระตุ้นเสริมเซลล์ มุ่งเน้นดูแลสุขภาพใน 3 มิติ ได้แก่ 1.การสร้างภูมิคุ้มกันที่สมดุล ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของสุขภาพ 2.การชะลอวัย ชะลอความเสื่อมของร่างกายผ่านการเพิ่มความยาวของเทโลเมียร์ 3.การลดความเสี่ยงของการเกิดเซลล์มะเร็งและเซลล์ติดเชื้ ด้วยจุดเด่นของนวัตกรรมจากธรรมชาติที่ปลอดภัย ไร้ผลข้างเคียง สำหรับการขยายฐานลูกค้าในประเทศช่องทางหลัก คือ BIM Advisor ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 560 คน ถือเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดย BIM Advisor เน้นความเข้าใจว่า เมื่อเกิดมะเร็งขึ้น การดูแลร่างกายควรเริ่มจากการชะลอวัยและฟื้นฟูร่างกายจากภายใน ด้วยมั่งคุดเสริมฤทธิ์ที่ช่วยกระตุ้นการทำงานของเซลล์เพิ่มประสิทธิภาพของภูมิคุ้มกัน เพื่อให้ร่างกายสามารถจัดการกับมะเร็งได้อย่างปลอดภัย ในส่วนการตลาดออนไลน์เลือกเจาะช่องทางที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Facebook Fanpage (ชีวี100ปีมีสุข / ภูมิสมดุล BIM), YouTube (APCO Channel) เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น รวมถึง Call Center 1154 ที่พร้อมให้คำปรึกษา และอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้ออย่างครบวงจร



สื่อ : ทันหุ้น	25 มิถุนายน 2569
หัวข้อข่าว : APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม “วัฒนชีวา” เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยยอดขาย 1.5 ล้านขวด	Media Value : 50,000

ทันหุ้น ทุกความจริงลดทุน

APCO เกมรุกตลาดโลกตั้งตัวแทนเจาะฐานUAE

APCO
เกมรุกตลาดโลก
ตั้งตัวแทนเจาะฐาน UAE

mylife100
Supplement Product

3500L 60 Capsules

www.thunhoon.com | ทุกความจริงลดทุน

#APCO #ทันหุ้น – APCO ตั้งตัวแทนจำหน่าย บุกตลาด UAE-แอฟริกา ดันผลิตภัณฑ์ mylife100 เจาะเมกะเทรนด์ Longevity-ชะลอวัย พร้อมปักธงยอดขาย 1.5 ล้านขวด และเพิ่มยอดขายต่อเนื่องปีละ 10% ลุ้นดันสัดส่วนรายได้ต่างประเทศทะยานแตะ 80% หนุนผลงานปี 2570 โตแบบก้าวกระโดด

ศ.ดร.พิเชษฐ์ วิริยะจิตรา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอเชียน ไฟโตซูติคัลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO เปิดเผยว่า บริษัทแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) และทวีปแอฟริกา เพื่อนำผลิตภัณฑ์ “mylife100” เข้าทำตลาดในกลุ่มผู้ที่ต้องการชะลอวัย รวมถึงกลุ่มผู้ติดเชื้อมะเร็งและ HIV/AIDS สะท้อนถึงความเชื่อมั่นในแนวคิดการยอนวัยด้วยสูตรมั่งคุดเสริมฤทธิ์ (เชื่อว่าเมื่อได้รับในปริมาณที่เพียงพอจะสามารถกระตุ้นการทำงานของเซลล์เสริมเซลล์) หวังขยายฐานลูกค้าและรายได้ในต่างประเทศให้ขยายตัว

สื่อ : ทันหูน	25 มิถุนายน 2569
หัวข้อข่าว : APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม "วัฒนชีวา" เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยยอดขาย 1.5 ล้านขวด	Media Value : 50,000

โพสต์ของ ทันหูนออนไลน์



ทันหูนออนไลน์

26 มิถุนายน · 🌐

...

APCO เกมรุกตลาดโลกตั้งตัวแทนเจาะฐาน UAE



สื่อ : Business+	25 มิถุนายน 2569
หัวข้อข่าว : APCO รุกตลาด Longevity ชูนวัตกรรม "วัฒนชีวา" เจาะ UAE-แอฟริกา ลุยยอดขาย 1.5 ล้านขวด	Media Value : 50,000

THE CEO SPECTRUM
Business+

ARiP PLC BUSINESS+ TECHHUB COMMART

f t y Search



THE CEO SPECTRUM
Business+



BUSINESS ANALYTIC ▾

STRATEGIES ▾

THE CHIEFTAIN ▾

LIFESTYLE ▾

HAPPENING ▾

TOP Series ▾

SEMINAR



APCO เดินหน้าตลาด Longevity ต่อยอด "นวัตกรรมวัฒนชีวา" จากสารสกัดมั่งคุดเสริมฤทธิ์ ใช้องค์ความรู้วิจัยระดับเซลล์ มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตระยะยาว

🕒 June 28, 2026



บริษัท เอเชียน ไฟย์โตซูติคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO เดินหน้าขยายตลาด Longevity หรือแนวทางการดูแลสุขภาพเพื่อการมีชีวิตที่ยืนยาวอย่างมีคุณภาพผ่าน "นวัตกรรมวัฒนชีวา" ที่พัฒนาต่อยอดจากองค์ความรู้สารสกัดมั่งคุดเสริมฤทธิ์ โดยมุ่งศึกษาและพัฒนานวัตกรรมสุขภาพจากธรรมชาติบนพื้นฐานของงานวิจัยด้านชีววิทยาระดับเซลล์ เพื่อสนับสนุนการทำงานของร่างกายและส่งเสริมคุณภาพชีวิตในระยะยาว