Plan B Media Public Company Limited
1700, Plan B Tower, New Petchburi Road, Makkasan, Ratchathewi, Bangkok 10400
Tel.+662 530 8053-6 | Fax.+662 530 8057 | E-mail : info@planbmedia.co.th | Tax ID. 0107556000507
www.planbmedia.co.th

11 พฤศจิกายน 2568

ข่าวประชาสัมพันธ์

แพลนบี โชว์ผลงาน 9 เดือนแรกปี 2568 เติบโตต่อเนื่องแม้เศรษฐกิจชะลอ ไตรมาส 3 รายได้รวม 2,348 ลบ. กำไรสุทธิ 290 ลบ. เติบโตทั้ง YoY และ QoQ เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานแข็งแกร่งกว่า 3,537 ลบ. บอร์ดอนุมัติจ่ายปันผลระหว่างกาล

ไฮไลท์ผลการดำเนินงาน

- **ไตรมาส 3/2568**: ผลการดำเนินงานแข็งแกร่งต่อเนื่อง – รายได้รวม **2,348** ลบ., กำไรสุทธิ **290** ลบ., อัตราการใช้สื่อ OOH **73%**, รับรู้**รายได้บริหารสื่อ VGI (Net Revenue) 17 ลบ.** พร้อมเปิดตัวสื่อใหม่ “**Central Park**” ต่อยอดการเติบโตในอนาคต
- **เก้าเดือนแรก 2568**: รายได้รวม **6,867** ลบ. (**+1.2%** YoY), กำไรสุทธิ **753** ลบ. **(+3.5% YoY)**; **GPM 32.6%** และ **SG&A-to-sales 13.2%** สอดคล้องกับประมาณการของบริษัท
- **ทั้งนี้ หากไม่รวมรายได้จากสิทธิ์โอลิมปิก รายได้รวมในไตรมาส 3/2568 จะเติบโตถึง 9.1% YoY และงวดเก้าเดือนแรกปี 2568 จะเติบโตกว่า 9.3% YoY** สะท้อนความแข็งแกร่งของธุรกิจหลักและประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- **กระแสเงินสดอิสระแข็งแกร่งต่อเนื่อง** จำนวน **1,754 ลบ.** ส่งผลให้บริษัทมีเงินสดคงเหลือรวมกว่า **2,130 ลบ.** บอร์ดอนุมัติจ่ายปันผลระหว่างกาลปี 2568 หุ้นละ **0.167 บาท** สะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืน
- **ทิศทางเชิงกลยุทธ์**: เดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจ **OOH** ต่อเนื่อง – เร่งผนึกกำลังกับ **VGI**, บูรณาการสินทรัพย์ **Hello LED**, และยกระดับการขายแบบ One-stop Solution ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม ตอกย้ำศักยภาพและการเติบโตระยะยาว

ผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2568

แพลนบีเติบโตต่อเนื่องด้วยรายได้ **2,348 ล้านบาท** และกำไรสุทธิ **290 ล้านบาท** อัตราการใช้สื่อ OOH **73.0%** หนุนโดยสื่อดิจิทัลและสื่อในสนามบิน พร้อมรับรู้ **รายได้บริหารสื่อ VGI (Net Revenue)** เต็มไตรมาส **17 ล้านบาท** ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการขายและการจัดพอร์ตที่เดินเครื่องเต็มศักยภาพ ขณะเดียวกันบริษัทเปิดตัว **“Central Park” Digital Curved** ขนาด **518 ตร.ม.** บนฟาซาดศูนย์การค้า Central Park ใจกลางย่านธุรกิจ (สีลม–พระราม 4) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายระดับพรีเมียมอย่างมีประสิทธิภาพ ด้าน **Engagement Marketing** ชะลอลงจากการไม่มีรายได้สิทธิ์โอลิมปิกในไตรมาสนี้ อย่างไรก็ดี **หากไม่รวมรายการดังกล่าว รายได้เติบโต 39.0% YoY** หนุนโดย **ธุรกิจมวย** ที่มียอดผู้เข้าชมสนามราชดำเนินเพิ่มขึ้นทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิประโยชน์ทางการตลาดของ **English Premier League** ซึ่งช่วยขยายฐานผู้ลงโฆษณาและต่อยอดแพ็กเกจสปอนเซอร์เชื่อมโยงสื่อ OOH/ออนไลน์

ผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนแรกปี 2568

บริษัทมีรายได้รวม **6,867 ล้านบาท (+1.2% YoY)** และกำไรสุทธิ **753 ล้านบาท (+3.5% YoY)** โดยโครงสร้างต้นทุนที่ปรับดีขึ้นหนุนให้ **GPM** อยู่ที่ **32.6%** และ **SG&A-to-sales** ที่ **13.2%** ตอกย้ำวินัยการควบคุมต้นทุนและการจัดพอร์ตสื่อที่มีประสิทธิภาพ

ฐานะการเงินและนโยบายผู้ถือหุ้นของบริษัท

ณ สิ้นไตรมาส 3/2568 บริษัทมีสภาพคล่องสูง โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวมกว่า **2,130 ล้านบาท** และมีกระแสเงินสดอิสระ **1,754 ล้านบาท** ขณะที่อัตราหนี้สินต่อทุน (**D/E**) อยู่ที่ **0.59 เท่า** สะท้อนวินัยทางการเงินและการบริหารเงินทุนที่มี

ประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัทมีมติ **จ่ายเงินปันผลระหว่างกาล** ที่ **0.167 บาทต่อหุ้น** คิดเป็น **อัตราการจ่ายปันผล (Payout ratio) 71.6%** และ **อัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล (Dividend yield) 4.08%** จากผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน

มุมมองเชิงกลยุทธ์

ท่ามกลางความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ บริษัทเดินหน้าเร่งต่อยอดการผนึกกำลังกับ **VGI**, บูรณาการสินทรัพย์ของ **Hello LED** และยกระดับประสิทธิภาพการขายแบบ **ครบวงจร** ควบคู่กับการจัดพอร์ตข้ามสื่อ เพื่อขยายฐานรายได้เชิงคุณภาพและเพิ่มผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ภายใต้ระเบียบวินัยด้านต้นทุนและโครงสร้างเงินทุนที่แข็งแกร่ง

ในไตรมาส 4/2568 บริษัทมุ่งขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเปิดตัวสื่อใหม่ **“Nextopia”** พื้นที่สื่อยุคใหม่ที่ผสานนวัตกรรมและแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว โดย **แพลนบีภูมิใจที่ได้เป็นผู้ออกแบบ “สื่อนอกบ้านยุคใหม่”** ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วย **โครงสร้างวัสดุน้ำหนักเบา** ช่วยลดการใช้เหล็กและอะลูมิเนียม รวมถึงลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับแพลนบี “Nextopia” ไม่ได้เป็นเพียงสื่อโฆษณา แต่เป็น **“พื้นที่แห่งแรงบันดาลใจ”** ที่สะท้อนแนวคิดของบริษัทว่า **“ความยั่งยืนไม่ใช่เพียงภาพลักษณ์ แต่คือความรับผิดชอบร่วมกันในการสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้กับสังคม”**

แนวทางดังกล่าวตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างการเติบโตเชิงคุณภาพและยั่งยืน ทั้งในมิติของ **การบริหารสินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ, การขยายฐานลูกค้าพรีเมียม** และ **การเพิ่มผลตอบแทนจากเงินทุน** ควบคู่กับ **นโยบายจ่ายปันผลสม่ำเสมอ** และ **มูลค่าหุ้นที่เติบโตสอดคล้องกับผลการดำเนินงาน** ตามเป้าหมายระยะยาวของบริษัท