



OPPORTUNITY DAY

Q3/2025

Date 18 November 2025

AGENDA

- 01 BUSINESS OVERVIEW**
- 02 PROJECT HIGHLIGHTS**
- 03 Q3/2025 FINANCIAL RESULTS**
- 04 BUSINESS OUTLOOK**
- 05 Q & A**

01

BUSINESS OVERVIEW



THE CREATIVE EXPERIENCE CREATOR

CMO Company Limited leads the way in comprehensive worldwide marketing communications, engaging in the lively fields of creative events and entertainment. Since our inception in 1986, we've embarked on an impressive journey spanning over 39 years, crafting more than 20,000 exceptional creations.

39

YEARS OF
EXPERIENCE

200

FULL TIME
EXPERIENCED
EMPLOYEES

20,000

CREATIVE
EXPERIENCE

OUR SERVICES



CREATIVE EVENT

CMO leads the event management industry, integrating it with marketing communication to create innovative experiences. The company focuses on creativity, innovation, and technology.



MUSEUM CREATOR

The company boasts a professional team with expertise in every step of the operating process, including concept, theme, interior, exterior, building, and maintenance.



CONCERT & ENTERTAINMENT

We specialize in creating unforgettable experiences, blending creativity and precision for events like private parties, fan meetings, and concerts.



EQUIPMENT SERVICE

Event equipment rental service is operated under PM Center Company Limited. We are an all-in-one service supply company that provides equipment rental service along with installation and technician service.



DIGITAL CONTENT

We are a digital marketing service provider focused on comprehensive digital marketing management, brand experience design, and multimedia production, covering both online and offline marketing, operating under "SpriteX"

02

Q3/2025 PROJECT HIGHLIGHTS

CREATIVE EVENT



TRUST CONFERENCE 2025

Innovating For Trust, Powered by All Thais

Bangkok, Thailand



WHOSCALL
TRUST CONFERENCE 2025

NINE BEAUTY AWARDS 2025



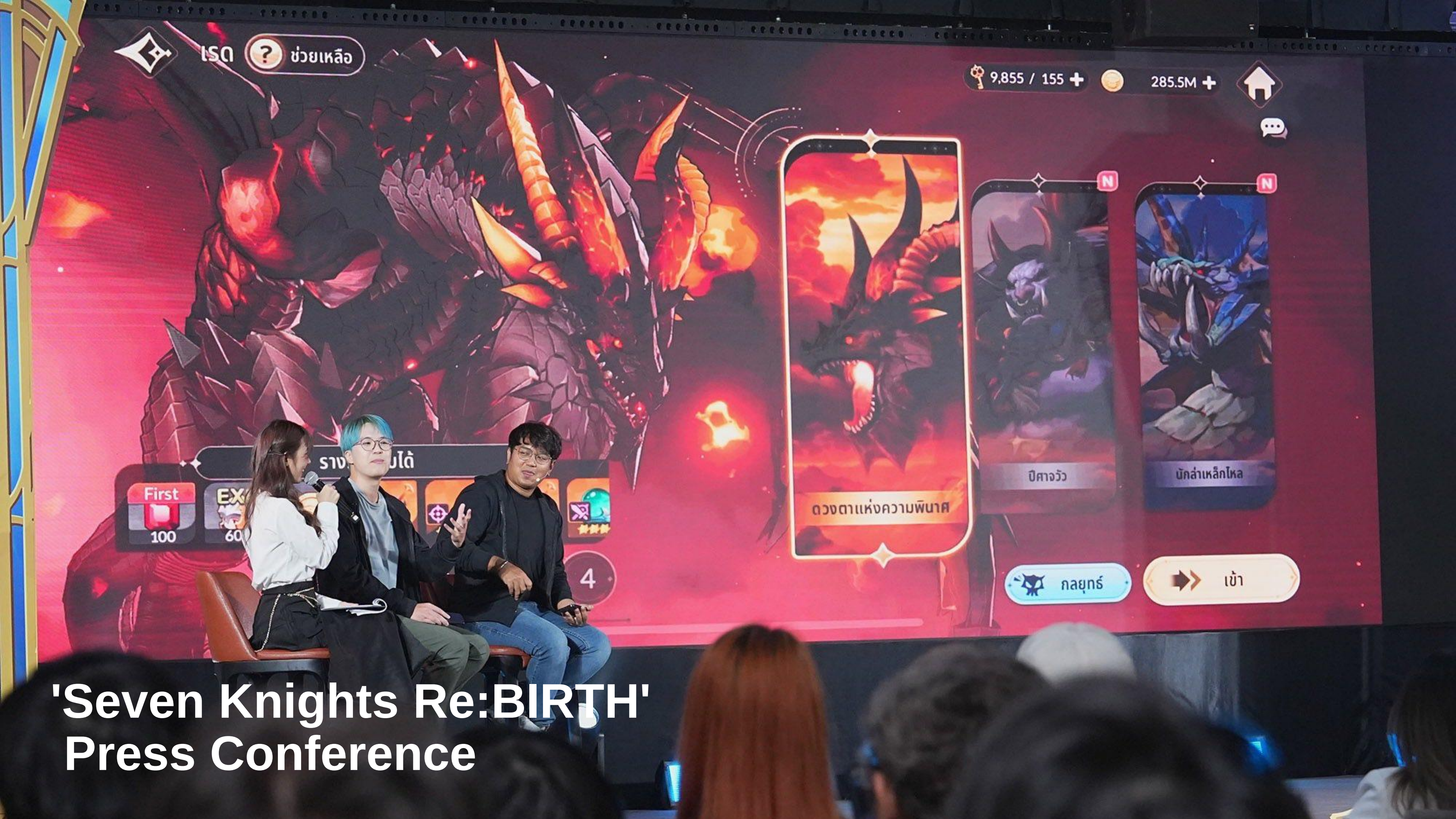


**SIVANNA COLORS x
EVEANDBOY**



FUJIFILM

FUJIKINA BANGKOK 2025



'Seven Knights Re:BIRTH'
Press Conference



ELLE Fashion Week 2025 Press Conference



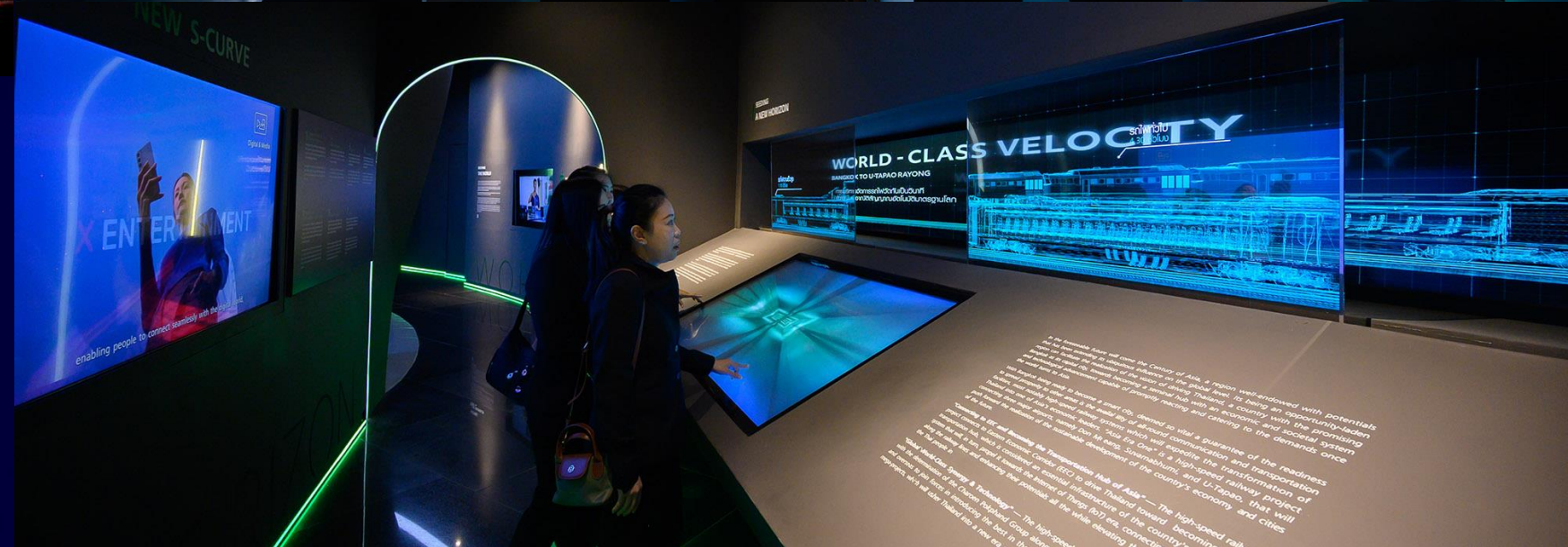
KBS GROUP

60th ANNIVERSARY



UOB

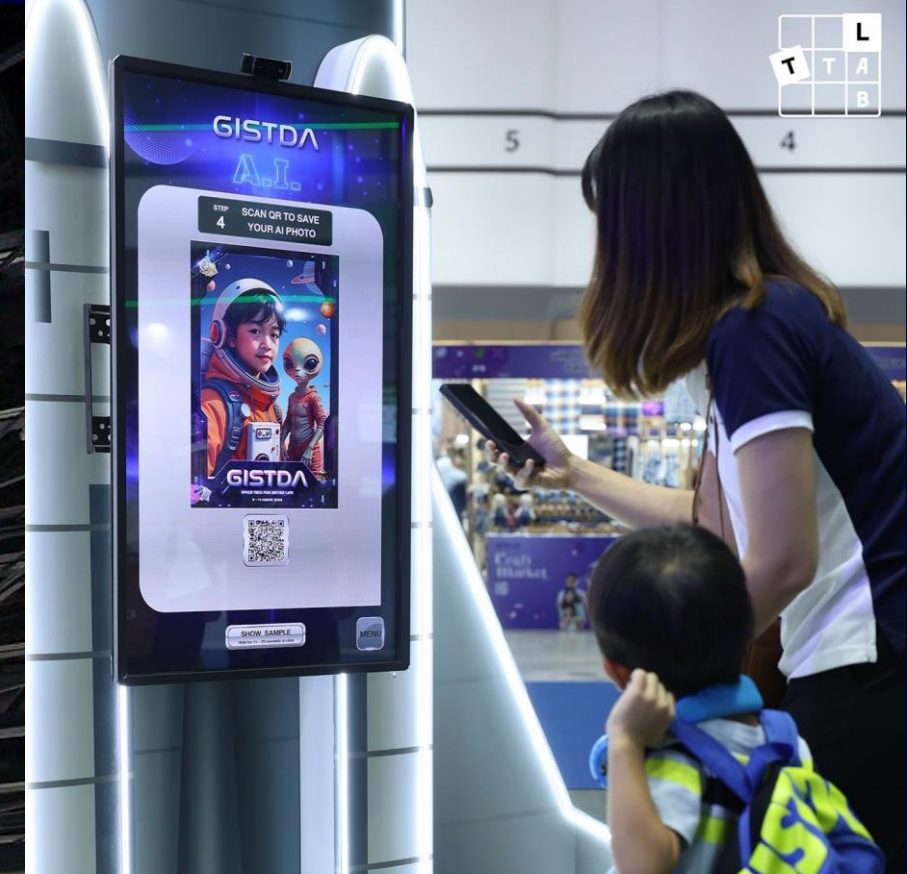
C&D CONVENTION 2025



CP INNOVATION EXPOSITION

Gistda Booth at อว.แฟร์ 2025

และงานมหกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



Q4/2025 PROJECT HIGHLIGHTS

Bandai Namco Entertainment Asia at asia x Thailand Game Show 2025



BANDAI SPIRITS HOBBY EXHIBITION 2025





HUAWEI WATCH GT 6 Series Launch Event



MEGA HALLOWEEN 2025
THE SCREAM LAB เล็บสยองซ่อนกรวด



ELLE FASHION WEEK 2025

@Copyright 2025 CMO Public Company Limited - All Rights Reserved

CMO
CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

Optt PTTEP Thaiol IRPC OGC GPSC BOR

PTT GROUP CEO TOWNHALL 2025

SYNERGY IN ACTION

ผสานทุกพลัง ร่วมสร้างความสำเร็จ

PTT Group CEO Town Hall 2025 : Synergy in Action



ADIPEC 2025 at UAE



Award-winning Booth



03

FINANCIAL HIGHLIGHT

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

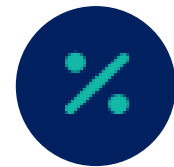


ผลงาน 9 เดือน:

พลิกกลับมีกำไรสุทธิ **24.60 ล้านบาท**

(จากขาดทุน -54.64 ล้านบาท ใน 9M/67)

สะท้อนการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง



อัตรากำไรขั้นต้น (9M/68):

ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ **28%**

(จาก 19% ใน 9M/67) จากการ

บริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ



ความท้าทาย Q3/2568 (3 เดือน):

เผชิญภาวะชะลอตัว ขาดทุนสุทธิ **-20.41 ล้านบาท**

(เทียบกับกำไร 4.56 ลบ. ใน Q3/67) กดดันจากรายได้ที่ลดลง



กระแสเงินสด:

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) ยังคงเป็น

บวกที่ **+96.20 ล้านบาท** ใน Q3/68



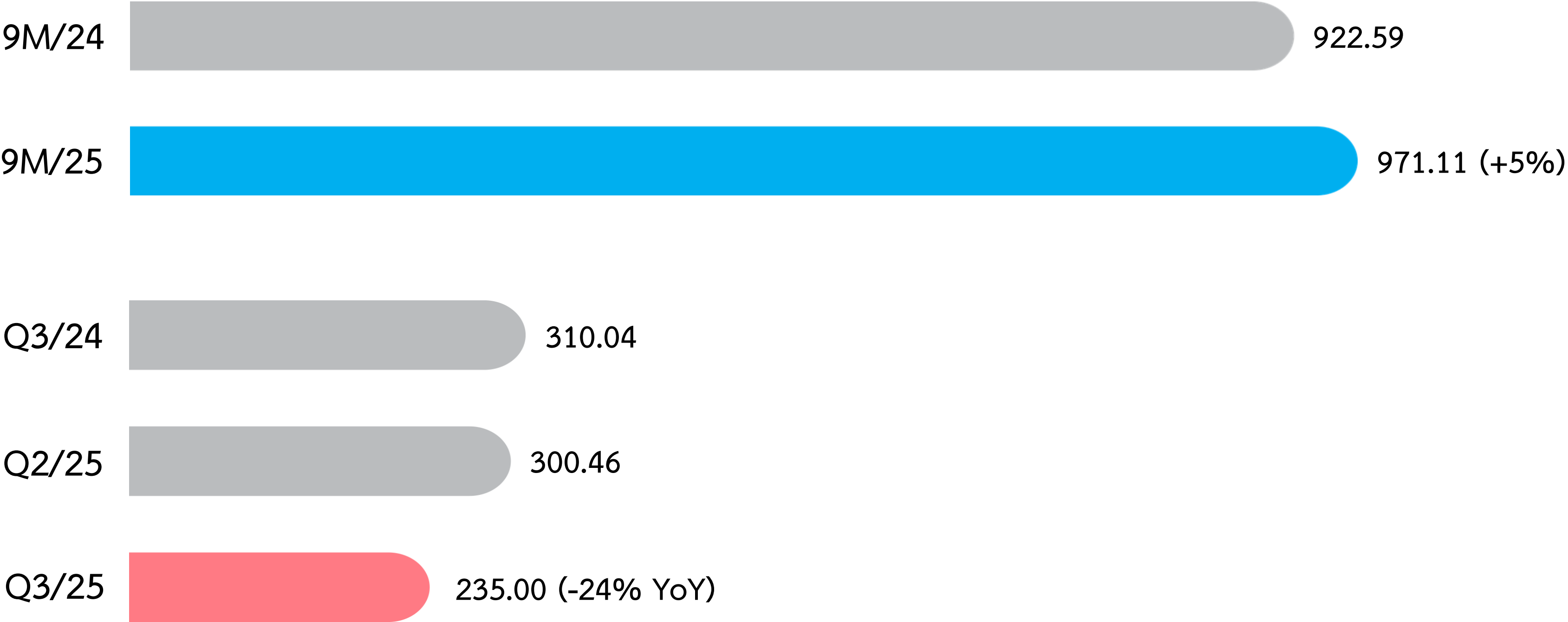
สภาพคล่อง:

อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)

ยังคงอยู่ในระดับต่ำ สะท้อนความเสี่ยงที่

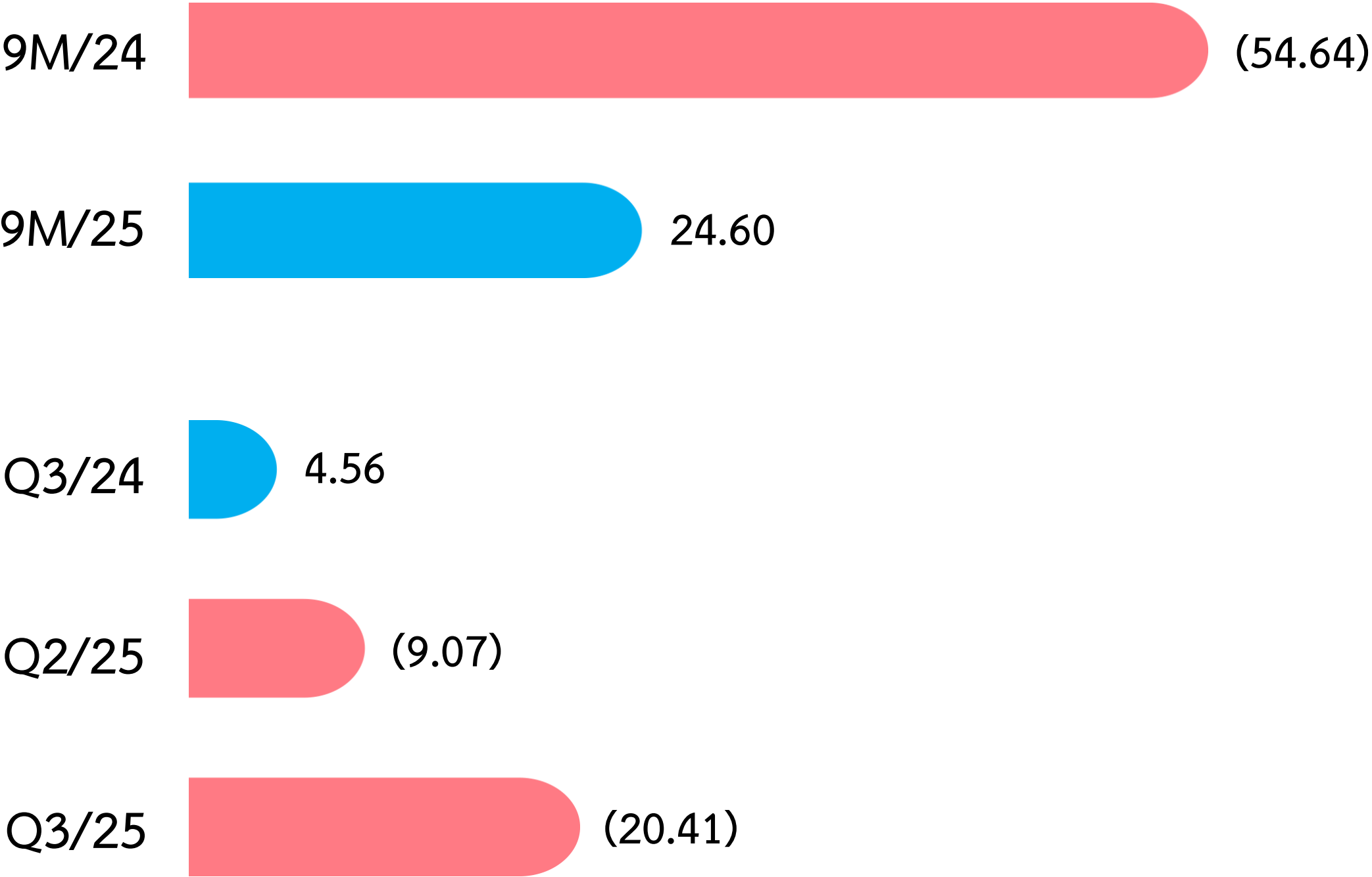
ต้องติดตามใกล้ชิด

แนวโน้มรายได้ (ล้านบาท)



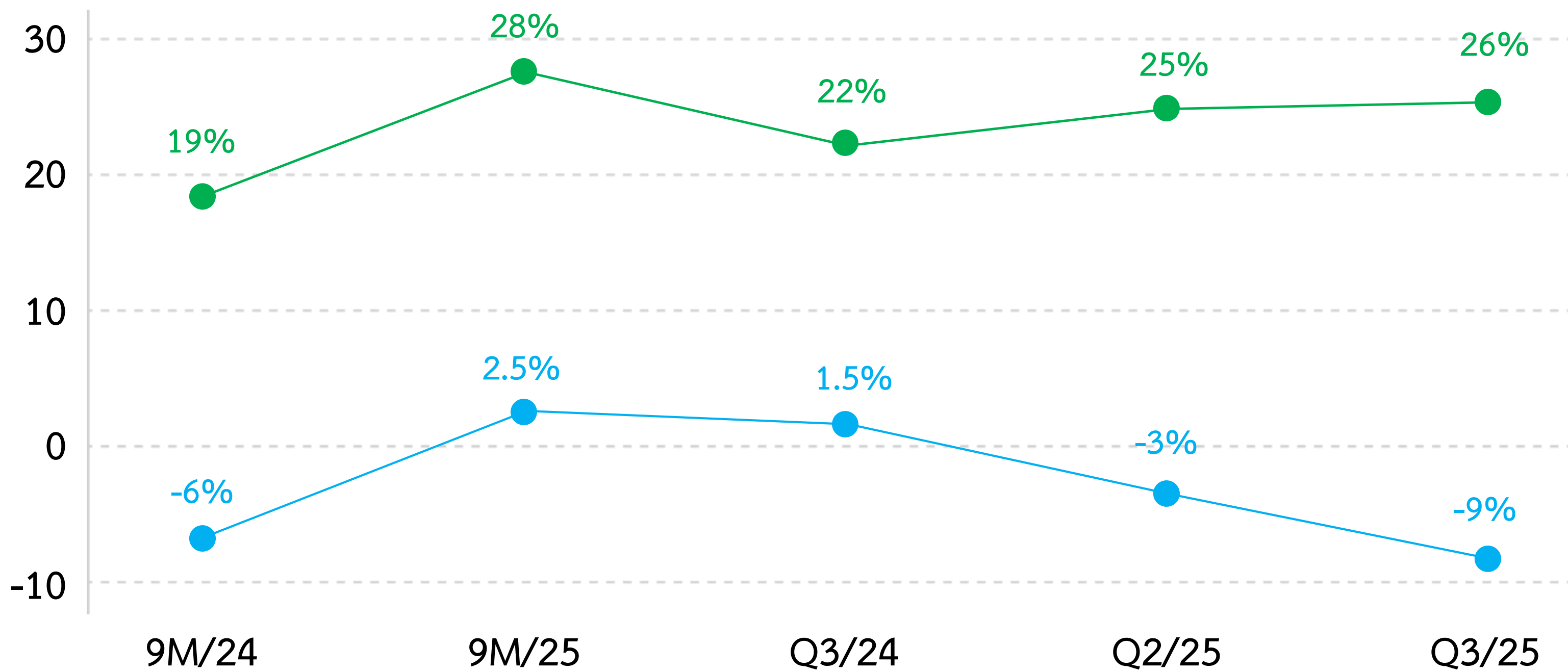
รายได้ 9 เดือน เติบโต 5% YoY, แต่สำหรับใน Q3/68 รายได้หดตัวทั้ง YoY และ QoQ

แนวโน้มกำไรสุทธิ (ล้านบาท)



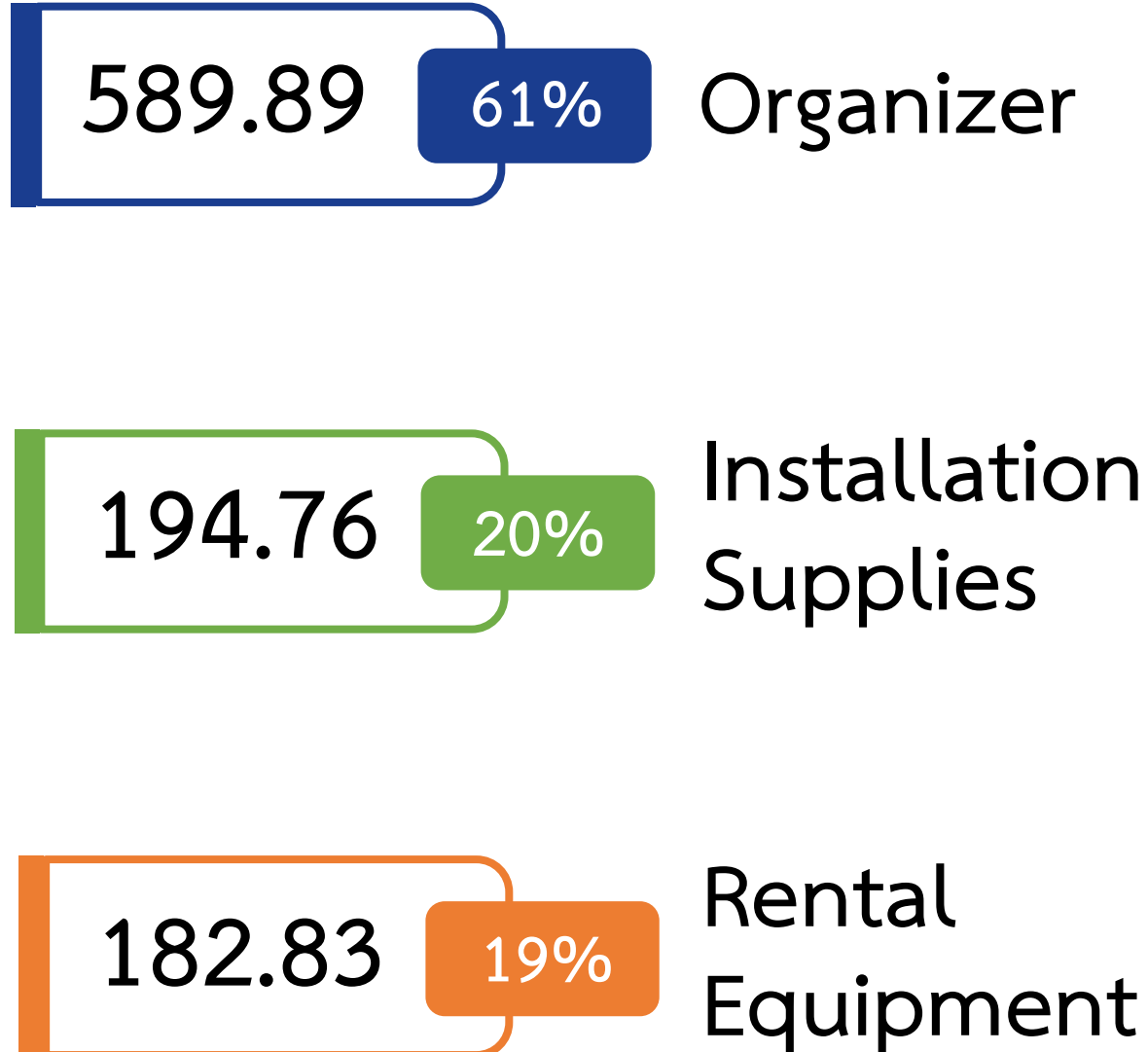
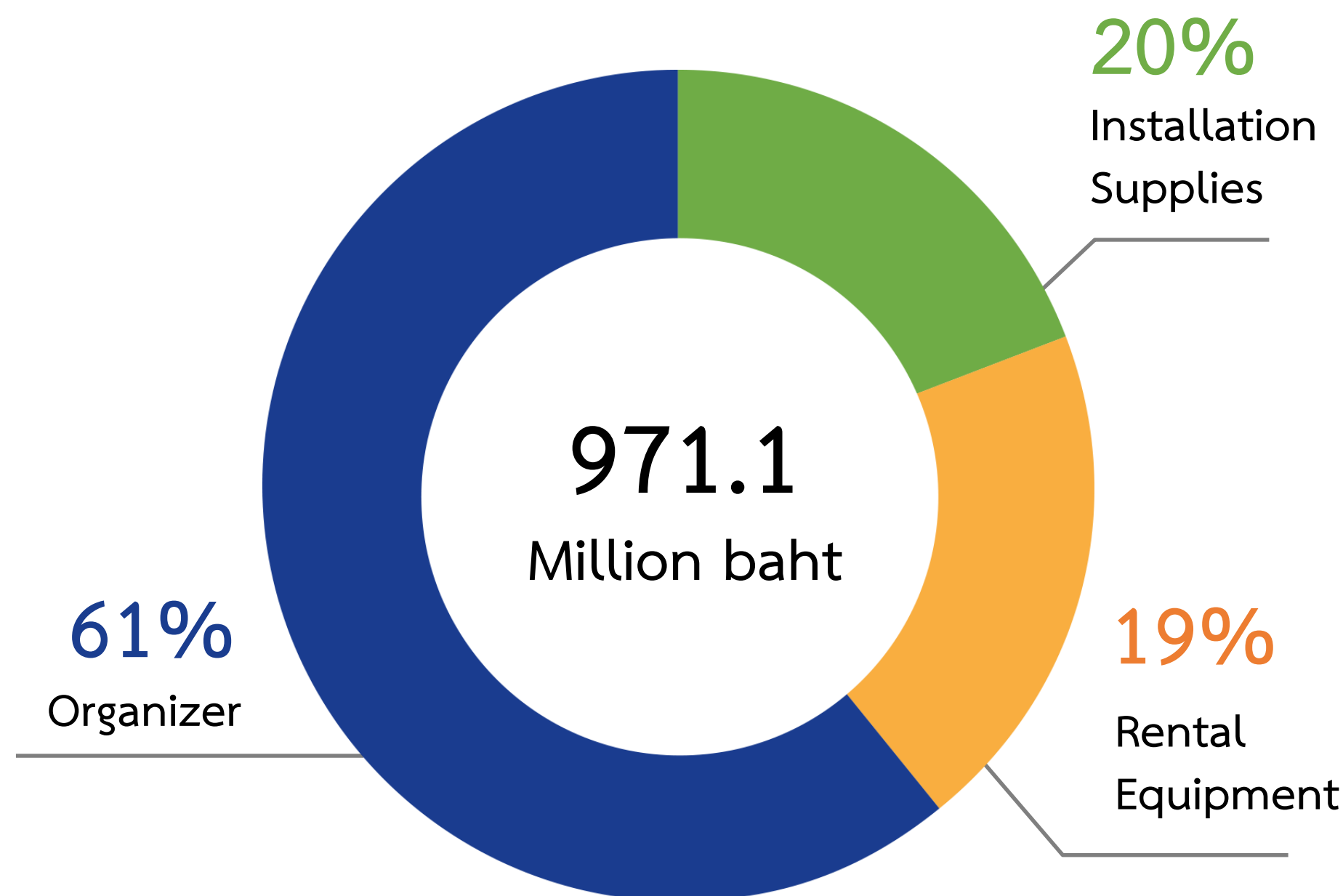
ภาพรวม 9 เดือน พลิกกลับมาทำได้สำเร็จ แต่ Q3/68 ขาดทุนเพิ่มขึ้นจาก Q2/68 สะท้อนความผันผวนจากรายได้ที่ลดลง

การวิเคราะห์อัตรากำไร (%)



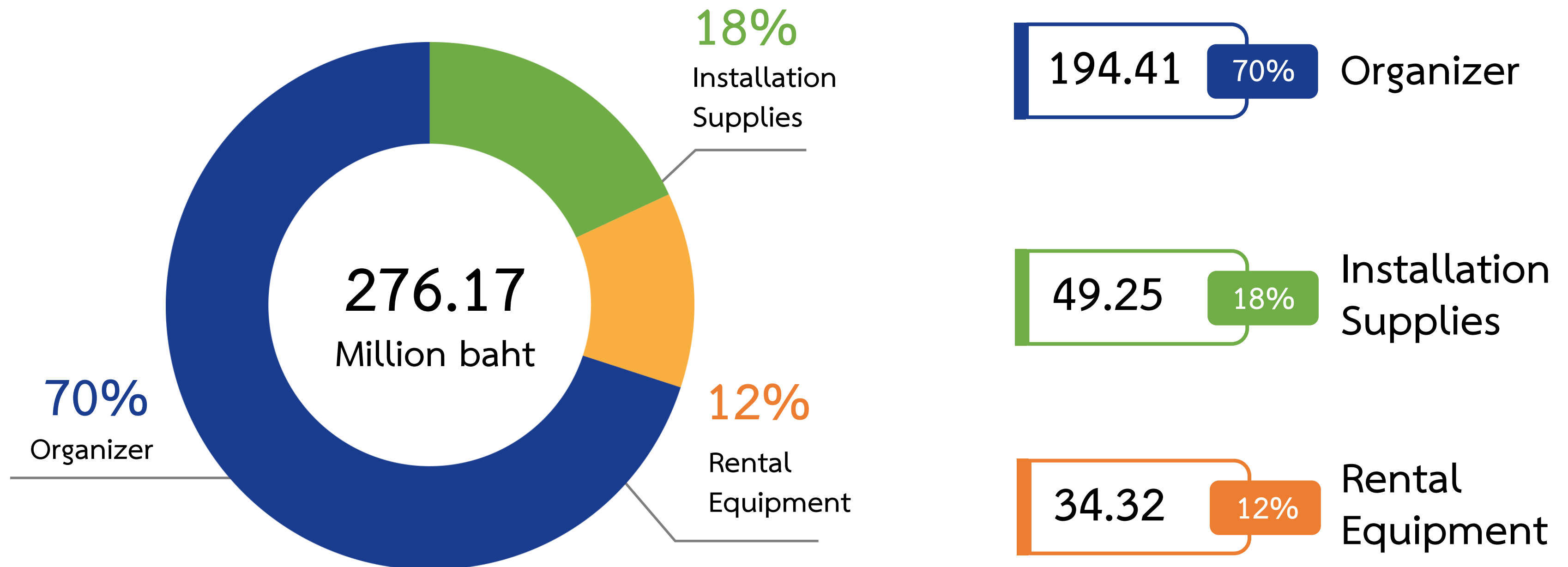
— **อัตรากำไรขั้นต้น (GPM)** พื้นตัวและยืนในระดับสูง — **อัตรากำไรสุทธิ (NPM)** พลิกเป็นบวกใน 9M/68 แต่ติดลบใน Q3/68

สัดส่วนรายได้ 9M/2568 (ล้านบาท)



รายได้ 9M/68 (รวม 971.1 ลบ.) มาจาก 3 ธุรกิจหลัก โดย 'ธุรกิจรับจัดงาน' ยังคงเป็นสัดส่วนใหญ่ที่สุดที่ 61%

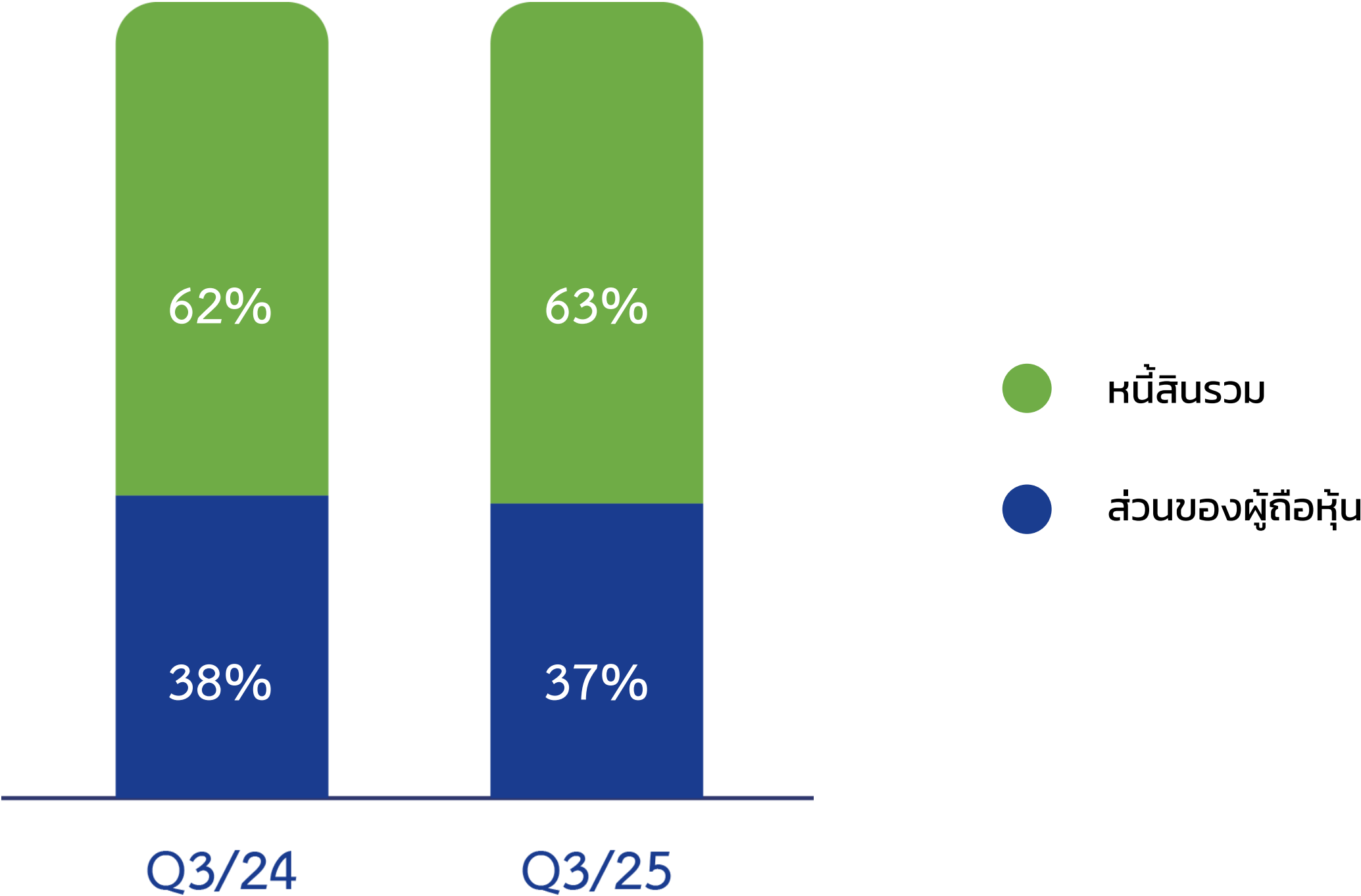
สัดส่วนกำไรขั้นต้น 9M/2568 (ล้านบาท)



กำไรขั้นต้นสุทธิ 9M/68 (รวม 276.17 ลบ.) มาจาก 3 ธุรกิจหลัก

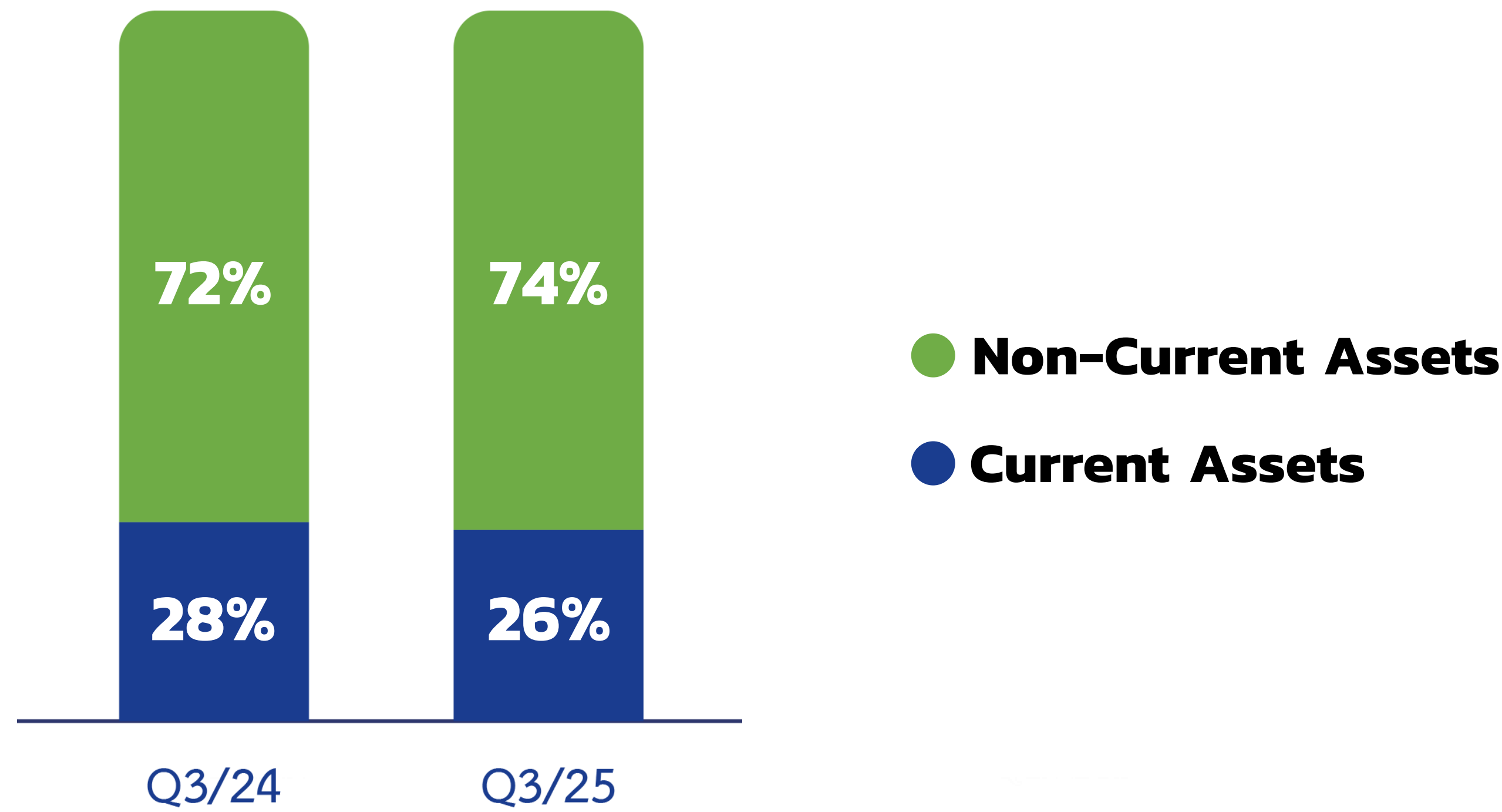
ฐานะการเงินและกระแสเงินสด

โครงสร้างหนี้สินต่อทุน (L/E) (ล้านบาท)



สินทรัพย์รวมหดตัว -3.7% (YoY) โครงสร้างหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมขยับขึ้นเล็กน้อย (62% → 63%) MODIFIED: Rounded

โครงสร้างสินทรัพย์ (ล้านบาท)



สินทรัพย์หมุนเวียน (CA) ลดลง 10% YoY, ส่งผลให้สัดส่วนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (NCA) เพิ่มขึ้นเป็น 74% ของสินทรัพย์รวม

ภาพรวมงบกระแสเงินสด Q3/2568 (ล้านบาท)



กระแสเงินสด
จากการดำเนินงาน
(CFO)



กระแสเงินสด
จากการลงทุน
(CFI)



กระแสเงินสด
จากการจัดหาเงิน
(CFF)



เงินสดสุทธิ
เพิ่มขึ้น

***กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) เป็นบวก แม้จะมีผลขาดทุน สะท้อนการบริหารวงจรเงินสดที่ดีขึ้น
ซึ่งสามารถครอบคลุมทั้งกระแสเงินสดจากการลงทุน (CFI) และกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน (CFF)*

การวิเคราะห์สภาพคล่องและวงจรเงินสด

อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)



สะท้อนความเสี่ยงระยะสั้น (สินทรัพย์หมุนเวียน 264.73 ลบ.
เทียบกับ หนี้สินหมุนเวียน 514.41 ลบ.)

การบริหารวงจรเงินสด (ณ Q3/2568)

ระยะเวลาเก็บหนี้ (AR)	41 วัน
ระยะเวลาย้ายเจ้าหนี้ (AP)	72 วัน

วงจรเงินสด (Cash Cycle): -27 วัน
บริษัทมีวงจรเงินสดติดลบ (ได้เงินจากลูกค้าเร็วกว่าจ่ายเจ้าหนี้) ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักในการบริหารสภาพคล่อง
ท่ามกลาง Current Ratio ที่ต่ำ

ไฮไลท์: การปรับตัวของอัตราผลตอบแทน (ROE)

Q3/24

-22%

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น

Q3/25

9%

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น

การพลิกฟื้นจาก -22% มาเป็น +9% สะท้อนการปรับตัวของความสามารถในการทำกำไร และสร้างผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นได้สำเร็จ

อัตราส่วนสำคัญ: ประสิทธิภาพ และ ความเสี่ยง



ด้านประสิทธิภาพ (โอกาส)

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)

3% (จาก -8% YoY)

หลักการ: การพลิกฟื้นของ ROA ยืนยันว่าบริษัทกลับมาสร้างผลกำไรจากสินทรัพย์รวมได้สำเร็จ สะท้อนภาพการฟื้นตัว (Turnaround) ที่ชัดเจน

อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ (TAT)

1.28 (จาก 1.14 YoY)

หลักการ: นี่คือนักปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ (Key Driver) แสดงว่าบริษัทใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่สร้างรายได้ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Efficiency) ซึ่งช่วยหนุน ROA และ ROE โดยตรง



ด้านความเสี่ยง (จุดติดตาม)

อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (Quick Ratio)

0.45x

หลักการ: เป็นประเด็นความเสี่ยงหลัก (Key Risk) บ่งชี้ว่าสินทรัพย์สภาพคล่องสูงไม่เพียงพอที่จะครอบคลุมหนี้สินระยะสั้น

กลยุทธ์แก้ไข: เร่งบริหารจัดการหนี้สินระยะสั้น โดยเจรจาเปลี่ยนเป็นหนี้ระยะยาว (Debt Refinancing) เพื่อลดแรงกดดันสภาพคล่อง

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio)

1.68x

หลักการ: สะท้อนการพึ่งพาเงินทุนจากหนี้สิน (Leverage) ในระดับสูง ซึ่งเพิ่มความเสี่ยงทางการเงินและภาระดอกเบี้ย

กลยุทธ์แก้ไข: ใช้กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) ในการชำระคืนหนี้สินเพื่อลดภาระดอกเบี้ย และเร่งสร้างกำไรสะสมเพื่อเพิ่มส่วนทุน (Deleveraging)

04

BUSINESS OUTLOOK



Expand the
Sales Team



New Partner /
Joint Venture



New Business
(SpiritX)



Oversea
Opportunity



New Project



05

Q&A

THANK YOU

For more information, please contact
Investor relations, CMO Public Company Limited



Tel: +66 2 088 3888 #1399



E-mail: ir@cmo-group.com



Website: www.cmo-group.com