

22 กรกฎาคม 2569

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอรายงานตัวชี้วัดสำคัญของธุรกิจอาหาร (Key Statistics) สำหรับไตรมาส 2/2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวชี้วัดสำคัญของธุรกิจอาหารสำหรับไตรมาส 2/2569

% อัตราการเติบโตจากยอดขายสาขาเดิม (SSS)	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569
4 แแบรนด์หลัก	0%	-4%	0%
แบรนด์อื่นๆ - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	2%	3%	6%
เฉลี่ย - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	0%	-3%	1%
รวมเฉลี่ยทั้งหมด - ไม่รวมคาเฟ่ อเมซอน - เวียดนาม	0%*	-2%	1%*

หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในตารางข้างต้นเป็นตัวเลขก่อนการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

*ไม่รวมผลการดำเนินงานของแบรนด์ลัคกี้ สุกี้

% อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS)	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569
4 แแบรนด์หลัก	2%	-2%	3%
แบรนด์อื่นๆ - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	14%	-5%	-9%
เฉลี่ย - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	2%	-3%	1%
รวมเฉลี่ยทั้งหมด - ไม่รวมคาเฟ่ อเมซอน - เวียดนาม	30%	5%	9%*

หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในตารางข้างต้นเป็นตัวเลขก่อนการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

*ไม่รวมผลการดำเนินงานของแบรนด์ลัคกี้ สุกี้

จำนวนสาขารายแบรนด์	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569
มิสเตอร์โดนัท	451	450	455
เค เอฟ ซี	350	343	347
อานตี้ แอนส์	270	242	264
ชินคันเซ็น ซูชิ ⁽¹⁾	100	80	96
โอโตยะ	62	56	60
คัตสึยะ	62	52	58
เปปเปอร์ลันซ์	55	52	53
สลัดแฟคทอรี ⁽¹⁾	55	48	53
แบรนด์อื่นๆ	105	89	102
รวมทั้งหมด (ไม่รวมคาเฟ่ อเมซอน – เวียดนาม)*	1,510	1,387	1,488
รวมทั้งหมด	1,510	1,412	1,488

⁽¹⁾ แแบรนด์ที่รวมอยู่ในการร่วมค้าในงบการเงิน

*รวมจำนวนสาขาของแบรนด์หลักๆ สุกี้

- ผลประกอบการไตรมาส 2/2569 ของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2568)
 - อัตราการเติบโตจากยอดขายสาขาเดิม (SSS) ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะเทอเรสที่บริหารจัดการอยู่ที่ 0% มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2568 ซึ่งอยู่ที่ -3% โดยแบรนด์ที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSS) ดี ได้แก่ แแบรนด์ คัตสึยะ และ โอโตยะ
 - อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS) ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะเทอเรสที่บริหารจัดการอยู่ที่ 2% มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2568 ซึ่งอยู่ที่ -3% โดยแบรนด์ที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายรวม (TSS) ดี ได้แก่ แแบรนด์ คัตสึยะ โอโตยะ และ คีอานี
- ผลประกอบการไตรมาส 2/2569 ของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (ไตรมาส 1/2569)
 - อัตราการเติบโตจากยอดขายสาขาเดิม (SSS) ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะเทอเรสที่บริหารจัดการอยู่ที่ 0% มีอัตราการเติบโตลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 ซึ่งอยู่ที่ 1%
 - อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS) ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะเทอเรสที่บริหารจัดการอยู่ที่ 2% มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 ซึ่งอยู่ที่ 1%
- สิ้นไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 1,510 สาขา (รวมแบรนด์ร่วมทุน) มีสาขาเพิ่มขึ้นสุทธิ 98 สาขา เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2568 (1,412 สาขา) และเพิ่มขึ้นสุทธิ 22 สาขา เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 (1,488 สาขา) ปัจจัยหลักมาจากการเริ่มนับรวมจำนวนสาขาของแบรนด์ ลัคกี้ สุกี้ ซึ่งไตรมาส 2/2569 มีจำนวนทั้งหมด 55 สาขา รวมทั้ง การขยายสาขาของแบรนด์อื่นๆ เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2568 ได้แก่ อานตี้ แอนส์ (+28) ชินคันเซ็น ซูชิ (+20) คัตสึยะ (+10) เค เอฟ ซี (+7) สลัดแฟคทอรี (+7) และคีอานี (+5) ในขณะที่บริษัทฯ มีการปิดบางสาขาที่ไม่ทำกำไร โดยแบรนด์ ชาบูตง เป็นแบรนด์หลักที่มีการปิดสาขาสุทธิจำนวน 10 สาขา เพื่อปรับปรุงอัตราการทำกำไรของบริษัทฯ ให้ดีขึ้น ตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่วางไว้

ตัวชี้วัดสำคัญของธุรกิจอาหารสำหรับ 6 เดือน ปี 2569

% อัตราการเติบโตสาขาเดิม (SSS)	6 เดือน ปี 2569	6 เดือน ปี 2568
4 แแบรนด์หลัก	0%	-2%
แบรนด์อื่นๆ - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	4%	5%
เฉลี่ย - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	0%	-1%
รวมเฉลี่ยทั้งหมด - ไม่รวมคาเฟ่ อเมซอน - เวียดนาม	0%*	-1%

หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในตารางข้างต้นเป็นตัวเลขก่อนการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

*ไม่รวมผลการดำเนินงานของแบรนด์หลักๆ สุกี้

% อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS)	6 เดือน ปี 2569	6 เดือน ปี 2568
4 แแบรนด์หลัก	2%	0%
แบรนด์อื่นๆ - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	10%	-3%
เฉลี่ย - ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร	1%	0%
รวมเฉลี่ยทั้งหมด - ไม่รวมคาเฟ่ อเมซอน - เวียดนาม	29%	7%

หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในตารางข้างต้นเป็นตัวเลขก่อนการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

- ผลประกอบการ 6 เดือน ปี 2569 ของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (6 เดือน ปี 2568)
 - อัตราการเติบโตจากยอดขายสาขาเดิม (SSS) ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหารอยู่ที่ 0% มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 6 เดือน ปี 2568 ซึ่งอยู่ที่ -1%
 - อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS) ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหารอยู่ที่ 1% มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 6 เดือน ปี 2568 ซึ่งอยู่ที่ 0%