

Nutrition Sustainable for Life

www.nslfoods.com



AGENDA



ผลการดำเนินงาน

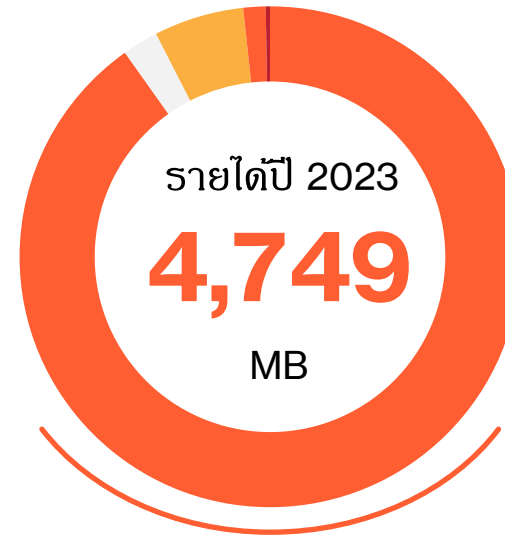
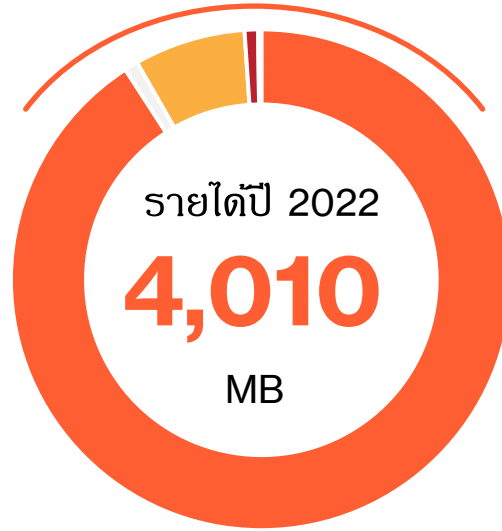


ภาพรวมการดำเนินงาน



Q&A

ภาพรวมรายได้



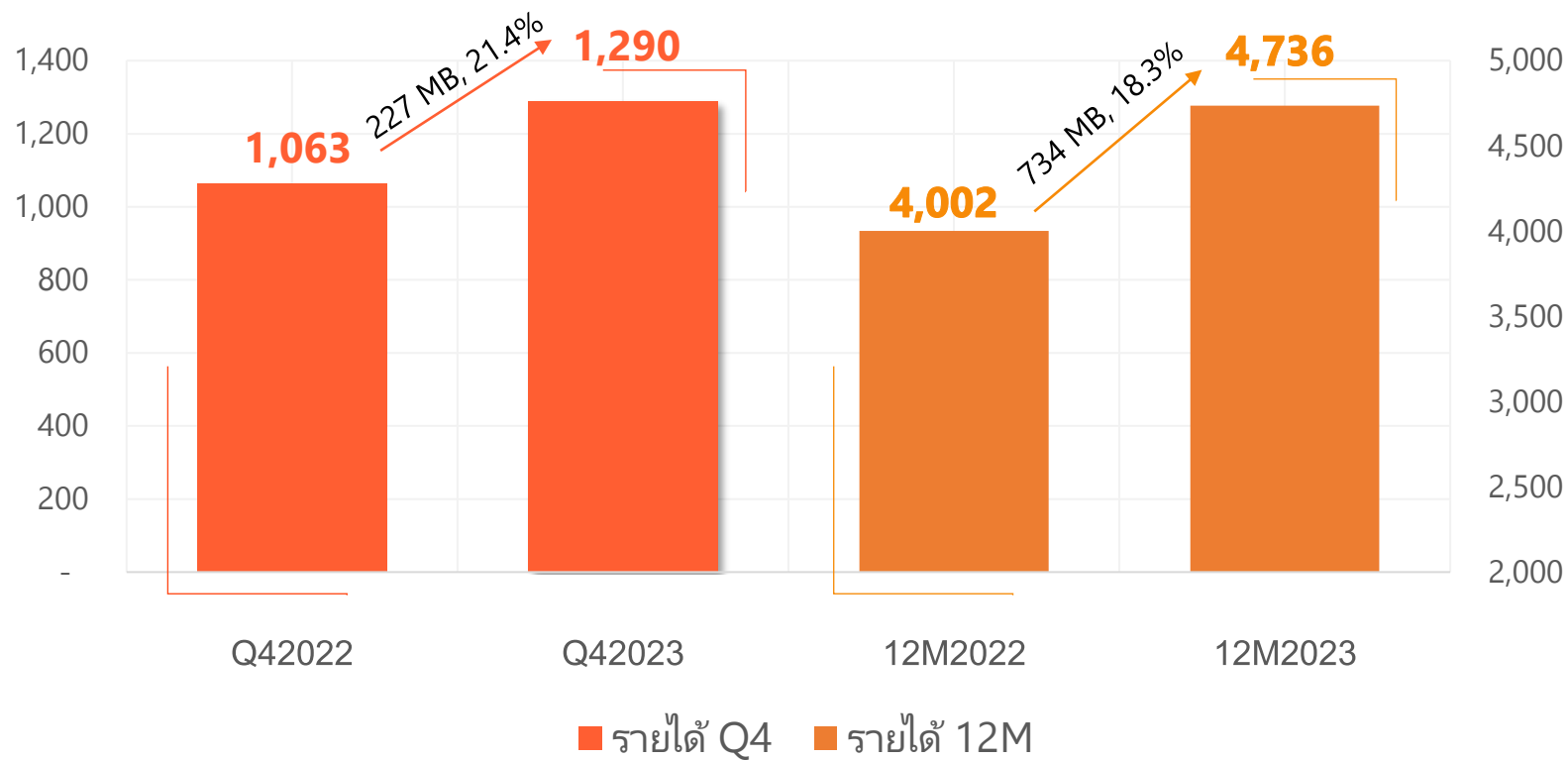
■ กลุ่มเบเกอรี่และรองท้อง ■ กลุ่มแบรนด์ NSL และซื้อมาขายไป ■ Food Services ■ OEM และอื่นๆ ■ รายได้อื่น

ประเภทรายได้	2022		2023	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
▪ กลุ่มเบเกอรี่และรองท้อง	3,643.4	90.9%	4,281.6	90.2%
▪ Food Services	288.3	7.2%	275.7	5.8%
▪ กลุ่มแบรนด์ของ NSL และซื้อมาขายไป	34.9	0.9%	110.0	2.3%
▪ OEM และอื่นๆ	34.9	0.9%	68.4	1.4%
▪ รายได้อื่น	8.3	0.2%	13.0	0.3%
รวมรายได้	4,009.8	100.0%	4,748.7	100.0%

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

รายได้จากการขาย Q4 & 12M

ล้านบาท

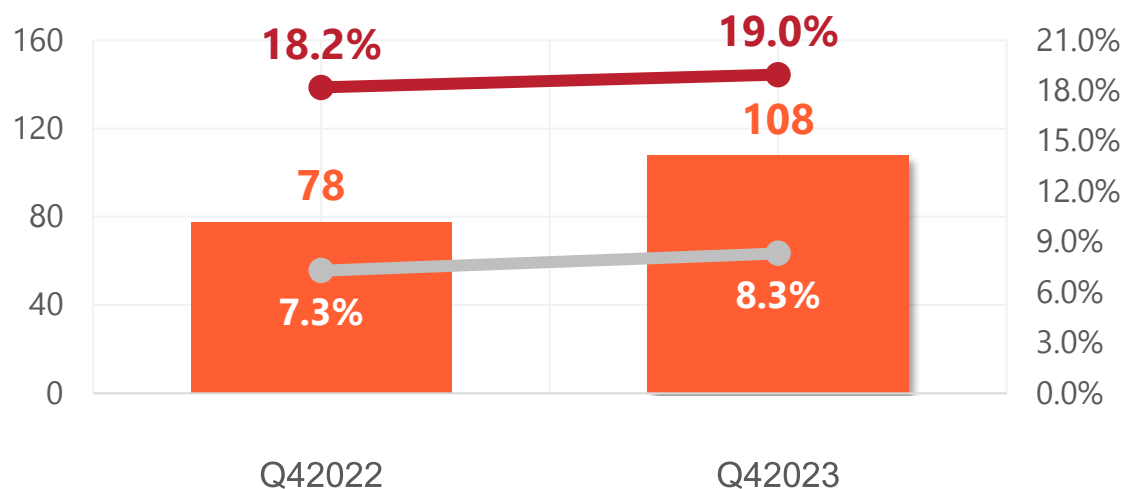


ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

กำไรสุทธิ & อัตรากำไรขั้นต้น Q4

งบการเงินเฉพาะกิจการ

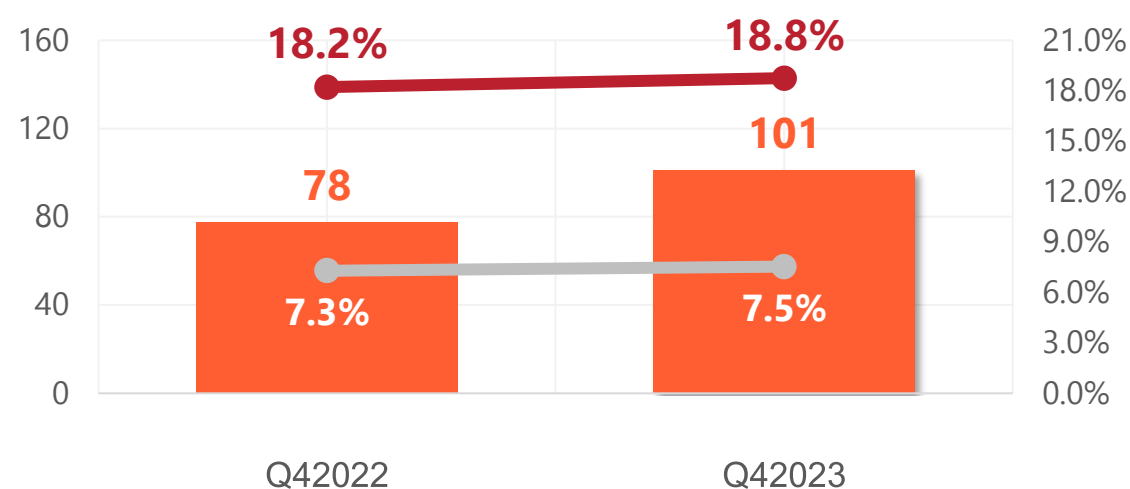
ล้านบาท



กำไรสุทธิ GPM NPM

งบการเงินรวม

ล้านบาท



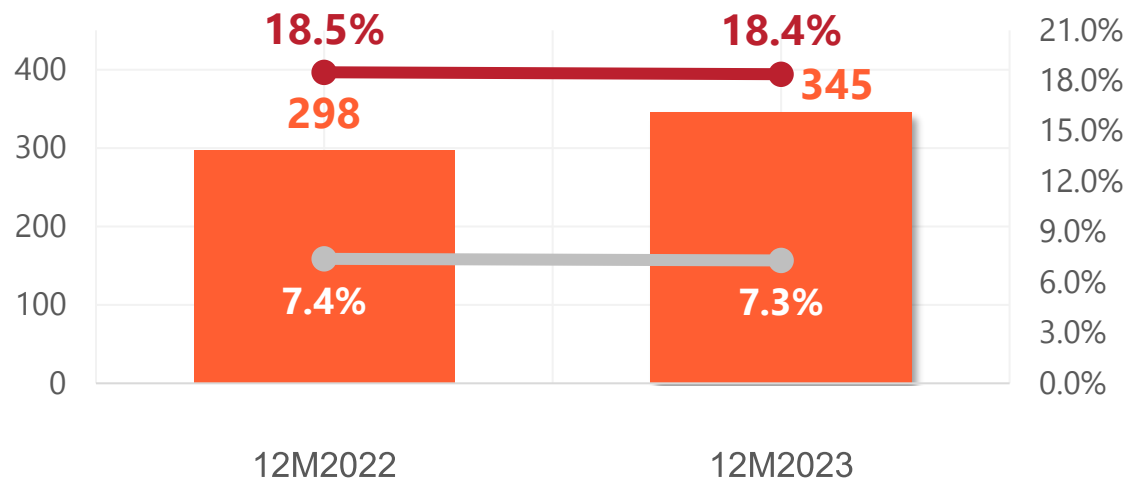
กำไรสุทธิ GPM NPM

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

กำไรสุทธิ & อัตรากำไรขั้นต้น 12M

งบการเงินเฉพาะกิจการ

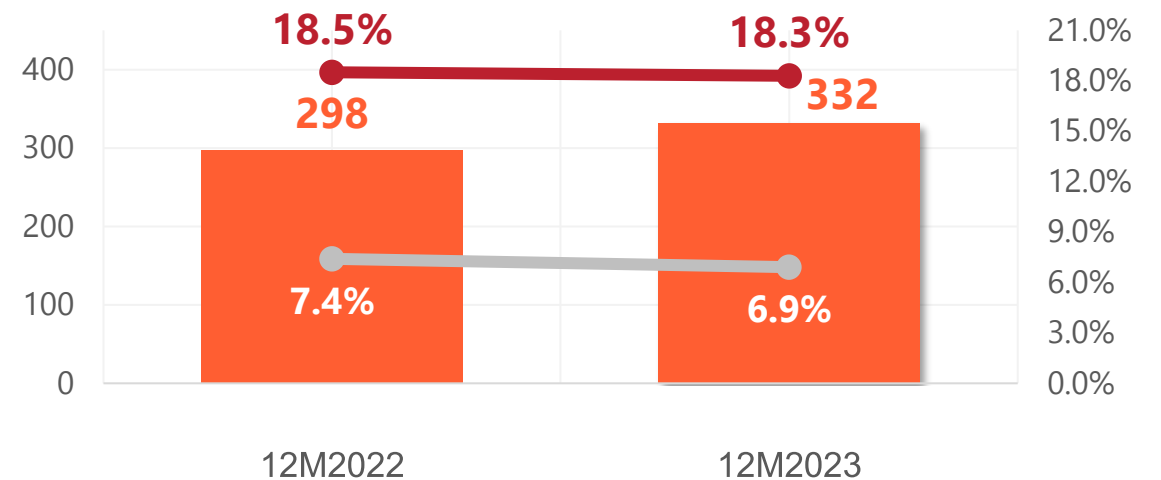
ล้านบาท



■ กำไรสุทธิ ● GPM ● NPM

งบการเงินรวม

ล้านบาท

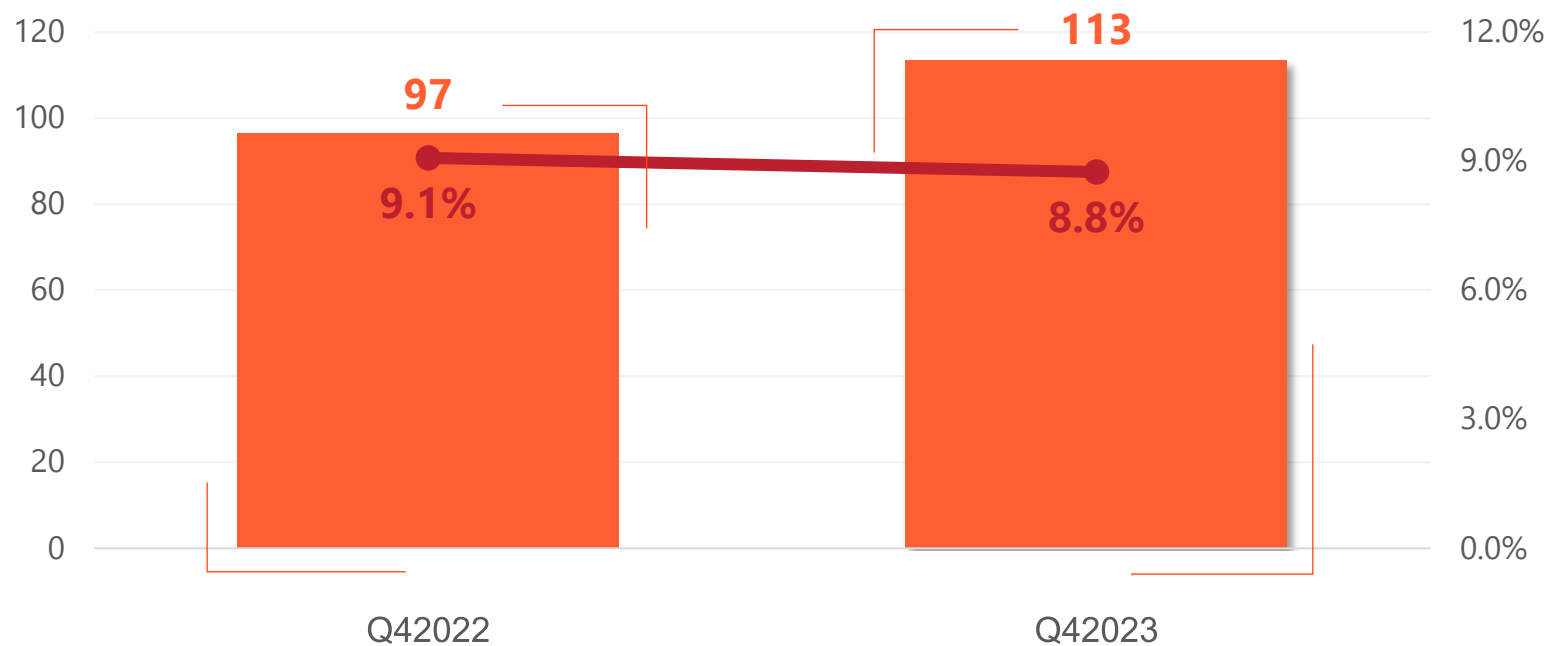


■ กำไรสุทธิ ● GPM ● NPM

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

SG&A Q4

ล้านบาท

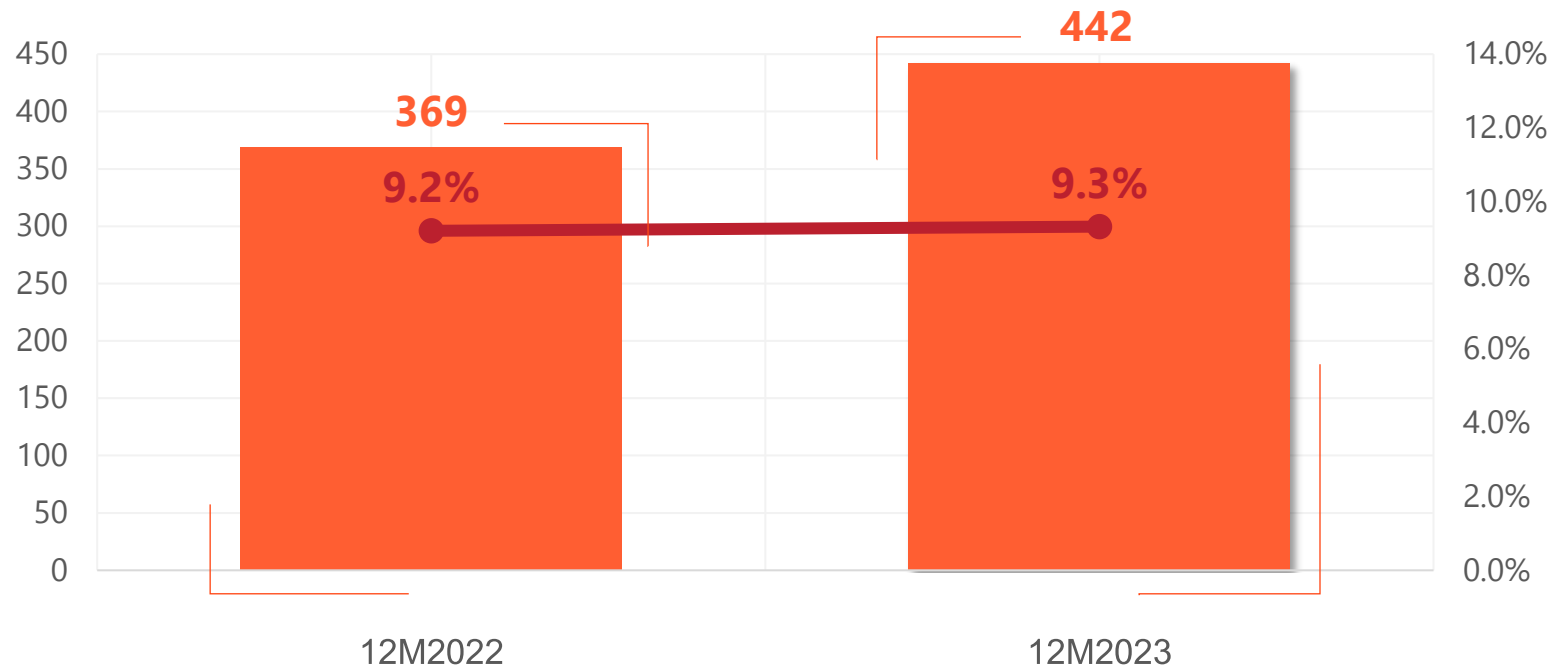


SG&A % Per revenue

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

SG&A 12M

ล้านบาท



SG&A % Per revenue

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

ต้นทุนการจัดจำหน่าย 12M

รายการ	12M2022		12M2023		เพิ่มขึ้น (ลดลง)
	ล้านบาท	% รายได้รวม	ล้านบาท	% รายได้รวม	ล้านบาท
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายและ ค่าโฆษณา	3.4	0.1%	9.2	0.2%	5.8
ค่าขนส่งในการขาย	196.5	4.9%	227.7	4.8%	31.1
เงินเดือน ค่าแรง ค่าล่วงเวลา โบนัส และ สวัสดิการพนักงาน	47.9	1.2%	55.4	1.2%	7.5
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	19.2	0.5%	32.6	0.7%	13.4
รวมต้นทุนในการจัดจำหน่าย	267.1	6.7%	324.9	6.8%	57.8

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 12M

รายการ	12M2022		12M2023		เพิ่มขึ้น (ลดลง)
	ล้านบาท	% รายได้รวม	ล้านบาท	% รายได้รวม	ล้านบาท
เงินเดือน ค่าแรง ค่าล่วงเวลา โบนัส และ สวัสดิการพนักงาน	65.7	1.6%	73.6	1.5%	7.9
ค่าที่ปรึกษาและค่าบริการต่างๆ	13.2	0.3%	19.8	0.4%	6.7
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3.7	0.1%	5.5	0.1%	1.8
ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคและค่า ซ่อมอุปกรณ์	4.3	0.1%	5.0	0.1%	0.7
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ	14.6	0.4%	13.6	0.3%	(1.0)
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	101.4	2.5%	117.5	2.5%	16.1

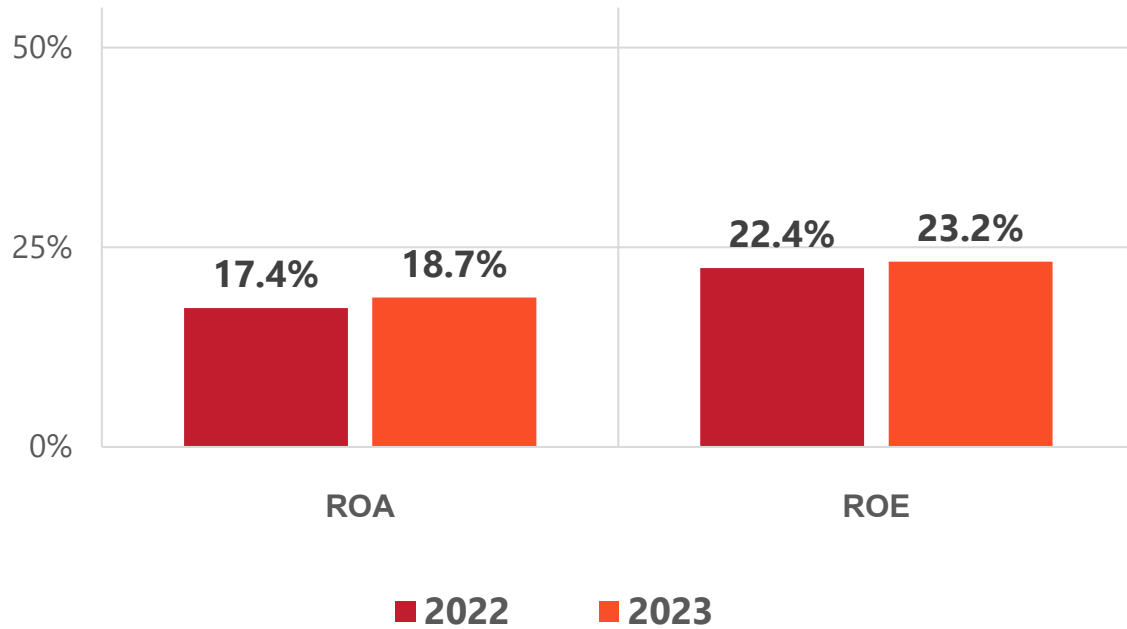
ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

ฐานะทางการเงิน

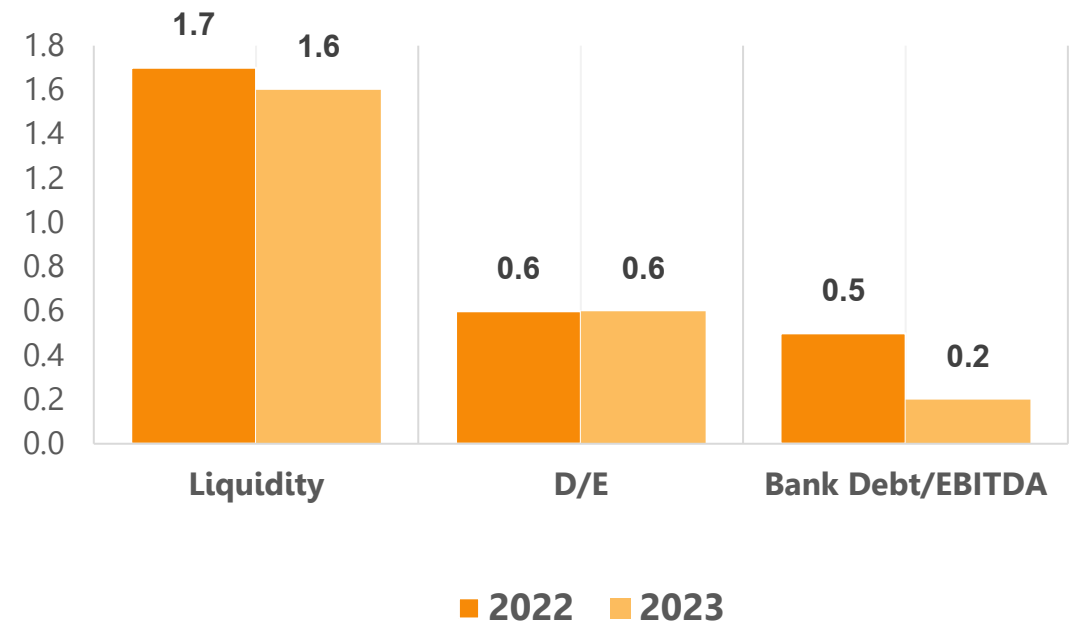
รายการ	2022	2023	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
สินทรัพย์รวม	2,289.7	2,438.1	148.5	6.5%
หนี้สินรวม	883.6	866.7	(16.9)	(1.9%)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,406.1	1,571.4	165.4	11.8%

ตัวเลขการเงินที่สำคัญ

ROA & ROE



อัตราส่วนวิเคราะห์หนี้โยบายทางการเงิน



AGENDA

NSL FOODS
The Happy Taste Creator



ผลการดำเนินงาน



ภาพรวมการดำเนินงาน



Q&A

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

OEM 7-ELEVEN

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

Nutrition
Sustainable
for Life



OEM 7-Eleven: Strategic Plan

New Category

- ✓ นำเสนอสินค้ากลุ่มใหม่ที่ยังไม่มีขายในร้าน 7-Eleven
- ✓ ทำให้เกิดเป็นกระแสสินค้าใหม่โดนทแกลงกระหรีไก่อ



แซนวิชไส้ทาโกะยากิ



New S Curve

- ✓ ต่อยอดเพิ่มรสชาติสินค้ากลุ่ม New S Curve ที่ขายเมื่อปี 23
- ✓ ให้ Variety ขยายโอกาสในการขายสินค้าทำให้เป็นสินค้าขายยาว



ช็อกโกแลต กานาซ

สตรอเบอร์รี่ กานาซ



มาการอง รสครีมชีสและ รสช็อกโกแลต

มาการอง รสเลมอนและ รสพิงค์มิลค์

7-11 International

- ✓ การปลักดัน 7-11 ไทย ไปขาย 7-11 ลาว และ 7-11 กัมพูชา ทุกเดือน เพื่อขยายตลาดใหม่
- ✓ Communication plan โดยใช้ Influencer ท้องถิ่นช่วยรวิิวสินค้าในร้าน ให้เป็นที่รู้จัก



MOU

- ✓ เซ็นคำรับรองการผลิตสินค้า (MOU) ขยายเวลาถึงเดือนธันวาคม 2031



Halal

- ✓ ปรับเพิ่มโลโก้ Halal ในสินค้า Existing เพื่อให้ตอบใจทยักกลุ่มลูกค้ามุสลิม
- ✓ พัฒนา NPD กลุ่ม Halal เพื่อขยายโอกาสในการขาย



FOOD SERVICE

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

Nutrition
Sustainable
for Life



Food Service : Strategic Plan

Expansion on processing

Year 2024 Plan

We plan to expand Foodservice section by :-

- Expanding Factory, we will be able to process more seafood and beef to support the market.



Food Service : Strategic Plan

New Items

New ranges of beef cuts are imported

Black Angus Beef : -

- Striploin GF 150 days
- Ribeye GF 150 days

Australia Wagyu Beef :-

- Short ribs MB 4+
- Brisket MB 2+
- Striploin MB 2+

Tasmania Lamb

- Standard Rack
- Frenched Rack
- Shoulder
- Leg



Food Service : Strategic Plan

Ready to Eat / Frozen Ready to Cook

We are now preparing for Factory expansion,

- Seafood processing
- Beef processing

And ready to eat items creations :-

- Pork/Beef Meat Ball
- Bolognese sauce
- Beef Stew / Beef Goulash
- Spinach Gratin / Mac&Cheese
- Japanese Curry
- Chicken Pesto sauce etc



BRANDS

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

Nutrition
Sustainable
for Life



Brands: Strategic Plan

NSL PRODUCT PORTFOLIO

GROUP	BAKERY		RTE
BRAND			
CATEGORY			
CHANNEL			

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

Brands: Strategic Plan

PANGTAI : PIE



STRATEGY :

- ขยายการรับรู้แบรนด์ ปังไท ผู้นำสินค้ากลุ่มพาย
- พัฒนาสินค้าใหม่ สำหรับ TT และ MT
- กลุ่มลูกค้า TT ขยายช่องทางจัดจำหน่าย (เพิ่มตัวแทนจำหน่าย)
- กลุ่มลูกค้า MT ปรับแผนโปรโมชันการขาย
- เพื่อกระตุ้นยอดขาย



ON SHELF

JAN

FEB

MAR

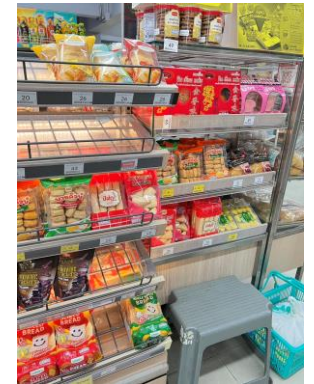
APR

MAY

JUN



Lotus's



NSL FOODS
The Happy Taste Creator

Brands: Strategic Plan

NSL SELECTION X BAKE A WISH

NSL SELECTION X BAKE A WISH

กลยุทธ์ปี 2024
 เพิ่มโอกาสทางการขายโดยการทำตลาด B2C & B2B
 ด้วยจุดแข็งของ 2 บริษัท NSL & NSL-BAW
 RETAIL MARKET & HORECA MARKET

RETAIL MARKET:

- CHILL BAKERY**
- ความพร้อมด้านการผลิตและแบรนด์ที่แข็งแรง
 - การทำกิจกรรมทางการตลาด
 - การครีเอทีฟด้านผลิตภัณฑ์จากทาง Bake A Wish

Tactic: Awareness + Engagement to Conversion

#choucream #jerrycheesecake

เพิ่มยอดขาย >100K Share

All Stores
 Minimal Korean Cheesecake Concept

กลุ่ม Jerry Cheesecake

กลุ่ม Daisy Cake

ตู้เค้กพรีเมียม
 Level Up + NPĐ

กลุ่มเค้กปอนด์

กลุ่มเค้กแต่งหน้าสัตว์

กลุ่มเค้กพวยล์ทรงสูง

Pre Order
 Level Up + NPĐ

Concept: Festival & Celebration

Concept: Seasonal Fruit Flavor



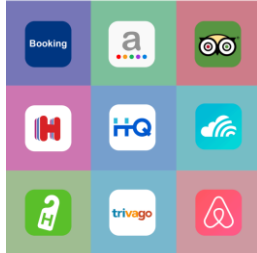
HORECA MARKET:

- เพิ่มโอกาสทางการขาย กลุ่ม HoReCa

Hotel
 Restaurant
 Catering



9 FREE APPLICATION



NSL FOODS
 The Happy Taste Creator

Brands: Strategic Plan

NSL BAKERY



STRATEGY :

- สร้างแบรนด์ NSL Bakery ภายใต้คอนเซ็ปต์เบเกอรี่ฮาลาล
- Co Brand & Developed by Bake A Wish และ เชฟบีมี
- เพิ่มพันธมิตรทางการค้าเพื่อการครอบคลุมตลาดให้มากยิ่งขึ้น



Halal Product Concept



Co-Brand
& Developed



New
22/2/2024
กลิ้งกล้วย
ช็อกโกแลต



New
21/3/2024
กลิ้งสังขยา
ใบเตย



ดู-ดี
มีมาตรฐาน



ขยายช่องทางสู่ร้านระดับรากหญ้าผ่าน ดู-ดี มีมาตรฐาน เริ่มเดือนเมษายน



คุกกี้รสดำฮ่องกง รสชาติ
Black sesame Flavour
Hong Kong Style Cookies



คุกกี้รสดำฮ่องกง กลิ่นนมเนย
Butter Milk Flavour
Hong Kong Style Cookies



ทาร์ตไส้สับปะรด
สไตล์ไต้หวัน
Taiwanese Style Pineapple Tart



ทาร์ตไส้สตรอว์เบอร์รี่
สไตล์ไต้หวัน
Taiwanese Style Strawberry Tart

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

Brands: Strategic Plan

RICE BAR BY NSL



STRATEGY :

- สร้างคำว่า ข้าวแห้ง ให้เข้าใจและอยู่ในใจ ผู้บริโภค
- สร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคด้วยการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- การขยายช่องทางโมเดิร์นเทรด และ Catering , Food Service



ข้าวแห้ง x Lion air

มีบริการบนสายการบิน
ไทยไลอ้อนแอร์เส้นทางไป
มุมไบ



ข้าวแห้ง x พันธุ์ไทย BAO CAFÉ



ข้าวแห้ง x FamilyMart Tops daily



การขายขยายจาก TOP SUPER ไปยัง
SMALL FORMAT FamilyMart

ข้าวแห้ง x Catering

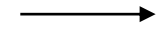


BACC (Bangkok Adventist
Chinese Church)

Catering : ขยายช่องทางสู่งาน
จัดเลี้ยง กิจกรรมต่างๆ



NSL FOODS
The Happy Taste Creator



BAKE A WISH 2024 YEAR PLAN



BAKE A WISH: Monthly & Seasonal Collections

January

Old school Collections



March

Cheese Festival



May

Macaroon



February

Chinese new year & Love is? Valentine collections

April

Summer paradize

June

Thai tea collections



July

Chocolate Collections



September

Mint Collections

November

Festive

August

Mother's day & Collab brand

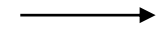


October

Vegetarian & Halloween Collections

December

NY & Christmas collections



BAKE A WISH 2024 YEAR PLAN Part : ขยายสาขา



2024 YEAR PLAN ขยายสาขา

January

Central นครสวรรค์

March

Central แจ้งวัฒนะ
Central นครปฐม

May

Big C พระราม 2
Central อุดรธานี

February

MRT สุขุมวิท

April

Central รามอินทรา

June

Central ชลบุรี

July

Siam Square one

September

Central หาดใหญ่
Central สุราษฎร์ธานี

November

โรบินสัน สุพรรณบุรี

August

Silom Complex
Silom Park

October

The Circle
ราชพฤกษ์

December

Central World



NSL INTERTRADE (2023) Co., Ltd.

NSL Intertrade (2023) Co., Ltd. have full services food export with a focus on innovation and consumer trends that has the agility and flexibility to meet customer needs. Our services include both sourcing, export and distributing products for domestic, package development as well as marketing.

TARGET FOR 2024



สร้างตัวตน
BRANDING



สร้างเครือข่าย
NETWORK



สร้างเสริมรายได้
INCOME

1. สร้างตัวตน BRANDING >> เพื่อส่งออก



Branding for NSL FOODS products and Brand for Trading products (foodstuff commodity).

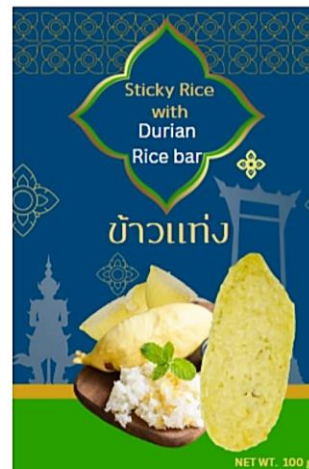


1. สร้างตัวตน BRANDING >> เพื่อส่งออก



1. สร้างตัวตน BRANDING >> เพื่อส่งออก

- THAI RICE BAR : RETORT POUCH - SHELF STABLE



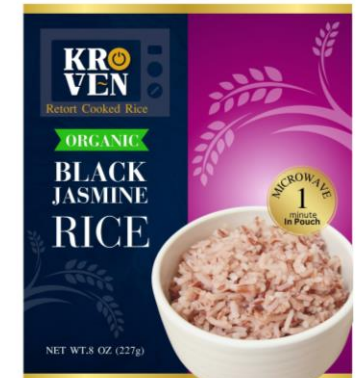
1. สร้างตัวตน BRANDING >> เพื่อส่งออก

- FROZEN THAI RICE BAR



SOURCING : OTHER PRODUCTS

- Canned Fruits
- Retort Cooked Rice
- Organic Rice



2. สร้างเครือข่าย NETWORK

Exhibitions

Food Exhibition China
/ Singapore / Korea /
Australia/ ThaiFex

Business Matching

Business Database Information

DITP , Online

Customer Visit



New Product Development (NPD)



- **FRIED RICE WITH GRAINS VEGAN RETORT CUP**
- **THAI PINEAPPLE FRIED RICE VEGAN RETORT CUP**



AGENDA

NSL FOODS
The Happy Taste Creator



ผลการดำเนินงาน



ภาพรวมการดำเนินงาน



Q&A

NSL FOODS
The Happy Taste Creator

NSL FOODS

The Happy Taste Creator



Thank You

Head Office :

55/22 Moo 3 Bangbuathong-Nonthaburi (345) Rd.,
Lampo, Bangbuathong, Nonthaburi 11110 Thailand
Tel. : +66 (0)2 525 8520-1 Fax: +66 (0)2 525 8538