



Q2/2026 Earnings Call (OPPDAY)

26 August 2026



AGENDA



- 1 | BUSINESS HIGHLIGHTS
- 2 | FINANCIAL PERFORMANCE
- 3 | **JUMP⁺** PLAN PROGRESS



1

BUSINESS HIGHLIGHTS



AT-ZE Liquidation Successfully Completed

Following the previously announced dissolution of AT-ZE, **the liquidation process has now been fully completed.**

PREVIOUSLY



14 February 2025

Liquidation Process



20 March 2026

- ✓ The Company accepted the transfer of the entire business from AT-ZE, its subsidiary.
- ✓ AT-ZE registered its dissolution with the Ministry of Commerce.

- ✓ AT-ZE's liquidation process was completed.



Innovation Center Expansion Successfully Completed

The Innovation Center upgrade has been completed, with **expanded laboratory capabilities supporting Beauty & Healthcare business** alongside our existing business categories.



 | FOOD APPLICATION LAB

 | COOKING STUDIO



 | FOOD SUPPLEMENT LAB

 | PERSONAL CARE LAB

 | MAKEUP LAB

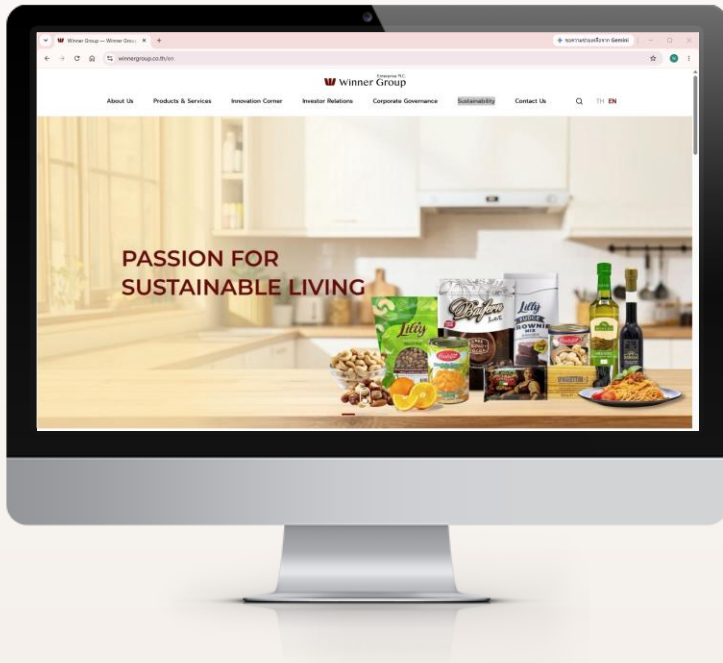
 | HERBAL LAB



Strengthening Our Corporate Communication Platforms

We **launched a redesigned corporate website and a new corporate video** to provide partners and customers with a clearer, more engaging view of our business, capabilities and 3 business pillars.

NEW CORPORATE WEBSITE



KEY HIGHLIGHTS:

| Our Products

Food, Diversified, Beauty & Healthcare

| Our Services

ODM/OEM, One-Stop Services for Food and Beauty & Healthcare.

| Innovation Corner

A Hub for Innovation, Formulation Showcases, Knowledge & Insights

| Investor Relations

| Corporate Governance

| Sustainability

NEW CORPORATE VIDEO



KEY HIGHLIGHTS:

- ✓ Showcases the 3 business pillars
- ✓ Supports communication with customers and partners
- ✓ Modernized corporate storytelling



Strong and Sustainable Dividend Performance



Dividend per Share
(6M/2026)

0.09 Baht



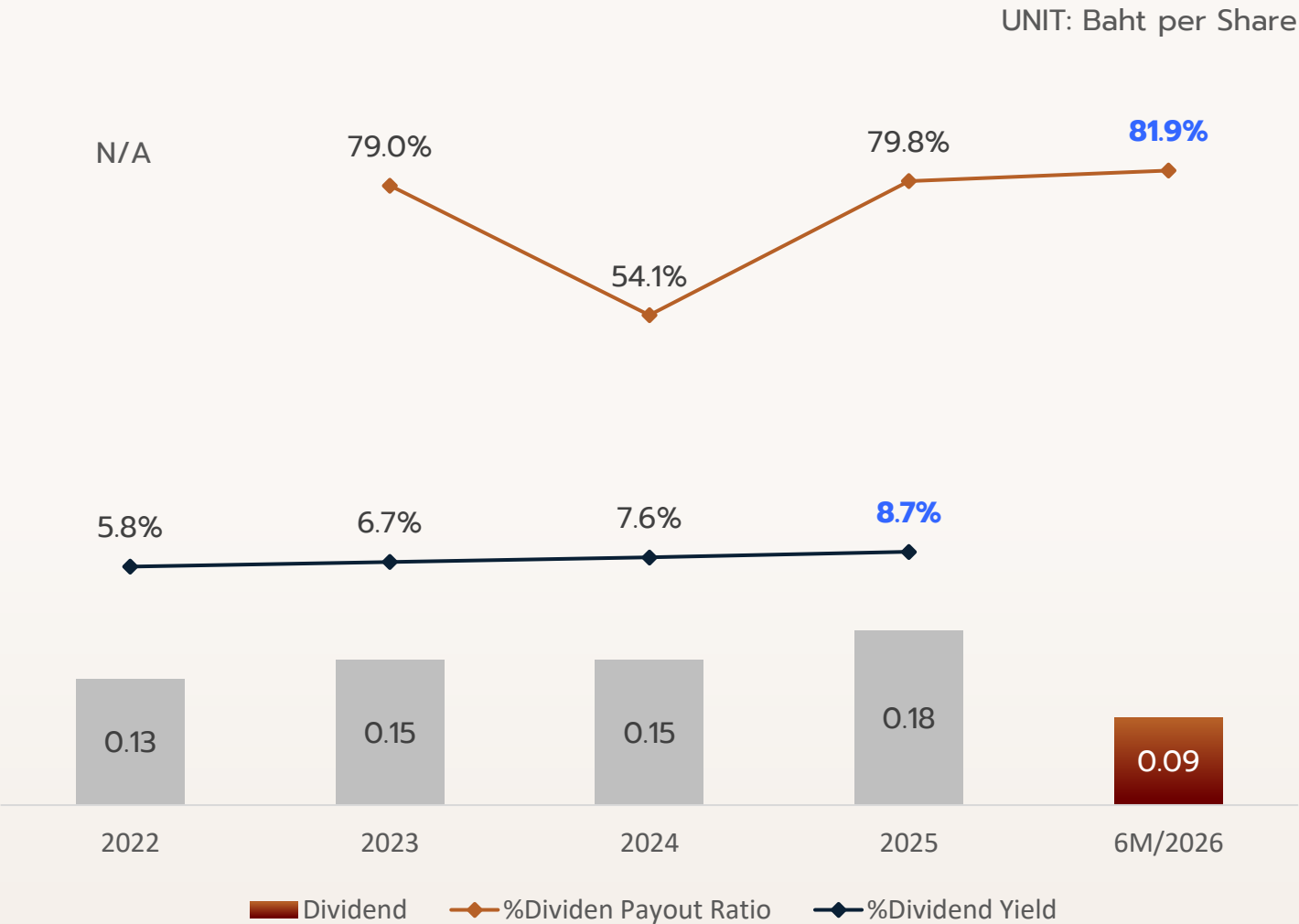
Dividend Payout Ratio
(6M/2026)

81.9%



Dividend Yield
(31/12/2025)

8.7%





New Chachoengsao Warehouse Under Development

Construction of our new warehouse is underway to **strengthen logistics capabilities and support future business growth.**



LOCATION
Khlung Udom Chonlachon, Chachoengsao.



AREA
3,500 m²

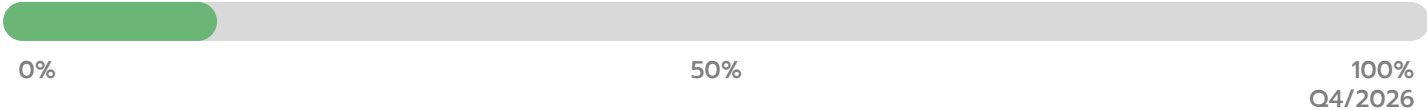


STRATEGIC PURPOSE

- ✓ Expand storage capacity
- ✓ Strengthen logistics capabilities
- ✓ Support future business expansion

OVERALL PROGRESS

15%



Beauty & Healthcare Gains Momentum on TikTok

TikTok is Accelerating
Beauty & Healthcare Growth

THB 8.5M GMV
in H1 2026

Strong social-commerce momentum
in the first half of the year.



Social
Engagement



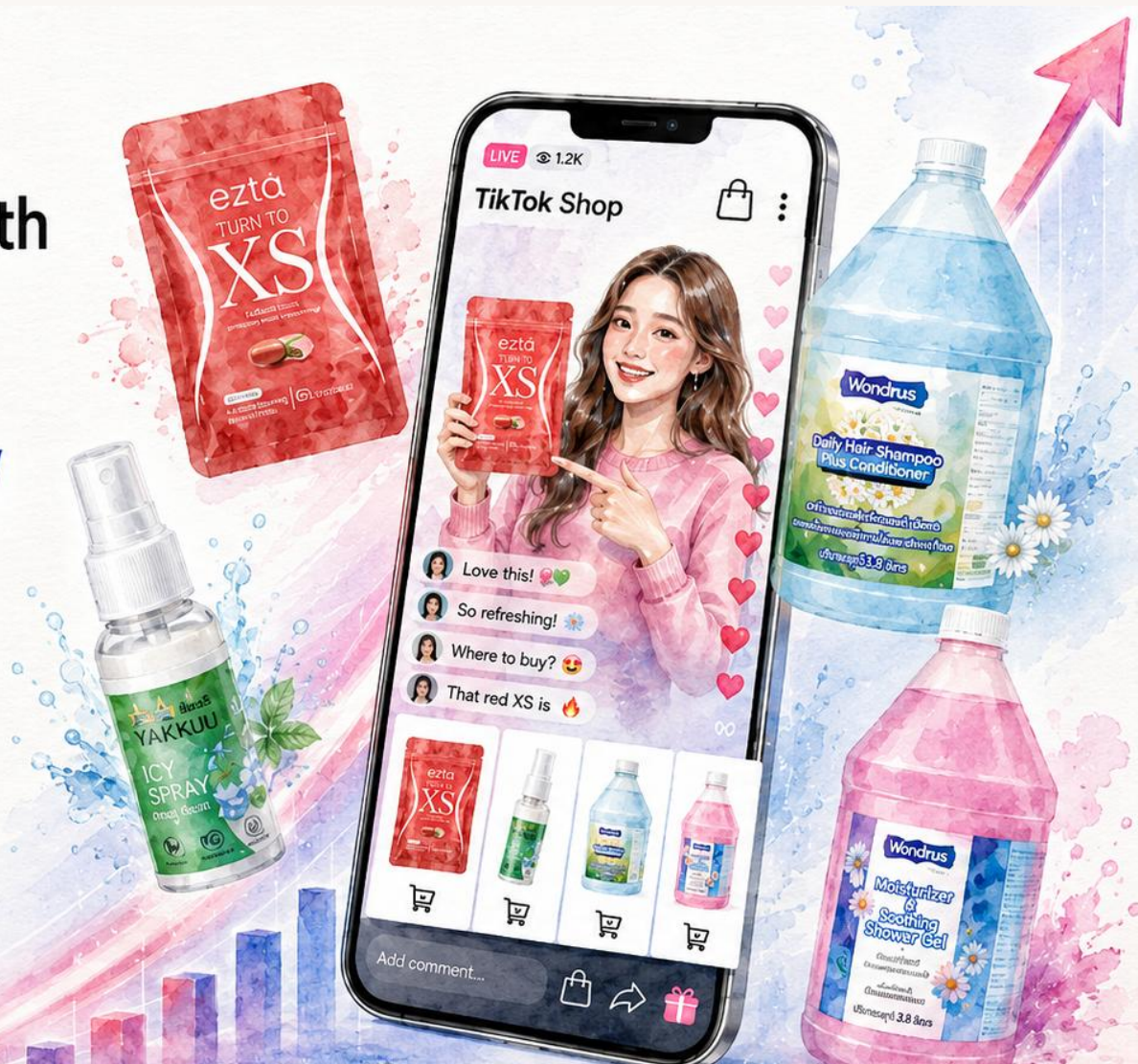
Data-Driven
Growth



Creator-Led
Commerce



Trusted
Beauty & Health





TGO Verification Achieved for Scope 1 & 2 GHG Emissions

Our Scope 1 and Scope 2 greenhouse gas emissions have been verified by Thailand Greenhouse Gas Management Organization (TGO), strengthening the foundation for systematic carbon management.



Excellent AGM Checklist Score for the 9th Consecutive Year

Achieved a perfect score of 100 in the 2026 AGM Checklist assessment



EXCELLENT RATING

Full Score: 100 Points

9th Consecutive Years (2018 - 2026)

AGM Checklist assessment is conducted by the Thai Investors Association (TIA)

2

FINANCIAL PERFORMANCE



FINANCIAL PERFORMANCE | 6M/2026



TOTAL REVENUE (6M/2026)

1,042.0 MB



SALES REVENUE (6M/2026)

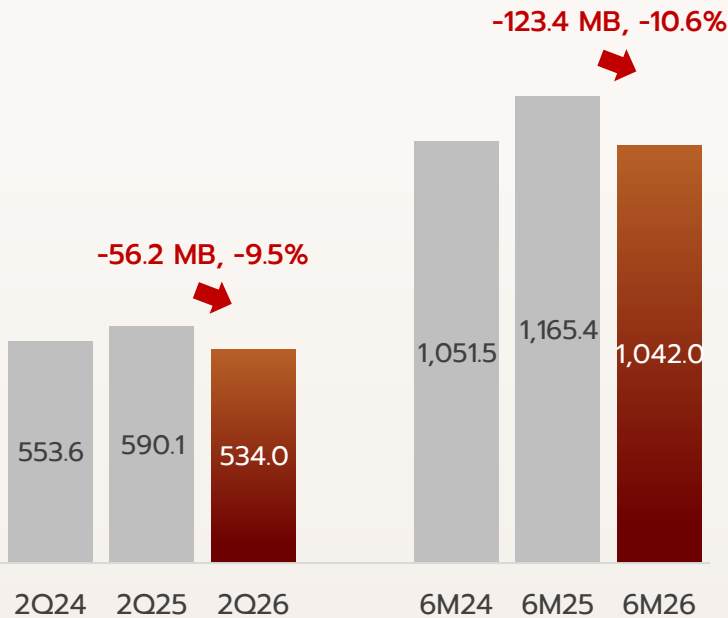
1,036.2 MB



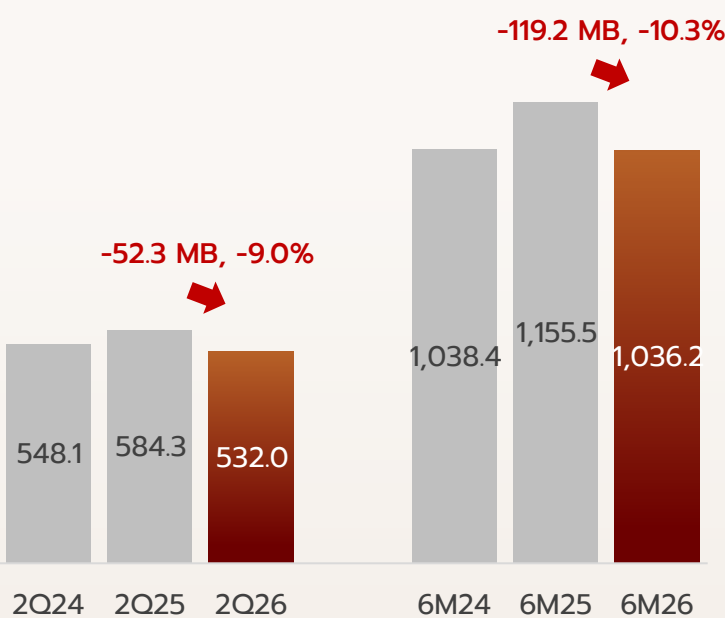
GROSS PROFIT (6M/2026)

246.7 MB

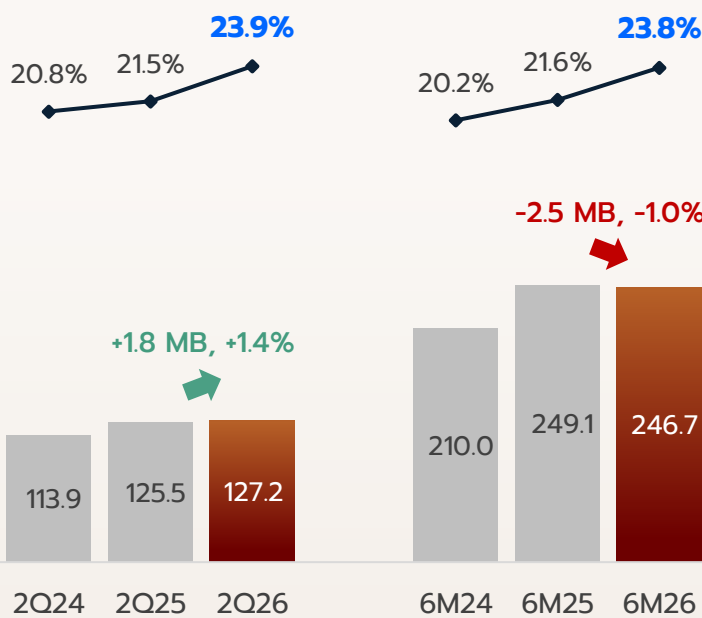
UNIT: MB



UNIT: MB



UNIT: MB



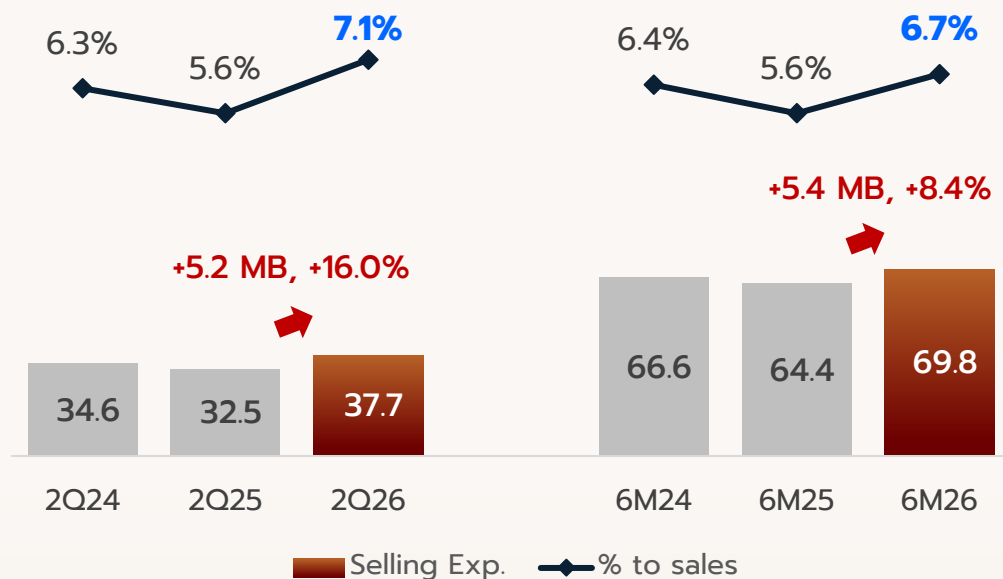
■ GP — GP Margin

FINANCIAL PERFORMANCE | 6M/2026



SELLING EXPENSES

UNIT: MB

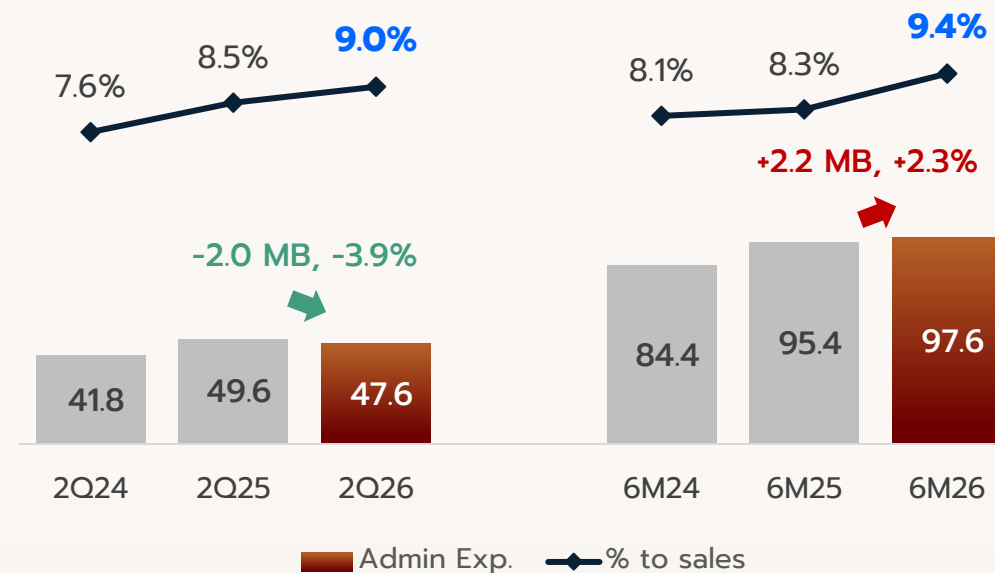


Selling expenses increased, mainly due to:

- **Employee expenses increased by 2.7 MB**, mainly due to higher salaries and wages.
- **Marketing expenses increased by 1.3 MB**, mainly due to increased advertising costs.
- **Delivery expenses increased by 0.9 MB**, driven mainly by higher fuel prices.

ADMINISTRATIVE EXPENSES

UNIT: MB



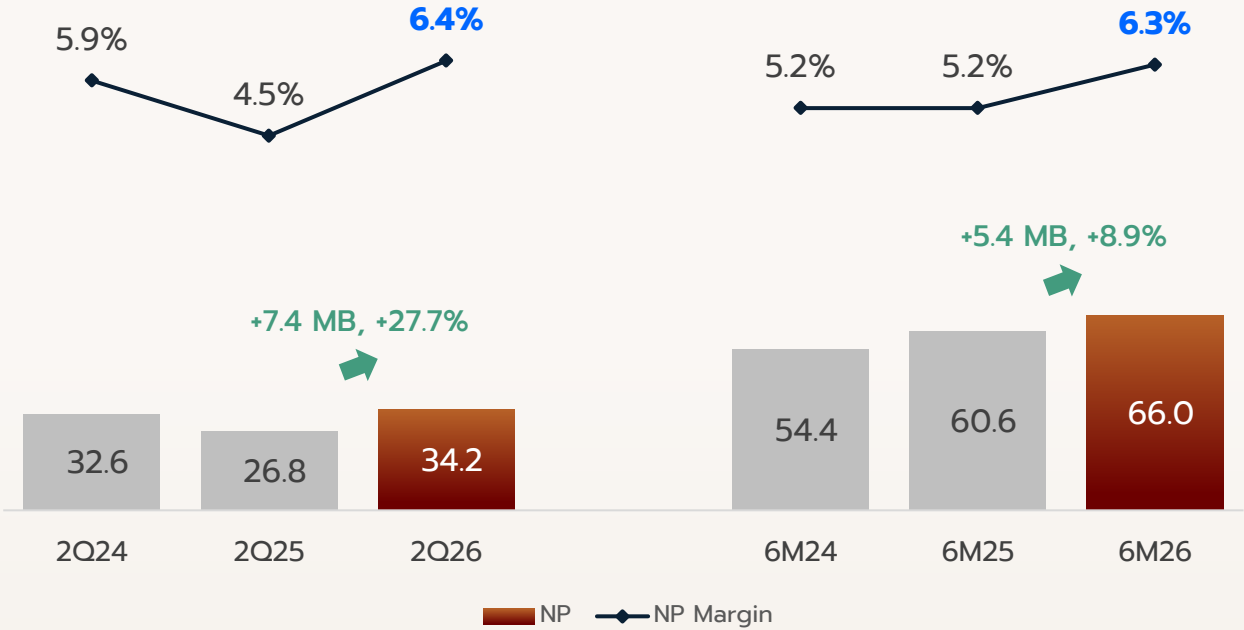
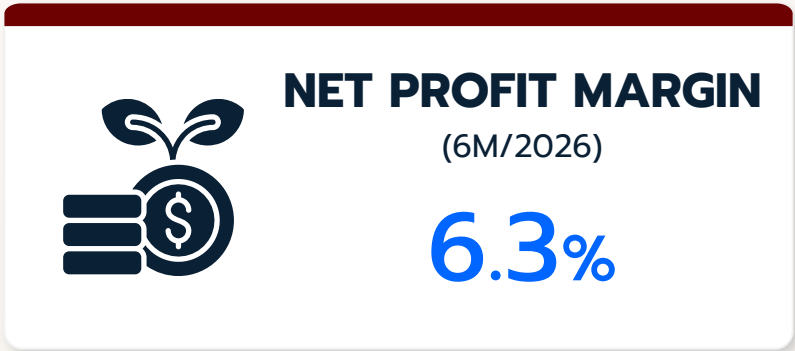
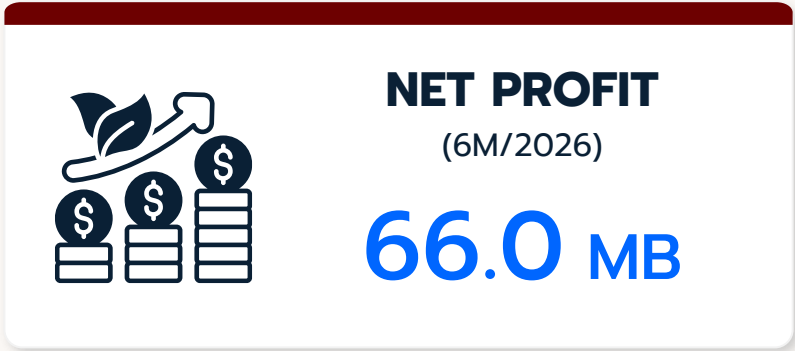
Administrative expenses decreased, mainly due to:

- **Employee expenses increased by 4.7 MB**, mainly due to higher salary expenses and increased expenses associated with the Company's annual seminar activities.
- However, **Doubtful debt expenses decreased by Baht 1.6 MB**.
- **Depreciation & Amortization expenses decreased by 0.7 MB**.

FINANCIAL PERFORMANCE | 6M/2026



UNIT: MB



FINANCIAL POSITION | as of June 30, 2026





TOTAL ASSETS

1,301.9 MB

+10.1 MB, +0.8%



TOTAL LIABILITIES

584.7 MB

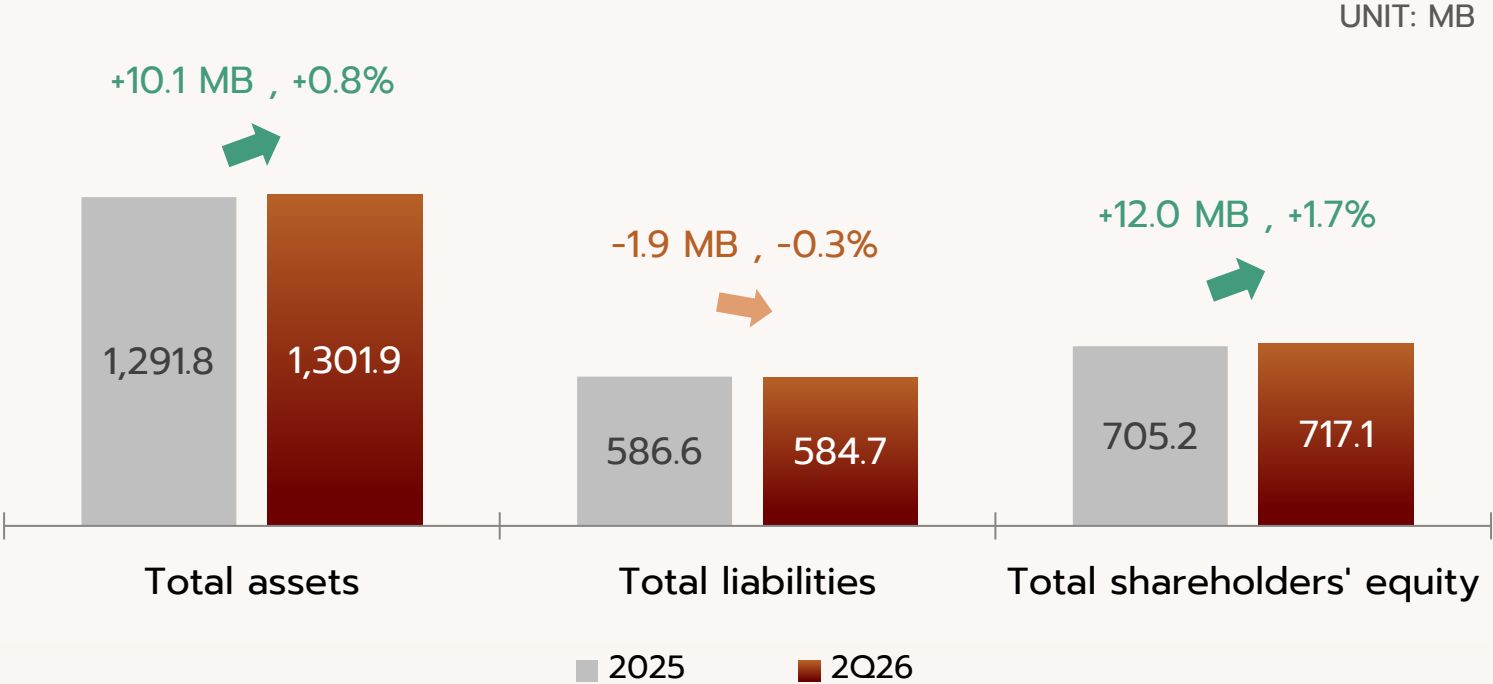
-1.9 MB, -0.3%



TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY

717.1 MB

+12.0 MB, +1.7%



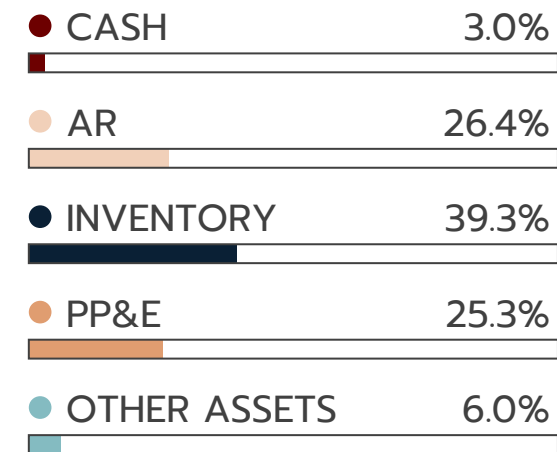
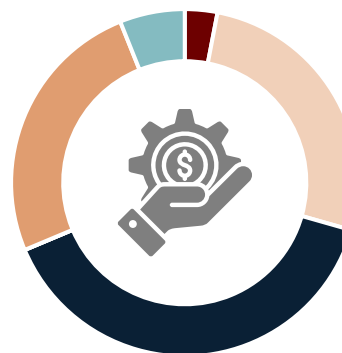
Key Financial Ratios	2025	2026	+ / (-)
Current Ratio	1.5	1.7	0.2
D/E	1.0	0.8	(0.2)

FINANCIAL POSITION | as of June 30, 2026

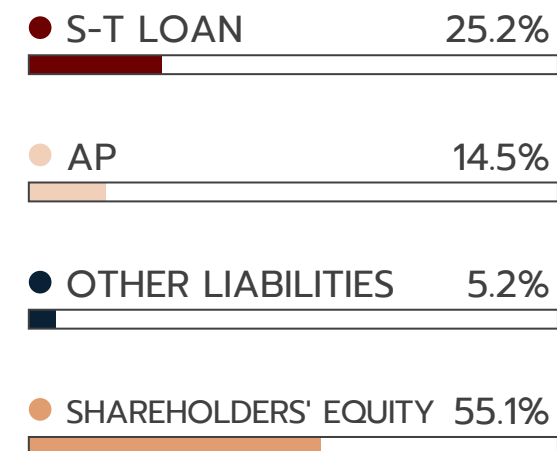
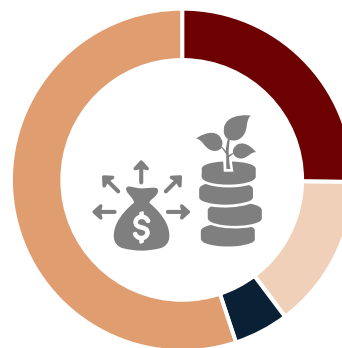


(Unit : MB)	2025	2Q26	+ / (-)	
			Amount	%
Total current assets	879.9	895.6	15.8	1.8
Total non-current assets	411.9	406.2	(5.7)	(1.4)
Total assets	1,291.8	1,301.9	10.1	0.8
Total current liabilities	540.4	532.5	(7.9)	(1.5)
Total non-current liabilities	46.2	52.3	6.0	13.0
Total liabilities	586.6	584.7	(1.9)	(0.3)
Total shareholders' equity	705.2	717.1	12.0	1.7
Total liabilities and equity	1,291.8	1,301.9	10.1	0.8

ASSET COMPOSITION



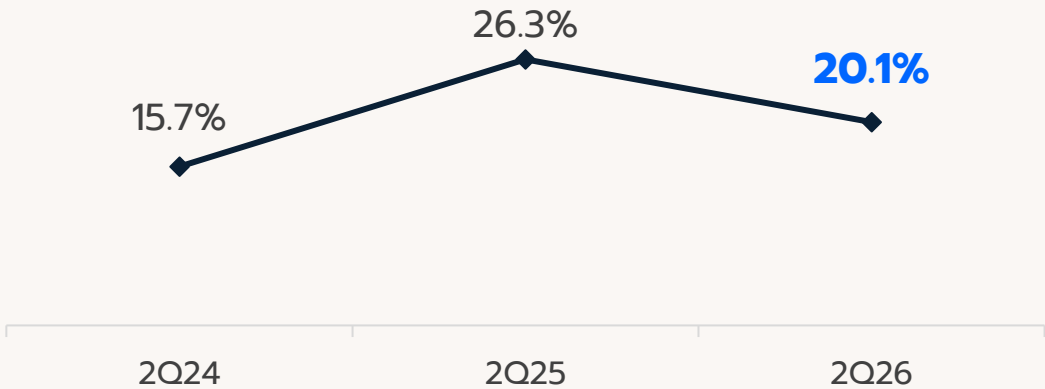
LIABILITIES AND EQUITY COMPOSITION



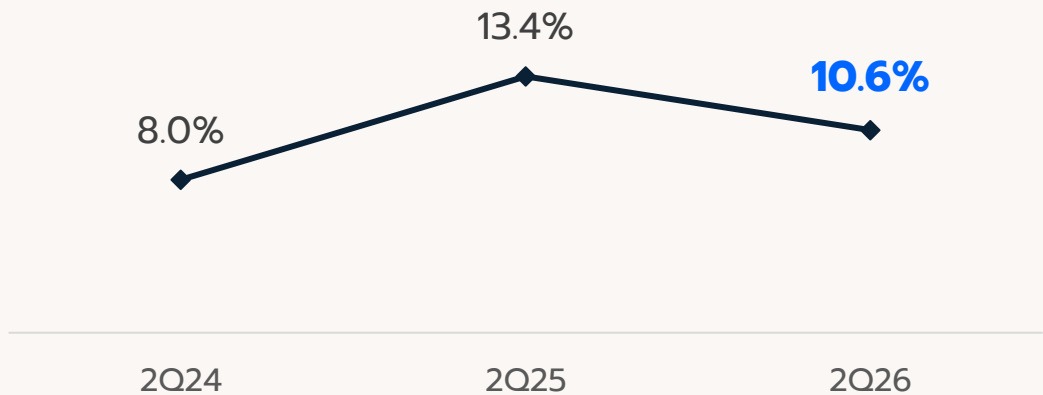
FINANCIAL RATIO | 6M/2026



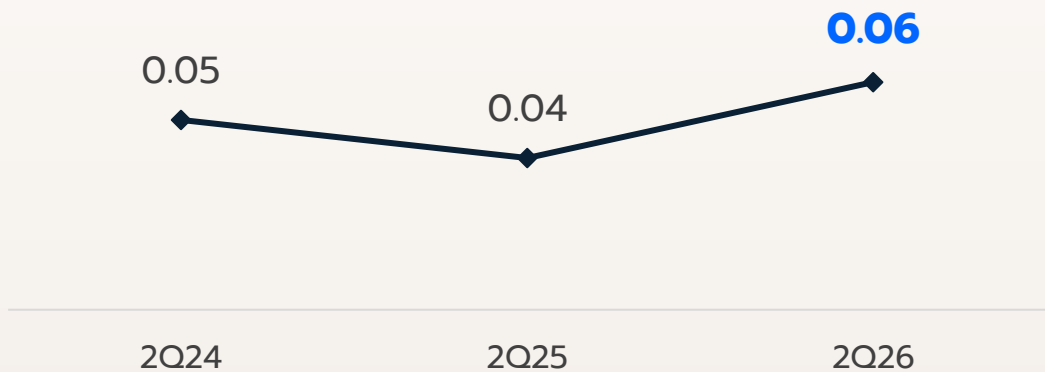
ROE (%)



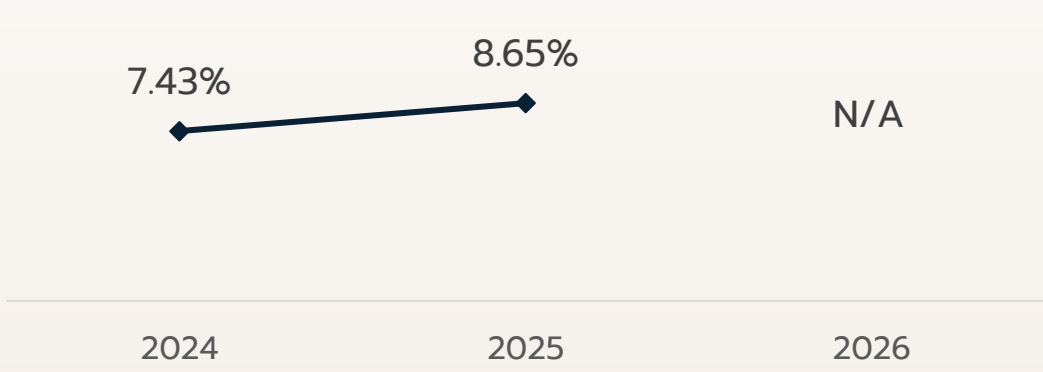
ROA (%)



EPS (Baht)



Dividend Yield (%)



3

JUMP+ PLAN PROGRESS



SALES REVENUE



SALES REVENUE - 1H2026



1,036 MB

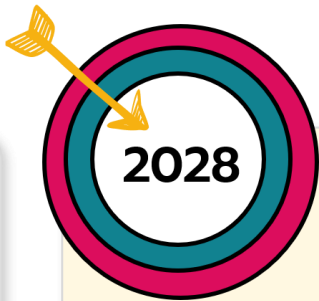
-119 MB, -10.3%

% ACHIEVEMENT



40.2%

1,036 MB from 2,580 MB



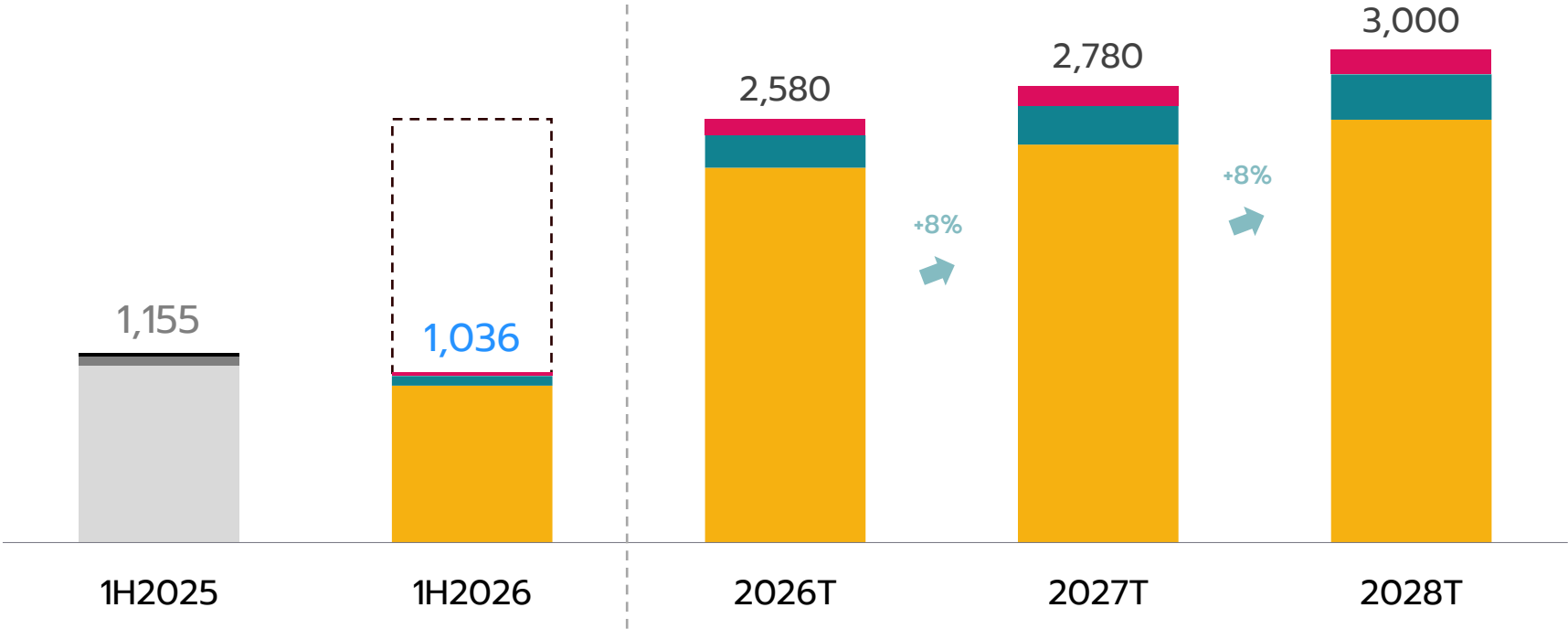
TARGET

3,000 MB

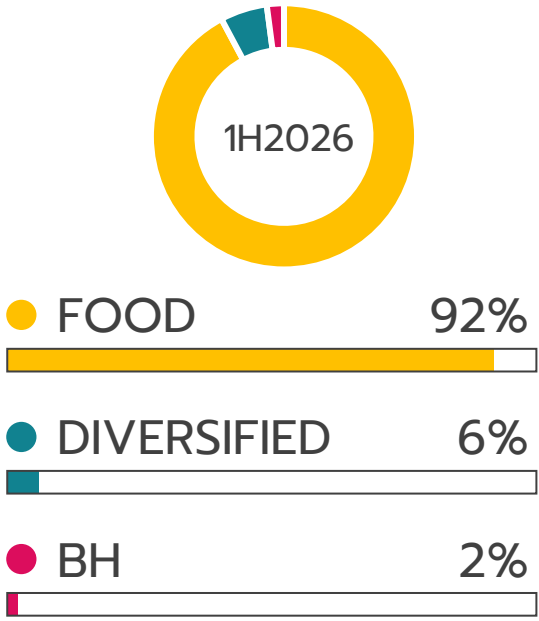
UNIT: MB

ACTUAL

TARGET



SALES PROPORTION



RISE STRATEGY: We "RISE" Higher. We Win Together.

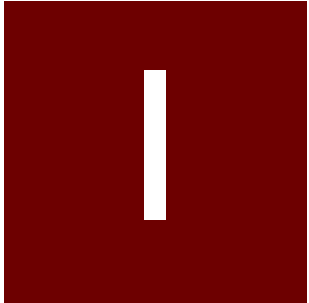
BUSINESS



R

REACH

*Market expansion
and customer growth*



I

INNOVATION

*Research, innovation,
and NPD*



S

STREAMLINE

*Enhance performance
and efficiency*

GROWTH

PROFITABILITY &
EFFICIENCY

GOVERNANCE



E

EXCELLENCE

*Quality, compliance,
and internal culture*

GOVERNANCE

REACH: การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า



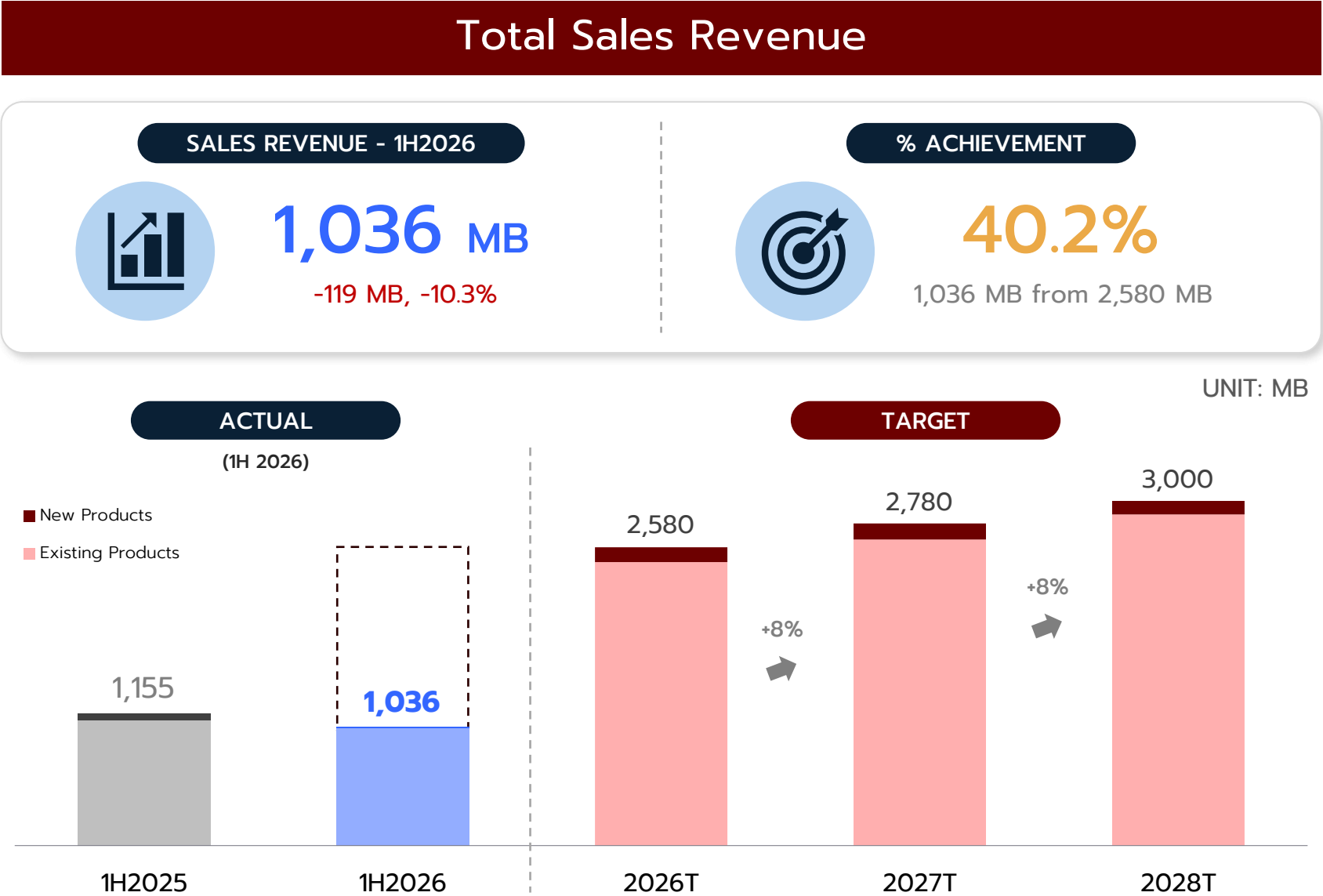
R

REACH

การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า

— GROWTH PILLAR —

มุ่งขยายตลาดให้มีความ Accessible มากขึ้น ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และช่องทางการขาย พร้อมเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ และเสริมสร้าง Brand image โดยใช้กลยุทธ์ ดิจิทัลและช่องทางออนไลน์



REACH: การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า



1



Core Food Market Strengthening

สร้างการเติบโตของธุรกิจอาหารผ่าน Market Penetration, Customer Relationship Management และสร้าง Brand Image ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

STATUS



ตามแผน

% SALES GROWTH (FOOD)

ACTUAL
(1H 2026)

VS

TARGET
(2026)



-11.5%



7%

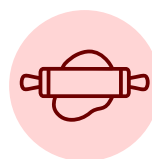
- Lower commodity prices compared with the same period last year.
- Softer demand from Snack & Confectionery and Beverage & Dairy manufacturing customers.
- More cautious purchasing behavior during 1H2026.

KEY ACTIVITIES IN 1H2026



Participation in THAIFEX

Increased brand visibility, presented new product innovations, and attracted new customers.



Marketing Activities

Enhanced product awareness and application knowledge through Roadshows, Demos & Workshops, with a focus on Corporate Brand products.



Customer Solutions & Co-Creation

Delivered tailored solutions through customer collaboration and product co-development.

CORE FOOD MARKET STRENGTHENING



26-30 MAY 2026

IMPACT MUANG THONG THANI,
BANGKOK, THAILAND



menu
PANANG CURRY PASTA WITH FRIED CHICKEN

Ingredients

- แป้งพาสต้า
- น้ำมันพืช
- พริกไทยดำ
- พริกไทยขาว
- น้ำมันมะพร้าว
- น้ำมันหมู
- MSG

ส่วนผสม

- แป้งพาสต้า
- น้ำมันพืช
- พริกไทยดำ
- พริกไทยขาว
- น้ำมันมะพร้าว
- น้ำมันหมู
- MSG

วัตถุดิบ

- แป้งพาสต้า
- น้ำมันพืช
- พริกไทยดำ
- พริกไทยขาว
- น้ำมันมะพร้าว
- น้ำมันหมู
- MSG

menu
WAFFLE

Ingredients

- แป้งวaffle
- น้ำมันพืช
- ไข่ไก่ (5 ฟอง)
- Gran Delice Pistachio

ส่วนผสม

- แป้งวaffle
- น้ำมันพืช
- ไข่ไก่ (5 ฟอง)
- Gran Delice Pistachio

วัตถุดิบ

- แป้งวaffle
- น้ำมันพืช
- ไข่ไก่ (5 ฟอง)
- Gran Delice Pistachio

CORE FOOD MARKET STRENGTHENING



Seminar
with supplier



Roadshow



Seminar
LILLY x BAKEWALL



Demonstration



CORE FOOD MARKET STRENGTHENING



Food Focus Thailand
Roadmap 2026: Bakery &
Pastry Edition

19 March 2026
@ Jupiter Room,
Challenger Hall,
IMPACT



Advertising in
Food Focus magazine

March 2026 | Vol.21 No.239

FOOD focus Thailand

Industry-focused magazine for Food & Beverage Professionals

FLAVO REIMAGIN

HPTP THE NEW STERILIZ

ALTERN A SYSTE

TATE & LYLE

INNOVATIVE SOLUTIONS FOR TEXTURE & STABILITY

NUTRAVA® Citrus Fiber:
A clean-label friendly solution with superior stability & water binding

GENU® Pectin:
A citrus-derived ingredient ideal for thickening and gelling

GENU® Carrageenan:
A nature-based, multifunctional gelling agent derived from red seaweed.

KELCOGEL® Gellan Gum:
Superior suspension and stability with minimal viscosity impact

KELTROL® Xanthan Gum:
The ultimate stabilizer for texture and consistency

SIMPLESSE® Microparticulated Whey Protein Concentrate:
A high-performance creaminess enhancer and fortification solution

Applications:

- Beverages
- Bakery
- Confectionery (Jellies & Gummies)
- Dairy Products
- Fruit fillings & Spreads
- Meat & Seafood
- Plant-Based Products
- Soups, Sauces & Dressings

Enhancing Sustainable Growth & Quality Living

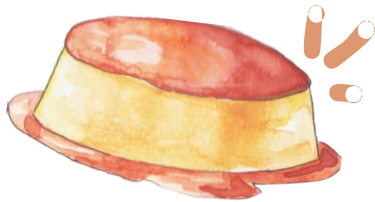
Winner Group
Enterprise PLC.

Contact us for samples and technical consultation

Head Office Address: 43 Thai CC Tower
21st Floor, 234-239 Room, South Sathorn
Road, Yannawa, Sathorn, Bangkok 10120

Tel: 0-2675-6525
Email: winner@winnergroup.co.th
Website: www.winnergroup.co.th

CORE FOOD MARKET STRENGTHENING



REACH: การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า



2



Beauty Brand & Channel Expansion

เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ OEM และพัฒนาแบรนด์ของบริษัท (Owned Brand) ในตลาด E-Commerce และ CVS

STATUS

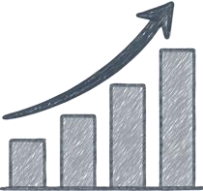


ตามแผน

% SALES GROWTH (BH)

ACTUAL

(1H 2026)



24.5%

VS

TARGET

(2026)



68%

- OEM/ODM: Increased sales from key accounts, particularly in personal care and makeup categories.
- OWN BRAND: Strong sales growth driven by EZTA, WONDRUS, and RESSENCE through online platform (TikTok, Shopee).

KEY ACTIVITIES IN 1H2026



Participation in Cosmoprof

Enhanced brand visibility and expanded opportunities to acquire new customers and explore new market opportunities.



EZTA Rebranding & Presenter Launch

Strengthened brand positioning and increased consumer awareness through a refreshed brand identity and new presenter.



Social Media & Influencer Marketing

Boosted brand engagement and broadened consumer reach through celebrities, influencers, and KOLs.



Online Sales Acceleration

Drove online sales through e-commerce and affiliate marketing, with TikTok as a key growth platform.

28

BEAUTY BRAND & CHANNEL EXPANSION



COSMOPROF CBE
ASEAN BANGKOK



BEAUTY BRAND & CHANNEL EXPANSION



ezta
TURN TO XS
X
Thanwa Souliyachack

“ Confidence Revolution ”
ปฏิวัติความมั่นใจ

NEW LOGO
โฉมใหม่ คุณภาพไม่เปลี่ยนแปลง
TURN TO XS
โลโก้ใหม่ แต่ความจังหวังเหมือนเดิม



มั่นใจแบบไม่ต้องฝืน
ด้วย 5 ตัวช่วยดูแลรูปร่าง

- L-Carnitine L-Tartrate
ช่วยเปลี่ยนไขมันสะสม
เป็นพลังงาน
- Green Tea Extract
สนับสนุนการเผาผลาญ
ไขมัน ลดกลิ่นจุกจิก
- Mulberry Leaf
ช่วยลดการดูดซึมน้ำตาล
ลดโอกาสสะสมไขมัน
- อีก 2 สารสกัด
ช่วยเสริมประสิทธิภาพ
Pepper Extract
Apple Cider Vinegar



ezta TURN TO XS

มั่นใจ
ในเวอร์ชันใหม่
ของตัวเอง



ezta TURN TO XS

BEAUTY BRAND & CHANNEL EXPANSION



REACH: การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า



3

Diversified Portfolio Development

ขยายฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล อาหารสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ

STATUS

ตามแผน

% SALES GROWTH (DIVERSIFIED)

ACTUAL

(1H 2026)

1.3%

VS

TARGET

(2026)

147%

- Pricing pressure in the palm-based commodity market due to intense market competition.

KEY ACTIVITIES IN 1H2026

Customer Expansion

Expanded customer coverage through proactive customer visits.

Technical Value Creation

Provided technical support and product development collaboration for Personal Care and Supplement customers.

Portfolio Development

Expanded the diversified product portfolio through new product sourcing.

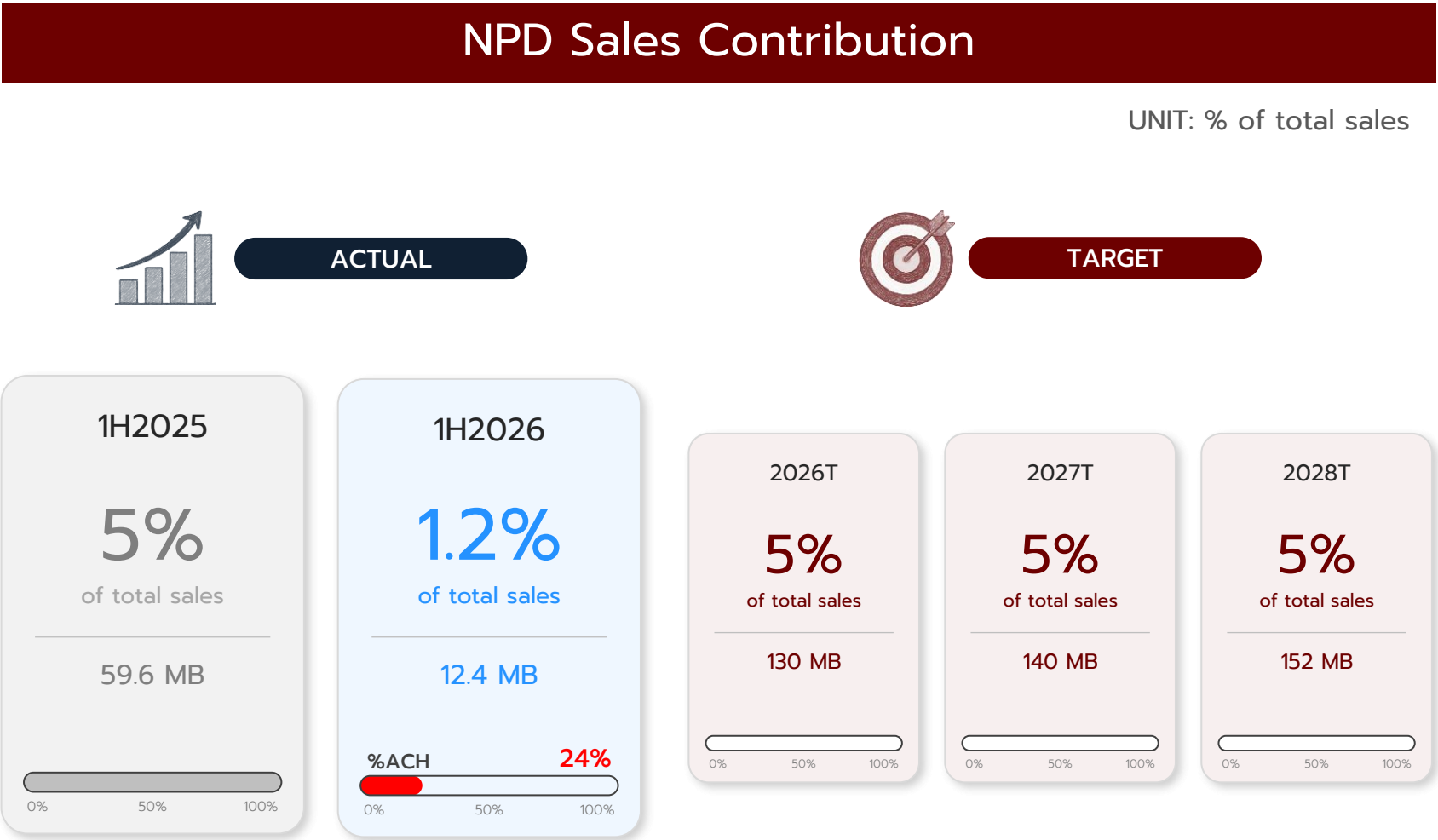
INNOVATION: สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่



INNOVATION
นวัตกรรม และ NPD

GROWTH PILLAR

ผลักดันนวัตกรรมในทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ
ผ่านการสรรหาวัตถุดิบด้วย NPD
Sourcing การพัฒนาสูตรเฉพาะ และ
Co-creation / Co-development
บนพื้นฐานของ Data-Driven Insights



INNOVATION: สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่



1



Market Insight-Driven Sourcing for Innovative Solution

สรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบรับแนวโน้มตลาด (Market Trend) และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาโครงการใหม่ร่วมกับลูกค้า และซัพพลายเออร์ ผ่านการทำ Co-Creation Project

STATUS



อาจล่าช้ากว่ากำหนด

NPD SALES (% of total sales)

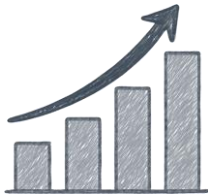
ACTUAL

(1H 2026)

VS

TARGET

(2026)



1.2%



5%

- Delayed launch of selected NPD products.
- Some co-creation projects were postponed due to softer market conditions.
- Revenue contribution from new products is expected in 2H2026.

KEY ACTIVITIES IN 1H2026



Corporate Brand NPD Launch

Launched selected NPD under Corporate Brand to strengthen the portfolio and capture new opportunities in the bakery segments.



NPD Sourcing

Sourced new products and innovations from global suppliers to capture emerging trends and opportunities in Thailand.



Co-Creation Project

Co-developed new products with customers/suppliers to create new products aligned with market trends.



OEM/ODM Solution Development

Developed new formulations and product concepts for OEM/ODM customers, aligned with their needs and market trends.

MARKET INSIGHT-DRIVEN SOURCING FOR INNOVATIVE SOLUTION

New Product Development – Corporate Brand



ผงวิปปิ้งครีม
(ชนิดหวาน / ชนิดจืด)



จุดเด่น

- เนื้อผงละเอียด
- รสหอมเข้มข้น
- ติขึ้นฟูง่าย
- เนื้อครีมเบา ฟูนุ่ม
- โฟมคงตัว

ผงครีมชีส



จุดเด่น

- รสครีมชีสเข้มข้น
- นุ่มละนุน ครีมมี่
- คงตัว ไม่แยกชั้น
- ประหยัดเวลา ลดต้นทุน

ผงคัสตาร์ด



จุดเด่น

- ใช้งานง่าย
- เนื้อเนียนนุ่ม ครีมมี่
- หอมนมและวานิลลา
- Bake Stable

MARKET INSIGHT-DRIVEN SOURCING FOR INNOVATIVE SOLUTION

New Product Development



- Baking Powder 1kg



- Raspberry fruit filling & topping



- Sliced Lotus Root (Frozen)



- Raw Split Peanut



- Donut Sugar 900g



MARKET INSIGHT-DRIVEN SOURCING FOR INNOVATIVE SOLUTION

Standard Formulation for OEM/ODM Customers



Skincare



Bubbliss
Bubble Detox Cleanser

GEL TO BUBBLE
INNOVATION

เจลเปลี่ยนเป็นฟองไมโคร
ลึกละอวด อ่อนโยน ไม่ทำให้ผิวแห้งตึง

GEL เจลครีม

BUBBLE เปลี่ยนเป็นฟองไมโคร

DETOX ดึงสิ่งสกปรกออกจากรูขุมขน

DEEP CLEANSING ล้างอย่างล้ำลึก

PORE DETOX ลดการอุดตัน

SOOTHE & CALM ปกป้องระคายเคือง

HYDRATE & BALANCE ผิวชุ่มชื้น สมดุล

POWERED BY

COLLAPEPTYL™ เทคโนโลยีเปปไทด์ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและเติมคอลลาเจน

SENSISATE BE สารสกัดเพื่อการดูแลผิวลดโอกาสการระคายเคืองและเสริมเกราะผิว

NIACINAMIDE ช่วยปรับผิวให้กระจ่างใสลดการอักเสบและช่วยฟื้นบำรุงผิว

FRESH BRIGHTENING Milk Serum

Brighten. Hydrate. Glow Naturally.

INSTANT EFFECT ผิวดูกระจ่างใสทันทีที่ทา

BRIGHTENING & HEALTHIER SKIN ผิวกระจ่างใส ดูสุขภาพดี

FOR SENSITIVE SKIN อ่อนโยน เหมาะสำหรับผิวแพ้ง่าย

OLIVE MILK สกัดธรรมชาติ

WKPEP® AHATIDE ผลิตภัณฑ์ผิวอ่อนโยน

GRAPE FRUIT EXTRACT ดึงความสกปรกออกจากผิวอย่างอ่อนโยน

NAG + 4% NIACINAMIDE ดึงสิ่งสกปรกออกจากผิว ช่วยให้ความกระจ่างใสขึ้น



Pro Q Vital Men
Beer Flavor

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมขงคัม
ช่วยบำรุงสุขภาพสำหรับเพศชาย
ช่วยเสริมสุขภาพโดยรวม
มีส่วนประกอบระบบไหลเวียนเลือด
และต้านอนุมูลอิสระ:

Active :
P40p[®] Pomegranate Extract
มีส่วนช่วยในการต้านอนุมูลอิสระและสุขภาพโดยรวม

Vitamin C + Coenzyme Q10
เป็นส่วนต้านอนุมูลอิสระที่ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน บำรุงผิวพรรณ ชะลอวัย และฟื้นฟูพลังงาน
ทีโอเอส โดยเฉพาะหัวใจ

เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน สนับสนุนระบบไหลเวียนเลือด ต้านอนุมูลอิสระชะลอวัย ฟื้นฟูพลังงานทีโอเอส

Supplement





Pet Care



Pet Shampoo

ดูแลความสะอาด อ่อนโยน ปกป้องผิว

เพื่อเพื่อนรักของคุณ

แฉะดูสะอาดไม่ทำร้ายผิวหนัง

อ่อนโยน สดชื่น ไม่ระคายเคือง

ทำความสะอาดอย่างล้ำลึก

ช่วยขจัดคราบสกปรก

ลดการระคายเคือง

ฆ่าเชื้อ ไม่ทำลายขน

เพิ่มกลิ่นหอม

ACTIVE INGREDIENTS
3 สารสกัดธรรมชาติ เพื่อผิวสุขภาพดี

KeraPlant NPNF
สารสกัดจากพืช 3 ชนิด ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและช่วยในการฟื้นตัวของผิวหนัง

Organic Chamomile Floral Water
สารสกัดจากดอกคาโมไมล์อ่อนโยน ช่วยลดการระคายเคืองและช่วยในการผ่อนคลาย

DERMA-CLERA[®]
สารสกัดจากพืช 3 ชนิด ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและช่วยในการฟื้นตัวของผิวหนัง



Pet Ear Cleanser

ทำความสะอาดหูอย่างปลอดภัย

อ่อนโยน ปกป้องหู

ช่วยขจัดคราบสกปรก

ลดการระคายเคือง

ฆ่าเชื้อ ไม่ทำลายขน

เพิ่มกลิ่นหอม

ACTIVE INGREDIENTS
3 สารสกัดจากพืช เพื่อผิวสุขภาพดี

DERMA-CLERA[®]
สารสกัดจากพืช 3 ชนิด ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและช่วยในการฟื้นตัวของผิวหนัง

Australian Tea Tree Oil
สารสกัดจากชาชาวยุโรป ช่วยในการฆ่าเชื้อและลดการอักเสบ

Salicylic Acid (Pharma Grade)
ช่วยขจัดคราบสกปรกและช่วยในการฟื้นตัวของผิวหนัง

เพราะเขา คือ ครอบครัวของเรา

STREAMLINE: ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ



S

STREAMLINE

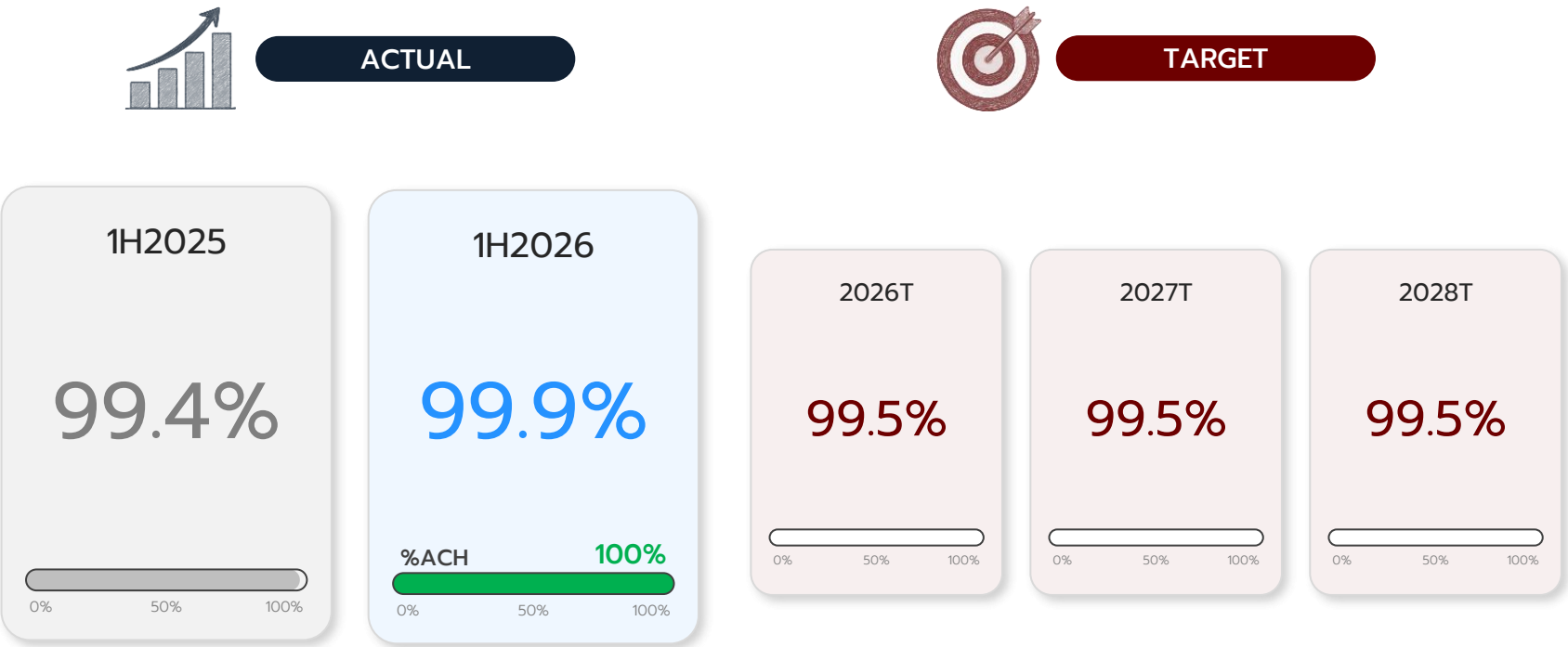
ยกระดับประสิทธิภาพและ Automation

PROFITABILITY &
EFFICIENCY PILLAR

ปรับปรุงกระบวนการ ลดความซับซ้อน
และเพิ่มความคุ้มค่าในการดำเนินงานด้วย
การทำงานแบบมาตรฐานและระบบ
อัตโนมัติ เสริมสร้างประสิทธิภาพด้วย
การบูรณาการข้อมูลและพัฒนาศักยภาพ
บุคลากร

On-Time In-Full (OTIF)

UNIT: %



STREAMLINE: ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ



1

Supply Chain Efficiency

นำระบบบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) มาใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการจัดเก็บ และปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์ให้มีความรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น

STATUS

ตามแผน

WMS Project Achievement

Actual
(1H 2026)

VS

Target

Completed

Vendor Selection

OVERALL PROGRESS

25%

0%

50%

100%

KEY ACTIVITIES IN 1H2026

Vendor Selection | Completed

จัดหาที่ปรึกษาเพื่อออกแบบโครงสร้างระบบ WMS

Project Kick-off | Completed

ประชุมเริ่มโครงการร่วมกับที่ปรึกษาและทีมงานที่เกี่ยวข้อง

Process Mapping & Requirements | In Progress

- เก็บข้อมูลรายละเอียดการทำงานของคลังสินค้า ณ ปัจจุบัน
- จัดทำข้อกำหนดและความต้องการของระบบ WMS

EXCELLENCE: มาตรฐานและวัฒนธรรมองค์กร



E

EXCELLENCE

มาตรฐานและวัฒนธรรมองค์กร

GOVERNANCE

สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความ
ซื่อสัตย์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และ
การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้ง
ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานและ
ภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่ต้องการของ
บุคลากรคุณภาพ

แผนด้านธรรมาภิบาล (Governance Plan)



G1

แผนยกระดับ
การต่อต้านการทุจริต
และคอร์รัปชัน



G2

แผนยกระดับ
การป้องกัน
การใช้ข้อมูลภายใน



G3

แผนยกระดับ
การกำกับดูแล
ความมั่นคงสารสนเทศ

G1 แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน



STRATEGIC INITIATIVES	ACTUAL (1H2026)	TARGET (2026)	STATUS
1 การทบทวน ปรับปรุง และการติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างการทบทวนและปรับปรุงนโยบาย (คาดว่าจะแล้วเสร็จ ไตรมาส 3/2569)	ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน	 ตามแผน IN PROGRESS 20% 
2 การยื่นขอการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	เตรียมประกาศเจตนารมณ์ในไตรมาส 4/2569	ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการกับทาง CAC	 ตามแผน NOT STARTED 0% 
3 การจัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)	อยู่ระหว่างการจัดทำ (คาดว่าจะแล้วเสร็จ ไตรมาส 4/2569)	จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับเรื่องการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันไว้เป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณคู่ค้า	 ตามแผน IN PROGRESS 10% 

G2 แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน



STRATEGIC INITIATIVES		ACTUAL (1H2026)	TARGET (2026)	STATUS
1	การทบทวนและปรับปรุงนโยบายการใช้ข้อมูลภายใน	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ (คาดว่าจะแล้วเสร็จ ไตรมาส 4/2569)	ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและ แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูล ภายในที่ชัดเจนและมีรายละเอียด ครบถ้วน	ตามแผน NOT STARTED0%
2	การจัดทำและประกาศรายชื่อบุคคล วงใน (Insider List)	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ (คาดว่าจะแล้วเสร็จ ไตรมาส 4/2569)	กำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การระบุ บุคคลวงใน (Insider) ทั้งแบบทั่วไป และตามรายโครงการ (Project- specific) ที่ชัดเจน	ตามแผน NOT STARTED0%

G3 แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ



STRATEGIC INITIATIVES		ACTUAL (1H2026)	TARGET (2026)	STATUS
1	การทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะกรรมการบริษัทอนุมัตินโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ชัดเจน และได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	ตามแผน COMPLETED 100%
2	การจัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี	N/A	N/A	ตามแผน NOT STARTED 0%



CONTACT US



ADDRESS

43 Thai CC Tower,
21st Floor, South Sathorn Rd,
Yannawa, Sathorn, Bangkok,
THAILAND 10120



E-MAIL

ir@winnergroup.co.th



TELEPHONE

Direct: +66 2 675 6525
Fax: +66 2 675 6533



WEBSITE

www.winnergroup.co.th

APPENDIX

COMPANY PROFILE



COMPANY NAME

Winner Group Enterprise Public Company Limited



HEAD OFFICE

43 Thai CC Tower, 21st Floor, Room 214-219, South Sathorn Rd., Yannawa, Sathorn, Bangkok 10120



REGISTERED CAPITAL

149,993,665.50 Baht comprising 599,974,662 common shares of 0.25 Baht per share



PAID-UP CAPITAL

149,993,665.50 Baht comprising 599,974,662 common shares of 0.25 Baht per share



CONTACT US

Tel: 0-2675-6525 / Fax: 0-2675-6533 / Website: www.winnergroup.co.th

WHO IS WINNER?



Importing, manufacturing, and distributing products across the food, diversified industries, and beauty & healthcare sectors. Our products are sourced from various origins worldwide and manufactured under the Company's own brands.

FOOD INDUSTRY



Food Factory



Foodservice



Direct Customers

DIVERSIFIED INDUSTRY



PSC & Cosmetic



Pharma



Supplement



Feed

BEAUTY & HEALTHCARE



OEM



Direct Customers

VISION & MISSION

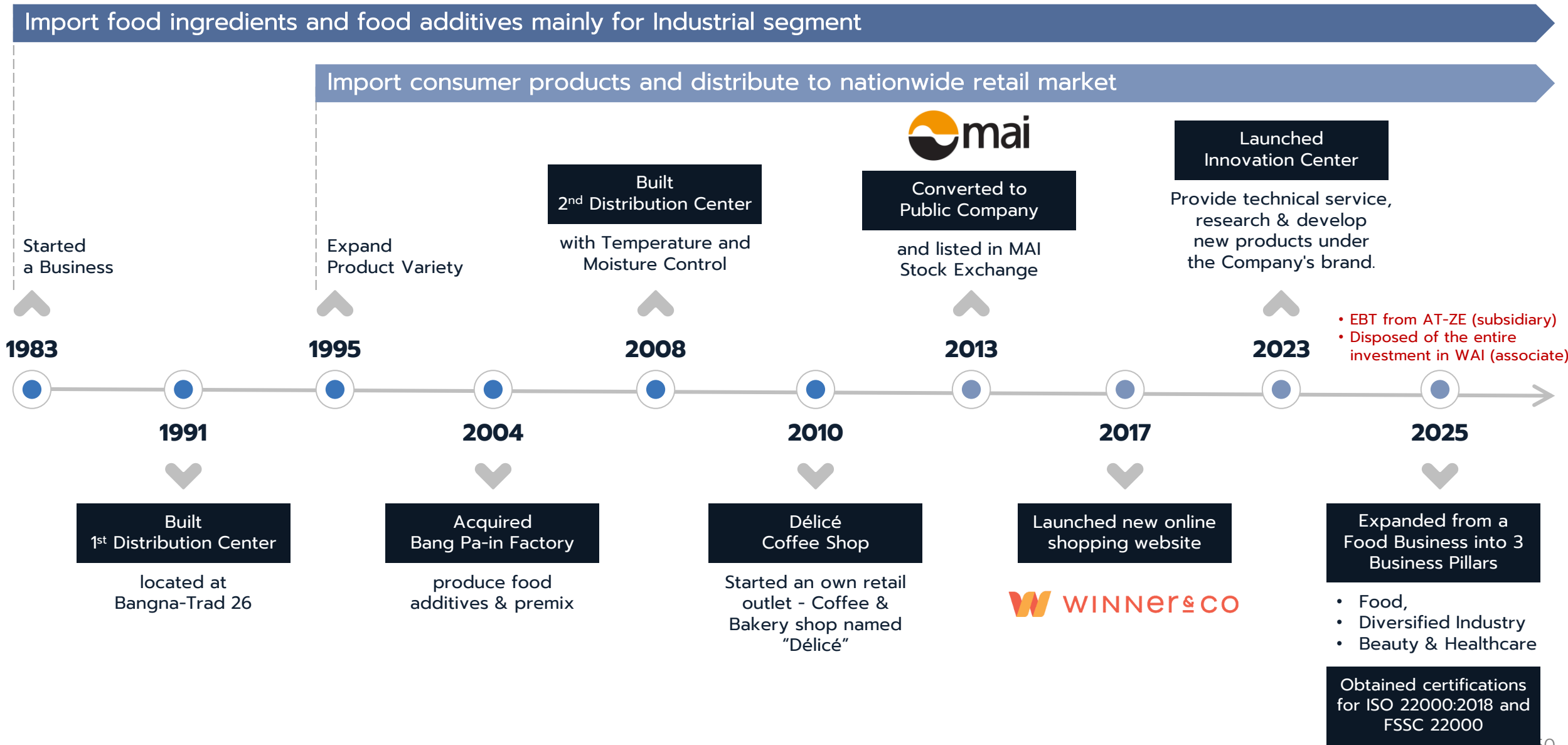


To be a trusted business partner in food, wellness, and diversified industries, driving innovation and sustainability to enhance quality of life and ensure long-term growth

Committed to providing innovative, sustainable, and high-quality products across target industries to improve the well-being and foster continuous growth of all stakeholders



KEY MILESTONES



OUR PRODUCTS



FOOD DIVERSIFIED PRODUCTS BEAUTY & HEALTHCARE



SPECIALTY PRODUCTS

xanthan gum, gellan gum,
carrageenan, pectin, fiber, CMC

- ☑ Import
- ☑ Own Brand



FOOD INGREDIENTS

starch & flour, cocoa powder,
icing & ground sugar, sweetener,
shortening & margarine, chocolate,
whipping cream, dried fruit & nuts, etc.

- ☑ Import
- ☑ Own Brand



FROZEN & CHILLED

fruits & vegetables, french fries,
eel, cheese, tart shell

- ☑ Import
- ☑ Own Brand



OUR PRODUCTS



FOOD DIVERSIFIED PRODUCTS BEAUTY & HEALTHCARE



PACKAGED FOODS

pasta, olive oil, sauce & condiments,
spices, pickles, vinegar,
preserved fruit & vegetables

- ☒ Import
- ☒ Own Brand



DIVERSIFIED PRODUCTS

fatty acid, glycerin,
soap noodle

- ☒ Import



BEAUTY & HEALTHCARE

skin care & cosmetics,
food supplements, herbal products,
household products

- ☒ Own Brand



WINNER'S BRAND



FOOD

Lilly^{lily}

- Bakery mix
- Corn starch
- Dried Fruit & Nuts

Baifern

- Cocoa Powder
- Chocolate

Castella

- Cheese
- Mushroom
- Crushed Tomatoes



- **Wheat flour** for bread

ใบเฟิร์น^{BAIFERN}

- **All purpose flour** for bakery



- **Baking Powder** for bakery products



- **Icing Sugar** used in bakery products

BAKETEX
เบคเทกซ์

- **Baking Powder** for food industry, e.g. used in batter mix

WINTEX
วินเทกซ์

- **Blended Starch**

WINGUM
วินกัม

- **Stabilizer** for drink and ice cream

BEAUTY & HEALTHCARE

DELISMA

- Skin care

A.T.Z
SKINOLOGY

- Skin care
- Makeup

Wondrus

- Personal care

ezta^{เอสต้า}

- Food Supplements

YAKKUU^{ยักขุ}

- Herbal Products

Ressence^{เรสเซนส์}

- Household Products

OUR DISTRIBUTION CHANNELS



WINNER's distribution channels are divided into 4 channels

1

FACTORIES

FOOD INDUSTRY: Sales to over 500 manufacturers in Thailand in various industries



Bakery



Batter Mix



Beverage



Canning



Condiment &
Seasoning



Snack &
Confectionary



Dairy



Meat &
Poultry



Fishery &
Seafood



Noodle

DIVERSIFIED INDUSTRY: Sales to over 200 manufacturers in Thailand in various industries



PSC &
Cosmetic



Supplement



Pharmaceutical



Animal Feed



Lubricant



Rubber



Textile
Auxiliaries



Plastic

OUR DISTRIBUTION CHANNELS



WINNER's distribution channels are divided into 4 channels

2 FOODSERVICE - HORECA

Sales to over 1,200 Food Services in Thailand



HORECA



AIRLINES



QSR



In-store bakery



Wholesales

3 BEAUTY & HEALTHCARE

OEM for skincare and cosmetic, makeup, supplementary food, herbal and household product.

OUR DISTRIBUTION CHANNELS



WINNER's distribution channels are divided into 4 channels

4 ONLINE SHOPPING

Own website and online shopping platform

