

ข้อมูลเกี่ยวกับ เซ็นทรัล รีเทล กลุ่มบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“เซ็นทรัล รีเทล” หรือ “บริษัทฯ”) เป็นบริษัทภายใต้กลุ่มเซ็นทรัล ที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกสินค้าหลากหลายประเภทผ่าน รูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย (Multi-format and Multi-category) ในประเทศไทย และมีการขยายธุรกิจไป ต่างประเทศโดยเป็นผู้นำในประเทศอิตาลี และเป็นหนึ่งในผู้นำในประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ เซ็นทรัล รีเทล บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัทฯ”) ยังเป็นผู้บุกเบิกธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบ Omni-channel ในประเทศไทย ซึ่งช่วยเสริมเครือข่ายร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัทฯ ในการนำเสนอสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค และทำให้กลุ่มบริษัทฯ มี ยอดการเข้าชมเว็บไซต์สูงสุดในกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกที่ทำธุรกิจโดยมีร้านค้าเป็นหลัก ทั้งนี้ แแบรนด์ “เซ็นทรัล” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งความเป็นเลิศและการทำธุรกิจที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางในประเทศไทยมายาวนานกว่า 70 ปี ช่วย หลอมรวมและส่งเสริมแบรนด์ค้าปลีกที่หลากหลายของกลุ่มบริษัทฯ ให้มีตำแหน่งทางการตลาดในระดับแนวหน้าและ ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจค้าปลีกที่หลากหลายที่เป็นที่นิยม

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มแฟชั่น ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ (2) กลุ่มฮาร์ดไลน์ ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และสินค้าตกแต่งและปรับปรุงบ้าน และ (3) กลุ่มฟู้ด ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่มักพบได้ทั่วไปในร้านสะดวกซื้อ โดยแต่ละกลุ่มธุรกิจ จะมีแบรนด์ค้าปลีกต่าง ๆ ซึ่งจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท โดยแต่ละแบรนด์ค้าปลีกจะมีคุณลักษณะต่าง ๆ ที่ แตกต่างกัน เช่น เครือข่ายร้านค้า รูปแบบร้านค้า สินค้าที่เสนอขาย กลยุทธ์ในการสื่อสารแบรนด์ (Branding) และจุดยืน ทางการตลาด ทั้งนี้ แม้แบรนด์ค้าปลีกหลักหลายแบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ ได้เปิดดำเนินงานมาเป็นเวลาหลายสิบปีแล้ว เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งนำเสนอแบรนด์ค้าปลีกใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง และอาจปรับหรือ เปลี่ยนแบรนด์ที่มีอยู่บางแบรนด์ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานะของตลาดค้าปลีกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีร้านค้าในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้แบรนด์ค้าปลีกที่สำคัญ ในประเทศไทยจำนวน 1,922 ร้านค้า ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกผ่านรูปแบบที่หลากหลายที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สำหรับประเทศเวียดนาม กลุ่มบริษัทฯ มีร้านค้าในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้แบรนด์ค้าปลีกที่สำคัญ จำนวน 133 ร้านค้า ซึ่งทำ ให้กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกข้ามชาติที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศเวียดนาม และเป็นผู้ประกอบการค้าปลีก ที่มีขนาดใหญ่โดยรวมเป็นอันดับสามของประเทศเวียดนาม และสำหรับในประเทศอิตาลี กลุ่มบริษัทฯ มีห้างสรรพสินค้า จำนวน 9 สาขา โดยกลุ่มบริษัทฯ ถือเป็นผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศอิตาลีในปี 2561 จาก รายงานของ Euromonitor International เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาด

CENTRALRETAIL

ประเภทธุรกิจ

กลุ่มเซ็นทรัล รีเทล ประกอบธุรกิจหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแฟชั่น กลุ่มฮาร์ดไลน์ และกลุ่มฟู้ด

กลุ่มธุรกิจ	กลุ่มแฟชั่น	กลุ่มฮาร์ดไลน์	กลุ่มฟู้ด
ลักษณะธุรกิจ	จำหน่ายเครื่องแต่งกาย รองเท้า เครื่องประดับ เครื่องสำอางและของใช้ในบ้านอื่น ๆ ในรูปแบบห้างสรรพสินค้า และร้านขายสินค้าเฉพาะทางเป็นหลัก นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังให้เช่าพื้นที่ค้าปลีก และมีรายได้ค่าเช่าผ่านห้างสรรพสินค้าและพลาซ่าของกลุ่มบริษัท	จำหน่ายสินค้าเฉพาะทาง ซึ่งรวมถึงวัสดุก่อสร้าง สินค้าตกแต่งบ้าน และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพนานาชาติทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ซึ่งรวมถึง โทรทัศน์ เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ สินค้าไอทีอื่น ๆ โทรศัพท์ ของเล่น ไฮเทค อุปกรณ์เสริม และให้บริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจัดส่งถึงบ้าน การติดตั้ง และการดูแลและซ่อมแซม	จำหน่ายอาหาร ของสดของแห้ง สินค้าออร์แกนิก สินค้าตามความจำเป็น และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ ที่มีคุณภาพนานาชาติในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ทั้งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและจัดซื้อจากในพื้นที่ ตามกระแสด้านอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคล่าสุด นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังให้เช่าพื้นที่ค้าปลีกและมีรายได้ค่าเช่ากลุ่มฟู้ดผ่านพลาซ่าในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม
แบรนด์ค้าปลีกที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน โรบินสันไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ ซูเปอร์สปอร์ต Central Marketing Group (CMG) รีนาเซนเต (ห้างสรรพสินค้าระดับไฮเอนด์ในประเทศอิตาลี) 	<ul style="list-style-type: none"> ไทวัสดุ บ้าน แอนด์ บียอนด์ เพาเวอร์บาย เฮงียนคิม (ร้านขายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เฉพาะทางในประเทศเวียดนาม) 	<ul style="list-style-type: none"> ท็อปส์ มาร์เก็ต ท็อปส์ เดลี่ และท็อปส์ พลาซ่า เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ แฟมิลีมาร์ท บิกซี (เครือไฮเปอร์มาร์เก็ตและพลาซ่าหลักของกลุ่มบริษัท ในประเทศเวียดนาม ซึ่งอยู่ในระหว่างการปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์บิกซีเป็นแบรนด์ "GO!" ตามกลยุทธ์การขยายธุรกิจ) ลานซี มาร์ท (ไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กถึงกลางในประเทศเวียดนาม)
ประเทศที่ดำเนินธุรกิจ	ประเทศไทย และประเทศอิตาลี	ประเทศไทย และประเทศเวียดนาม	ประเทศไทย และประเทศเวียดนาม
จำนวนร้านและสาขา (ณ วันที่ 30)	<ul style="list-style-type: none"> ห้างสรรพสินค้าจำนวน 81 สาขา (ไม่รวมห้างสรรพสินค้าโรบินสัน 2 สาขาในประเทศเวียดนาม) 	<ul style="list-style-type: none"> ร้านขายสินค้าเฉพาะทางจำนวน 230 ร้านค้า รวมถึงการขายสินค้าผ่าน 	<ul style="list-style-type: none"> ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 286 สาขา พลาซ่าจำนวน 38 สาขา

<p>กันยายน 2562)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้านขายสินค้าเฉพาะทางจำนวน 96 ร้านค้า ● ร้านค้า Brandshop จำนวน 407 ร้านค้า ● เคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าจำนวน 1,784 เคาน์เตอร์ ● พลาซ่าจำนวน 22 สาขา ● รวมถึงการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Omni-channel 	<p>แพลตฟอร์ม Omni-channel</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้านสะดวกซื้อจำนวน 964 สาขา ● รวมถึงการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Omni-channel
----------------------	--	-------------------------------	---

แบรนด์ค้าปลีกที่สำคัญ

1. กลุ่มแฟชั่น

1.1 **ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล** เป็นแบรนด์ค้าปลีกหลักของกลุ่มบริษัท ซึ่งนำเสนอสินค้านานาประเภทให้แก่กลุ่มลูกค้าที่หลากหลายร่วมกับการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลได้รับการจัดอันดับให้เป็นห้างสรรพสินค้าอันดับหนึ่งในประเทศไทย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 35.0 ในปี 2560 และร้อยละ 37.0 ในปี 2561 นอกจากนี้ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งเมื่อพิจารณาจากจำนวนพื้นที่ขายด้วยเช่นกัน ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 23 สาขา

1.2 **ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน** ได้รับการจัดอันดับเป็นห้างสรรพสินค้าอันดับสองในประเทศไทย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 17.0 (ตามหลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเท่านั้น) และได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งเมื่อพิจารณาจากจำนวนร้านค้าและพื้นที่ขายสุทธิในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 49 สาขา

โรบินสันไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ เป็นพลาซ่าที่เน้นกลุ่มลูกค้าในเมืองรองโดยมีแบรนด์ค้าปลีกของกลุ่มบริษัท และร้านค้าของบุคคลภายนอกเป็นผู้จำหน่ายสินค้าต่าง ๆ เช่น สินค้าแฟชั่น ของตกแต่งบ้าน และไลฟ์สไตล์ ทั้งนี้ โรบินสันไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับสามในประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากรายได้รวมจากการให้เช่าทรัพย์สิน ในปี 2560 จากข้อมูลภายในของเซ็นทรัล รีเทล โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 22 สาขา

1.3 **ซูเปอร์สปอร์ต** เป็นเครือร้านขายสินค้าเฉพาะทางขนาดกลางถึงใหญ่ซึ่งจำหน่ายชุดกีฬาและอุปกรณ์กีฬาที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทั้งนี้ ซูเปอร์สปอร์ตได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย ในปี 2561 ในหมวดร้านขายสินค้ากีฬา โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 39.2 ในปี 2560 และร้อยละ 35.8 ในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 209 ร้านค้า โดยแบ่งเป็น Brandshop จำนวน 113 ร้านค้า และร้านขายสินค้าเฉพาะทางจำนวน 96 ร้านค้า

1.4 Central Marketing Group (CMG) เป็นธุรกิจผู้แทนจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากต่างประเทศผ่านเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าที่สำคัญ และช่องทางค้าปลีกอื่น ๆ เช่น Brandshop ที่เป็นร้านเดี่ยว (Standalone) และการขายส่ง ทั้งนี้ Guess, Topshop, Polo Ralph Lauren, Clarins, Aesop, Lee และ Wrangler เป็นตัวอย่างแบรนด์ของบุคคลภายนอกที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายภายใต้หน่วยธุรกิจ Central Marketing Group โดยกลุ่มบริษัทฯ มีแบรนด์กว่า 40 แบรนด์ภายใต้ Central Marketing Group โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 294 ร้านค้า (ไม่รวมเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าและ Brandshop จำนวน 8 ร้านค้าในประเทศมาเลเซีย)

1.5 **รีนาเซนเต (Rinascente)** เป็นห้างสรรพสินค้าระดับไฮเอนด์ซึ่งนำเสนอสินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ของใช้ในครัวเรือน สินค้าออกแบบ และสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์จากประเทศอิตาลีและแบรนด์ระดับโลก ทั้งนี้ รีนาเซนเตได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งในประเทศอิตาลีเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาดของห้างสรรพสินค้า โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 44.7 ในปี 2560 และร้อยละ 48.1 ในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 9 สาขา

2. **กลุ่มฮาร์ดไลน์**

2.1 **ไทวัสดุ** มุ่งเน้นการจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง และ **บ้าน แอนด์ บียอนด์** เป็นแบรนด์ค้าปลีกหลัก ซึ่งจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านของกลุ่มบริษัทฯ โดยไทวัสดุได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับสามในประเทศไทยในหมวดผู้ค้าปลีกสินค้าเฉพาะทางเกี่ยวกับบ้านและสวนเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 3.5 ในปี 2561 และยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับสองในหมวดผู้ค้าปลีกสินค้าเฉพาะทางเกี่ยวกับบ้านและสวนเมื่อพิจารณาจากจำนวนพื้นที่ขายในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 ไทวัสดุ และบ้าน แอนด์ บียอนด์ มีจำนวน 55 ร้านค้า

2.2 **เพาเวอร์บาย** เป็นแบรนด์ค้าปลีกหลักซึ่งจำหน่ายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภคและเครื่องใช้ไฟฟ้าของกลุ่มบริษัทฯ โดยได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาดในหมวดผู้ค้าปลีกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าเฉพาะทาง และเป็นอันดับสองเมื่อพิจารณาจากจำนวนร้านค้าและจำนวนพื้นที่ขาย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 6.4 ในปี 2560 และร้อยละ 6.8 ในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 104 ร้านค้า

2.3 **เฮงียนคิม** เป็นร้านขายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เฉพาะทางในประเทศเวียดนามซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพแก่ลูกค้าทั่วทั้งประเทศเวียดนาม โดยได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับสามในประเทศเวียดนามในหมวดผู้ค้าปลีกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าเฉพาะทาง โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 2.6 ในปี 2560 และร้อยละ 2.5 ในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 71 ร้านค้า

3. **กลุ่มฟู้ด**

- 3.1 **ทีอปลส์** เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหลักของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งมีร้านค้าหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ **ทีอปลส์ มาร์เก็ต** ซึ่งเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตเมือง **ทีอปลส์ เดลี่** ซึ่งเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อม และ **ทีอปลส์ พลาซ่า** ซึ่งเป็นพลาซ่า ทั้งนี้ ทีอปลส์ มาร์เก็ตได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาด ในหมวดซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย โดยในปี 2561 มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 15.2 ตามรายงานของ Euromonitor International และ **เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์** เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งมีพื้นที่ให้รองรับประทานภายใน บริเวณร้านที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเน้นประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า และการจำหน่ายสินค้าอาหารและ สินค้าอุปโภคบริโภคคุณภาพ โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 ทีอปลส์และเซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ มีจำนวน 224 ร้านค้า (หากรวมร้านค้าย่อยภายใต้ CFR อาทิ ร้านกาแฟ Segafredo)
- 3.2 **แฟมิลีมาร์ท** เป็นเครือร้านสะดวกซื้อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการสินค้าอาหารและสินค้าอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันของลูกค้า ทั้งนี้ แฟมิลีมาร์ทได้รับการจัดอันดับให้เป็นร้านสะดวกซื้ออันดับสามในประเทศไทยเมื่อ พิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 4.8 ในปี 2560 และร้อยละ 4.8 ในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 964 สาขา
- 3.3 **บีกซี** เป็นเครือไฮเปอร์มาร์เก็ตและพลาซ่าหลักของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศเวียดนาม ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่าย สินค้าอาหารคุณภาพชั้นนำและสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ โดยได้รับการจัดอันดับให้เป็นไฮเปอร์มาร์เก็ตอันดับ หนึ่งในประเทศเวียดนามเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนสาขา และพื้นที่ขาย และได้รับการจัด อันดับให้เป็นอันดับสองเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาดและพื้นที่ขายในหมวดผู้ค้าปลีกสินค้าอุปโภค บริโภคในประเทศเวียดนาม ในปี 2561 ตามรายงานของ Euromonitor International นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ อยู่ในระหว่างการปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์บีกซีเป็นแบรนด์ “GO!” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขยาย ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศเวียดนาม ตามรายงานของ Euromonitor International โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 37 สาขา
- 3.4 **ลานซี มาร์ท** เป็นไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กลงถึงกลางในพื้นที่ชานเมืองและชนบทของประเทศเวียดนามตอนเหนือ ซึ่งแสดงถึงความตั้งใจของกลุ่มบริษัทฯ ในการนำเสนอสินค้าที่ตอบสนองต่อรสนิยมของลูกค้าโดยมุ่งเน้นการ จัดหาสินค้าอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคคุณภาพชั้นนำจากในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่จำหน่ายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 มีจำนวน 25 สาขา

เครือข่ายร้านค้าปลีกและแพลตฟอร์ม Omni-channel

เครือข่ายธุรกิจค้าปลีกของกลุ่มบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่สำคัญในประเทศไทย รวมถึงพื้นที่สำคัญในประเทศเวียดนามและ ประเทศอิตาลี ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 ร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัทฯ มีพื้นที่ขายสุทธิรวมประมาณ 2,998,656 ตร.ม. และพลาซ่าของกลุ่มบริษัทฯ มีพื้นที่ให้เช่าสุทธิรวมจำนวน 516,823 ตร.ม. โดยกลุ่มบริษัทฯ ประกอบกิจการค้าปลีก ผ่านช่องทางหลากหลายรูปแบบทั้งทางออนไลน์และในร้านค้า โดยร้านค้าหลากหลายรูปแบบของกลุ่มบริษัทฯ รวมถึง ห้างสรรพสินค้า ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง Brandshop ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และเคาน์เตอร์

CENTRALRETAIL

จำหน่ายสินค้า ซึ่งการมีรูปแบบและประเภทร้านค้าปลีกที่หลากหลายทำให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าได้อย่างครบถ้วน สำหรับช่องทางค้าปลีกทางออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ รวมถึงแพลตฟอร์ม Omni-channel ซึ่งเป็นการผสานช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายของลูกค้าสำหรับการค้าปลีกสมัยใหม่ ทั้งการซื้อสินค้าในร้านค้า ทางออนไลน์ ทางโทรศัพท์มือถือ และทางสื่อสังคม (Social Media) ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของลูกค้ามีแนวโน้มที่จะแสวงหาประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าที่ผสานช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งทางออนไลน์และในร้านค้าไว้ด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ กลุ่มบริษัทฯ จึงใช้แพลตฟอร์ม Omni-channel เป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าที่แปลกใหม่และได้รับความนิยมมากขึ้นให้แก่ลูกค้า โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 รูปแบบการใช้งาน Omni-channel ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

รูปแบบ	ช่องทางการจำหน่ายสินค้า	สถานที่จำหน่าย	สถานที่รับสินค้า
เว็บไซต์ เว็บไซต์ที่ลูกค้าสามารถเลือกดูและเลือกซื้อสินค้าทั้งในรูปแบบสำหรับคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ	เว็บไซต์	อุปกรณ์ของลูกค้า	จัดส่งตามที่อยู่/ ร้านค้า
Click & Delivery เป็นบริการที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ทางออนไลน์ และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน โดยลูกค้าสามารถเลือกชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิตทางออนไลน์เมื่อซื้อสินค้า หรือชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดได้เมื่อได้รับสินค้าที่จัดส่ง (Cash on Delivery)	เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	อุปกรณ์ของลูกค้า	จัดส่งตามที่อยู่
Click & Collect เป็นบริการที่ลูกค้าสามารถชำระค่าสินค้าทางออนไลน์ และรับสินค้าได้ที่ร้านค้าสาขาหรือ ณ จุดรับสินค้าอื่น ๆ ที่ลูกค้าเลือก	เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	อุปกรณ์ของลูกค้า	ร้านค้า/จุดรับสินค้า
Reserve & Collect เป็นบริการที่ลูกค้าสามารถจองสินค้าทางออนไลน์ และรับสินค้าและชำระค่าสินค้าที่ร้านค้า โดยลูกค้าที่ใช้บริการนี้จะได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการขายและการร่วมรายการอื่น ๆ และสามารถตรวจสอบสภาพสินค้าหรือลองสินค้าที่ร้านค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าได้	เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	อุปกรณ์ของลูกค้า	ร้านค้า

CENTRALRETAIL

รูปแบบ	ช่องทางการจำหน่ายสินค้า	สถานที่จำหน่าย	สถานที่รับสินค้า
<p>Chat & Shop และ Rinascente ON DEMAND</p> <p>เป็นบริการผ่านระบบส่งข้อความทันที (Instant Messaging Service) โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าและรับความช่วยเหลือในการเลือกซื้อสินค้าผ่านการส่งข้อความกับพนักงานขายของกลุ่มบริษัทฯ ได้โดยตรง</p>	<p>ระบบส่งข้อความทันที (Instant Messaging Service) ซึ่งให้บริการโดยโซเชียลเน็ตเวิร์ค “LINE” “WeChat” และ “WhatsApp”</p>	อุปกรณ์ของลูกค้า	จัดส่งตามที่อยู่/ ร้านค้า
<p>e-Ordering</p> <p>เป็นแพลตฟอร์มที่เพิ่มความสามารถในการให้บริการ ด้วยการให้พนักงานขายแต่ละรายมีแท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ หรือช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ไว้ใช้งานในร้านค้า ซึ่งช่วยให้พนักงานขายสามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าที่อาจไม่ได้มีวางขายในร้านค้า</p>	พนักงานขาย ณ ร้านค้า	ร้านค้า	จัดส่งตามที่อยู่/ ร้านค้า

ทั้งนี้ รายได้บางส่วนของกลุ่มบริษัทฯ ยังมาจากการให้เช่าพื้นที่ในพลาซ่าต่าง ๆ ได้แก่ โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ ท็อปส์ พลาซ่า และบิ๊กซี เวียดนาม รวมถึงพื้นที่เช่าอื่น ๆ ภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มบริษัทฯ อีกด้วย

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ด้านการศึกษา โดยได้ลงนามกับกระทรวงศึกษาธิการในการดำเนินงานทางด้านการศึกษาในแบบองค์รวมสำหรับโครงการพาร์ทเนอร์ชิพสคูล 2. ด้านคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยได้สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพและพัฒนาอาชีพด้วยการจัดฝึกอบรมอาชีพคนพิการให้เหมาะสม และ 3. ด้านกีฬาและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คน โดยได้จัดกิจกรรมสนับสนุนการกีฬาต่างๆ เช่น Mini Marathon และ Cycling Championship รวมไปถึงแคมเปญ Eat Play Love และ Every Child Can Read

สำหรับด้านการพัฒนาสินค้าชุมชนและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กลุ่มบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับกลุ่มเซ็นทรัล ในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่เกษตรกร และร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ในการจัดงานเพื่อการเกษตร เช่น ตลาดจริงใจ และยังสนับสนุนโครงการของทางหอการค้าไทยในการทำ Business Matching กับ SME ในการสนับสนุนแบ่งปันองค์ความรู้เพื่อให้ธุรกิจ SME สามารถแข่งขันในทางการค้าได้

CENTRALRETAIL

สำหรับด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดทำโครงการ “เซ็นทรัลรีเทล เลิฟ ดิ เอิร์ธ” ซึ่งมีแนวทางการทำงาน 3 แนวทาง ได้แก่

1. Journey to Zero: คือโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการลดขยะที่ต้นทางเพื่อลดปริมาณขยะมูลฝอย (Zero Waste to Landfill) ได้แก่ กิจกรรม “No Bag Day” ในประเทศไทยซึ่งจัดทุกวันที 4 ของเดือน และการเชิญชวนให้ลูกค้าเปลี่ยนมาใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก โดยกลุ่มบริษัทฯ ตั้งใจที่จะเป็นห้างค้าปลีกรายแรกของประเทศไทยที่ปลอดถุงพลาสติกภายในปี 2562 ภายใต้โครงการ Central Retail Love the Earth “Say No to Plastic Bags” นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีโครงการเพื่อลดการสร้างคาร์บอน (Zero Carbon) โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้จัดทำหลังคาเซลล์แสงอาทิตย์ และติดตั้งสถานีชาร์จไฟฟ้าให้กับรถยนต์ไว้ที่ร้านค้าของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อช่วยประหยัดพลังงานและลดมลพิษทางอากาศ
2. Central Green: คือโครงการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อมรอบบริเวณที่กลุ่มบริษัทฯ เข้าทำธุรกิจ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายดูแลและปรับปรุงให้พื้นที่ภายในรัศมี 4 ตารางกิโลเมตรของร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัทฯ ให้มีความสะอาดปลอดภัย และมีระบบการจัดการสารพิษที่ปลอดภัย
3. Forest Restoration: คือโครงการปลูกป่าโดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มูลนิธิชัยพัฒนาในการรักษาป่าของคนกรุงเทพฯ ที่คั้งบางกะเจ้า

รางวัลและการยอมรับต่างๆ

- ปี 2551 และปี 2553 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ได้รับการจัดอันดับให้เป็น “หนึ่งในห้าห้างสรรพสินค้าที่ดีที่สุดในโลก” ซึ่งจัดโดย Intercontinental Group of Department Stores (IGDS) ในการประชุม Global Department Store Summit
- ปี 2554 ห้างสรรพสินค้าโรบินสันได้รับเลือกจากนิตยสาร Forbes Asia ให้เป็นหนึ่งใน “Asia’s 200 Best Under a Billion US\$”
- ปี 2559 รีนาศูนย์เซ็นทรัลพลาซ่าได้รับรางวัล “Best Department Store in the World” ในการประชุม Global Department Store Summit
- ปี 2559 ถึงปี 2561 ท็อปส์ มาร์เก็ต ได้รับการลงคะแนนเสียงให้เป็น “Brand of The Year” ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตจาก World Branding Awards – London เป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน

CENTRALRETAIL

เอกสารฉบับนี้ไม่ใช่หนังสือชี้ชวนสำหรับการเสนอขายหลักทรัพย์ แต่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ เพื่อให้ผู้ลงทุนมีระยะเวลาพอสมควรในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ดังกล่าวก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไม่แตกต่างไปจากข้อมูลบางส่วนที่ปรากฏในร่างหนังสือชี้ชวนที่ได้ยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งยังไม่มีผลใช้บังคับตามกฎหมาย ดังนั้น ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้จึงอาจมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ – โปรดทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทน และความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน

เอกสารฉบับนี้ไม่ถือเป็นการเสนอขายหลักทรัพย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยหลักทรัพย์ดังกล่าวจะไม่ถูกเสนอขายหรือขายในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยปราศจากการจดทะเบียนหรือการได้รับยกเว้นการจดทะเบียนภายใต้ U.S. Securities Act of 1933 ทั้งนี้ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มิได้ประสงค์จะจดทะเบียนส่วนใดส่วนหนึ่งของการเสนอขายครั้งนี้ หรือเสนอขายหลักทรัพย์แก่ประชาชนเป็นการทั่วไปในประเทศสหรัฐอเมริกา การเสนอขายหลักทรัพย์ใด ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาจะทำได้ผ่านหนังสือชี้ชวน (Prospectus) ที่อาจได้รับจากบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

เอกสารฉบับนี้มีข้อมูลทางสถิติ การวิจัยทางการตลาด และการประมาณการจากอุตสาหกรรมที่นำมาจากเอกสารที่ตีพิมพ์สำหรับอุตสาหกรรม ข้อมูลที่ได้มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ และแหล่งที่มาภายนอก ซึ่งรวมถึง Euromonitor International แม้ว่าบริษัท จะเชื่อว่าข้อมูลที่นำมาจากแหล่งที่มาภายนอกดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือ บริษัท ไม่อาจรับประกันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด และเศรษฐกิจที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ นอกจากนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดและอุตสาหกรรมอาจมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงและอาจไม่สามารถตรวจสอบได้เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ลักษณะของกระบวนการเก็บข้อมูลที่กระทำด้วยความสมัครใจ ตลอดจนข้อจำกัดและความไม่แน่นอนอื่น ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของการสำรวจข้อมูลเชิงสถิติ

###

หมายเหตุ: เอกสารฉบับนี้ไม่ถือเป็นการเสนอขายหลักทรัพย์ ห้ามเผยแพร่เอกสารนี้ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศออสเตรเลียหรือในประเทศใด ๆ ที่การเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และห้ามมิให้มีการทำซ้ำ ส่งต่อ หรือเผยแพร่เอกสารฉบับนี้โดยมิได้รับอนุญาต