ACCELERATING CONSUMER PACKAGING FOR SUSTAINABILITY



FACTSHEET Q3/2569



SCGP เป็นผู้ให้บริการด้านโซลูชันบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร ในภูมิภาค นำเสนอนวัตกรรมสินค้า และบริการที่หลากหลาย ขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม พร้อมให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่าบรรจุภัณฑ์ ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ตามกรอบแนวคิด ESG (Environmental, Social and Governance)

จุดเด่นของ SCGP

ผู้ให้บริการบรรจุภัณฑ์ แบบครบวงจรในอาเซียน

ครองความเป็นผู้นำ
ด้านบรรจุภัณฑ์
แบบครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน

พันธมิตรที่องค์กร ชั้นนำไว้วางใจ

เป็นพันธมิตรที่ได้รับ
การยอมรับจากบริษัทข้ามชาติ
และบริษัทชั้นนำในภูมิภาค

ขับเคลื่อนนวัตกรรม ด้วยการออกแบบ และวิจัย

เสริมศักยภาพด้าน
การออกแบบ การวิจัย และ
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
โซลูชันที่ตอบโจทย์
ความต้องการ

ธุรกิจบูรณาการแนวตั้ง เสริมความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน

ดำเนินธุรกิจแบบ
Vertical Integration
เพิ่มความสามารถด้านต้นทุน
ความมั่นคงในการจัดหา และ
การบริหารทรัพยากร
อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้นำธุรกิจยั่งยืน ภายใต้กรอบแนวคิด ESG และหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ขับเคลื่อนองค์กรด้วย
หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม
สังคม และบรรษัทภิบาล

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ



สายธุรกิจบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร

บรรจุภัณฑ์จากกระดาษ

บรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก

- บรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูกแบบกล่องฝาชน
- บรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก Die Cut
- บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์สีเพื่อการแสดงสินค้า

- กล่องกระดาษแข็งแบบพับได้
- บรรจุภัณฑ์กล่องของขวัญ
- ชั้นวางสินค้าแบบตั้งพื้น
- ชั้นวางสินค้าแบบเคาน์เตอร์
- สื่อโฆษณาแบบตั้งในรูปแบบใหม่

กระดาษบรรจุภัณฑ์

กระดาษบรรจุภัณฑ์

- กระดาษบรรจุภัณฑ์ลูกฟูก
- กระดาษกล่องขาวเคลือบ
- กระดาษสำหรับผลิตถุงอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์กระดาษอื่น ๆ

- กระดาษปิดแผ่นยิปซัม
- กระดาษสำหรับทำแกนและกรวยกระดาษ
- ถุงกระดาษรีไซเคิลสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค
- ถุงอุตสาหกรรม

บรรจุภัณฑ์จากวัสดุสมรรถนะสูง

บรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัว

- บรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัวสำหรับผู้บริโภค
- บรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัวสำหรับการใช้งานอุตสาหกรรม
- บรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัวชนิดพิเศษ

บรรจุภัณฑ์แบบคงรูป

- บรรจุภัณฑ์ขึ้นรูปด้วยการเป่า ฉีด และหลอดอัดรีด
- บรรจุภัณฑ์ขึ้นรูปด้วยการอัด

วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์



สายธุรกิจเยื่อและกระดาษ

บรรจุภัณฑ์อาหาร

ภาชนะบรรจุอาหาร

- บรรจุภัณฑ์อาหารเฟสท์
- บรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับธุรกิจฟาสต์ฟู้ด
- บรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับนำกลับไปบริโภค (Takeaway)

ผลิตภัณฑ์เยื่อและกระดาษ

เยื่อ

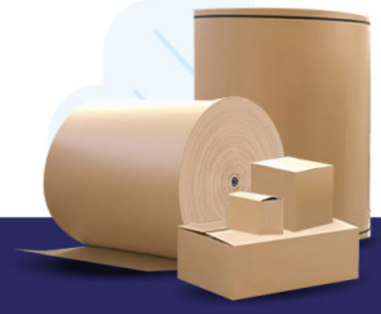
- เยื่อจากไม้ยูคาลิปตัส
- เยื่อเคมีละลายได้

ผลิตภัณฑ์กระดาษ

- กระดาษถ่ายเอกสาร
- กระดาษกราฟิก

ธุรกิจไม้ครบวงจร

- ชิ้นไม้สับ (Wood Chips) สำหรับ Biomass
- สารปรับปรุงดิน



ธุรกิจรีไซเคิลและหน่วยงานส่วนกลาง

ธุรกิจรีไซเคิลวัสดุบรรจุภัณฑ์

- วัตถุดิบกระดาษรีไซเคิล
- พลาสติกรีไซเคิล

หน่วยงานส่วนกลาง

- การลงทุนอื่น
- อบรมและสัมมนา

การให้บริการและโซลูชันบรรจุภัณฑ์

- โซลูชันสำหรับเศรษฐกิจหมุนเวียน
- โซลูชันสำหรับงานย่อย
- โซลูชันสำหรับอำนวยความสะดวก
- โซลูชันสำหรับบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ
- โซลูชันสำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- โซลูชันด้านกิจกรรมทางการตลาด
- โซลูชันสำหรับเครื่องจักรอัตโนมัติ

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

- มุ่งเน้นการเติบโตอย่างมีคุณภาพด้วยการเข้าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Merger and Partnership) และการขยายธุรกิจในปัจจุบัน (Organic Expansion)
- มุ่งมั่นพัฒนาโซลูชันบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร ผ่านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืน
- ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์และ Data Analytic เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน
- ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลักแนวคิดของ ESG (Environmental, Social and Governance)

การประกอบธุรกิจตามลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์

การดำเนินธุรกิจของ **SCGP** ครอบคลุมทั้งภูมิภาคอาเซียน และขยายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพนอกเหนือจากในภูมิภาคอาเซียน โดยบริษัทมีโรงงานผลิต 69 แห่ง ใน 14 ประเทศ การดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมหลายพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ช่วยเสริมความแข็งแกร่งของรูปแบบธุรกิจแบบครบวงจรที่ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจขั้นต้นจนถึงขั้นปลายของบริษัทพร้อมช่วยเสริมประโยชน์จากการผนึกกำลังร่วมกัน (Synergy) ระหว่างบริษัทย่อยของบริษัทและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตทั้งในภูมิภาคอาเซียน เอเชีย ยุโรป และอเมริกาเหนือ



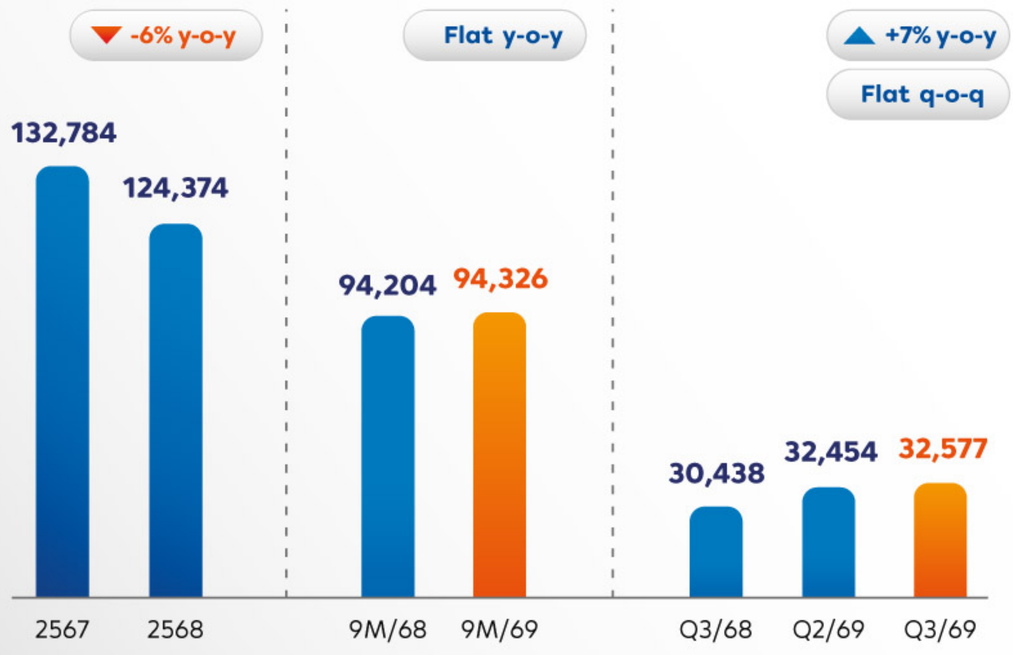


ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขาย

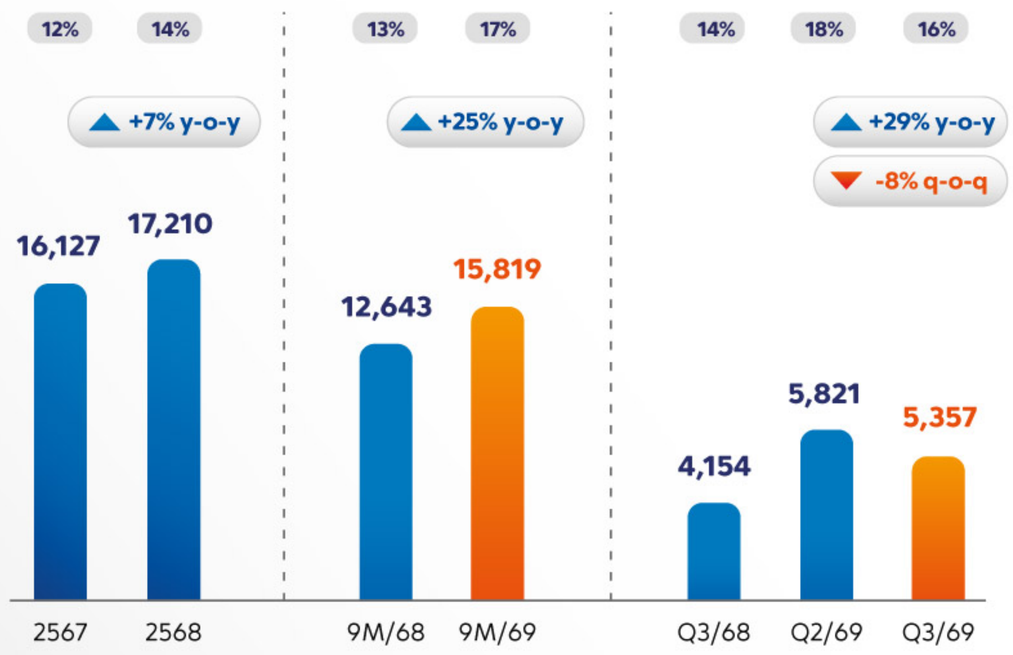


สัดส่วนรายได้จากการขายแบ่งตามประเทศลูกค้า สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดเดือนกันยายน ปี 2569



- ไทย 44%
- อินโดนีเซีย 16%
- เวียดนาม 16%
- ฟิลิปปินส์ 2%
- มาเลเซีย 1%
- ประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน 1%
- สหภาพยุโรปและสหราชอาณาจักร 6%
- ประเทศอื่น ๆ 14%

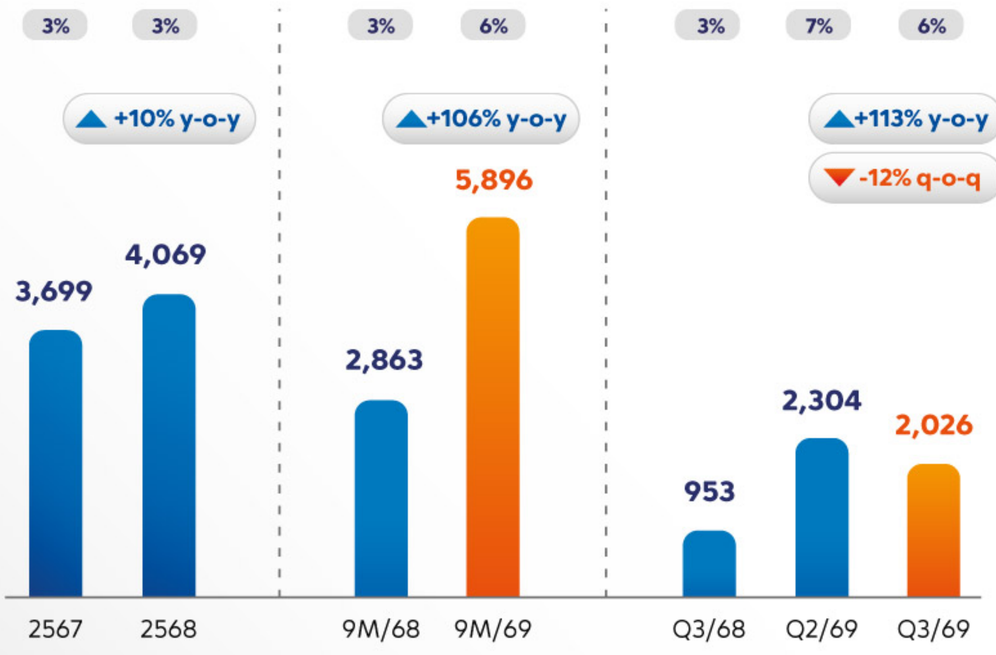
EBITDA*



อัตรา EBITDA margin (%)

หมายเหตุ
*กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย รวมเงินปันผลรับจากบริษัทร่วม

กำไรสำหรับงวด*



อัตรากำไรสุทธิ (%)

หมายเหตุ
*กำไรสำหรับงวดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท