

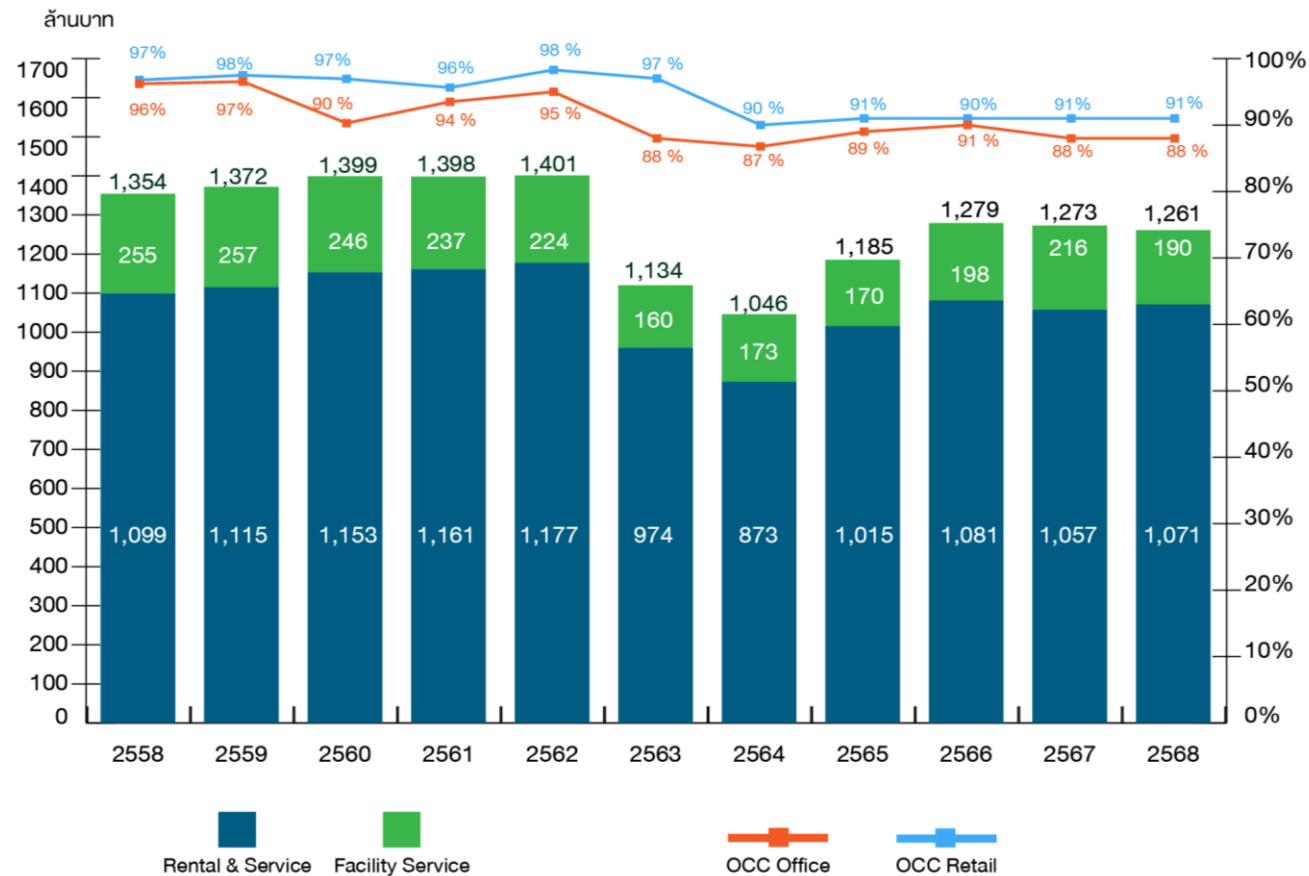
สิ่งที่ส่งมาด้วย 1

การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญ และ
แนวทางการจัดการกองทรัสต์ในอนาคต

1.1 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นใน ปี 2568

การจัดเก็บรายได้แยกตามประเภท และอัตราการครอบครองพื้นที่ ปี 2558 - ปี 2568

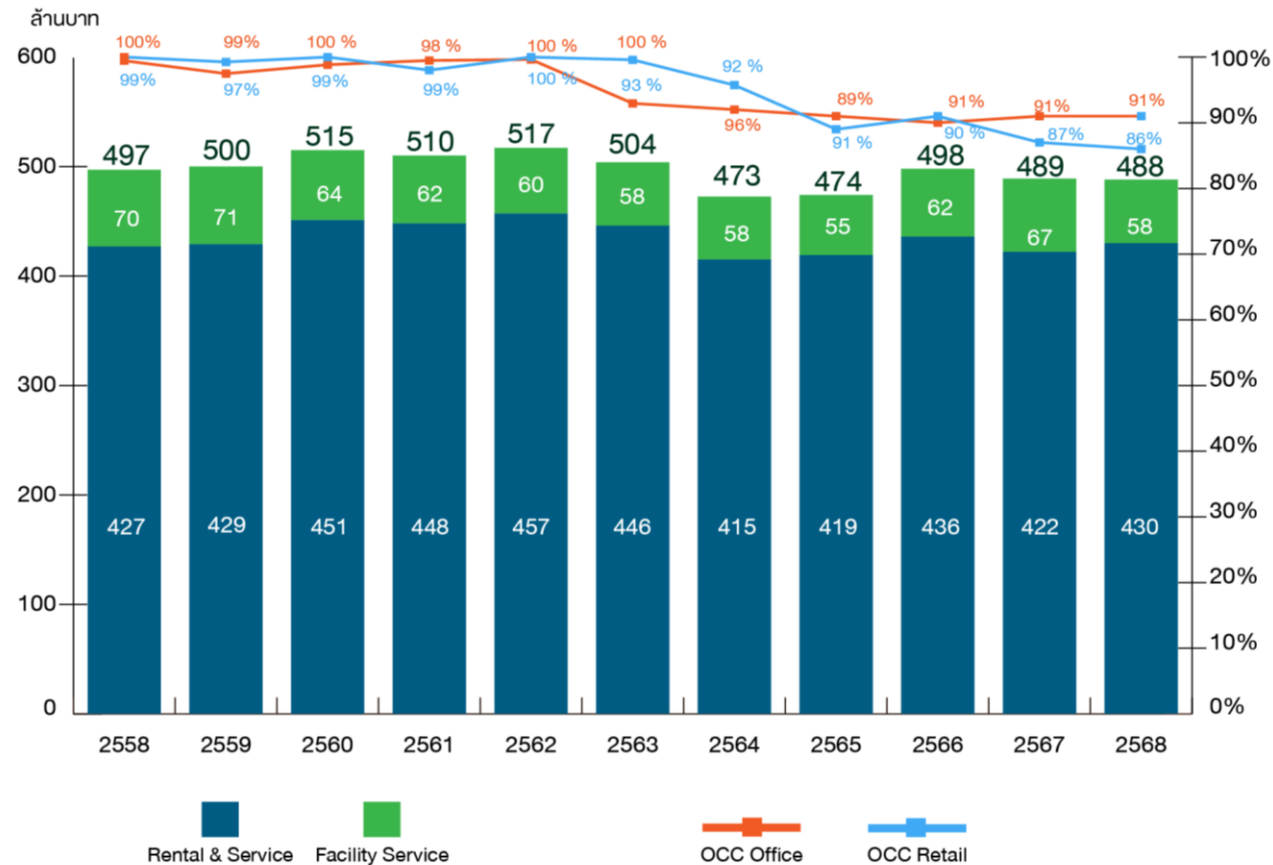
C.P.TOWER 1 , 2 , 3



1.2 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นในปี 2568

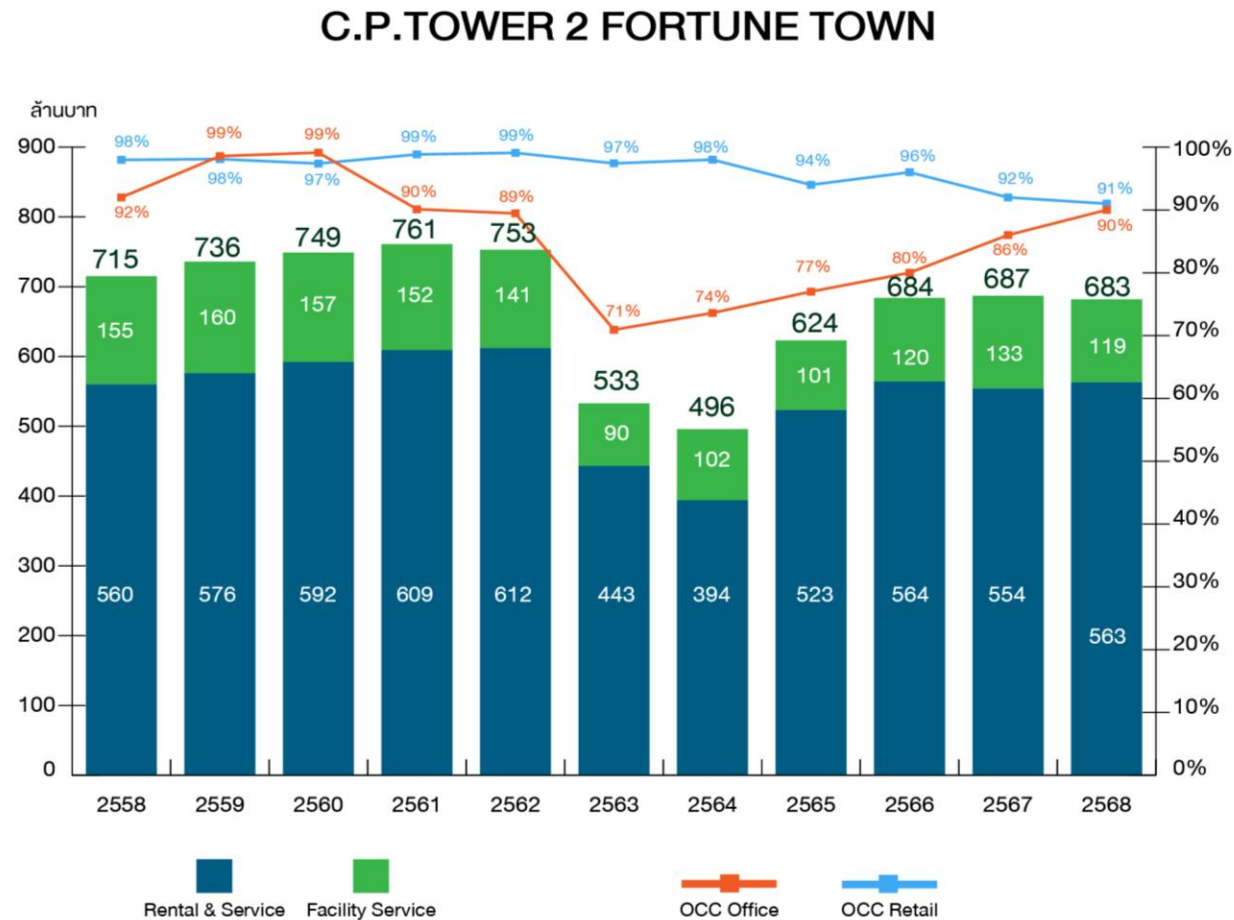
การจัดเก็บรายได้แยกตามประเภท และอัตราการครอบครองพื้นที่ ปี 2558 - ปี 2568

C.P.TOWER 1 SILOM



1.3 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นใน ปี 2568

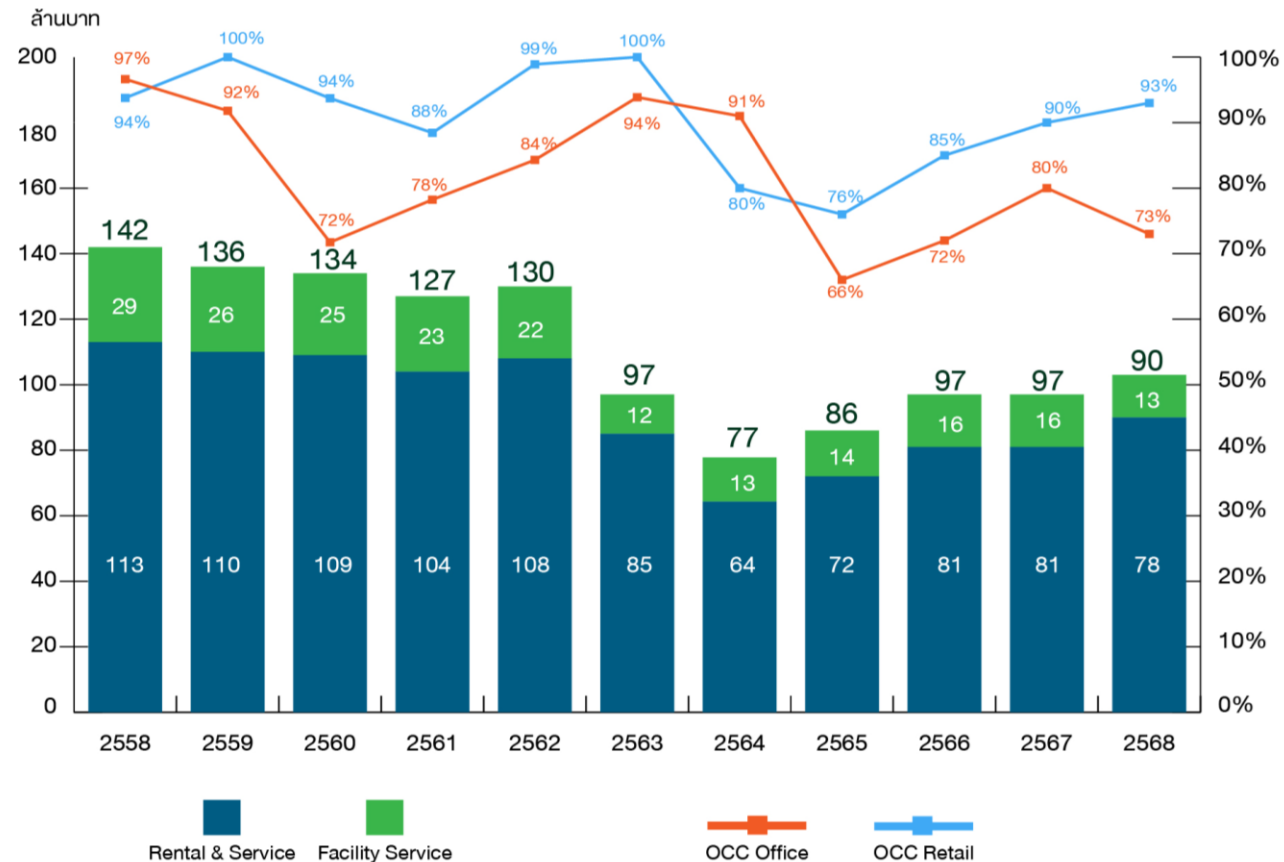
การจัดเก็บรายได้แยกตามประเภท และอัตราการครอบครองพื้นที่ ปี 2558 - ปี 2568



1.4 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นใน ปี 2568

การจัดเก็บรายได้แยกตามประเภท และอัตราการครอบครองพื้นที่ ปี 2558 - ปี 2568

C.P.TOWER 3 PHAYATHAI

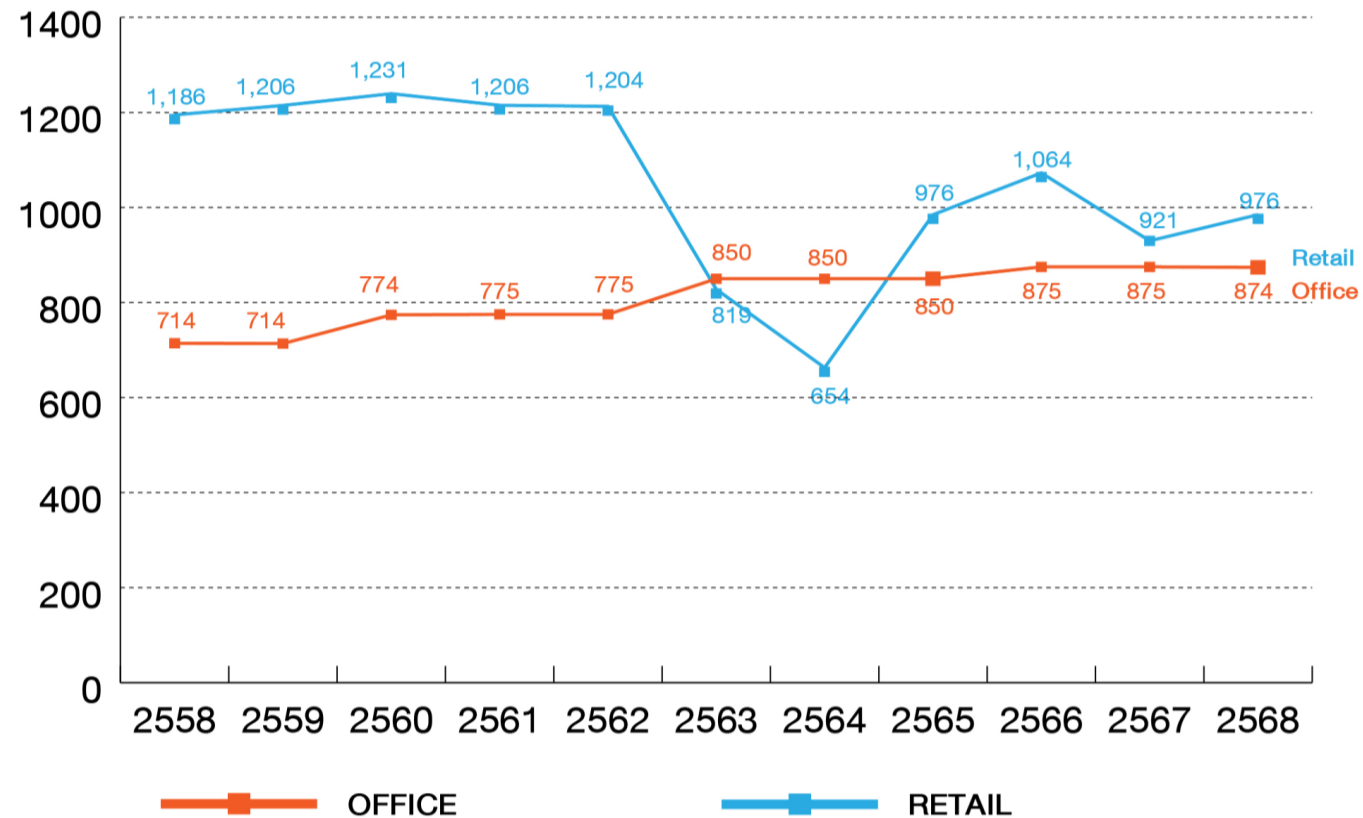


1.5 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นใน ปี 2568

เปรียบเทียบค่าเช่าเฉลี่ย ปี 2558 - ปี 2568

อาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์ 1

บาท/ตร.ม.

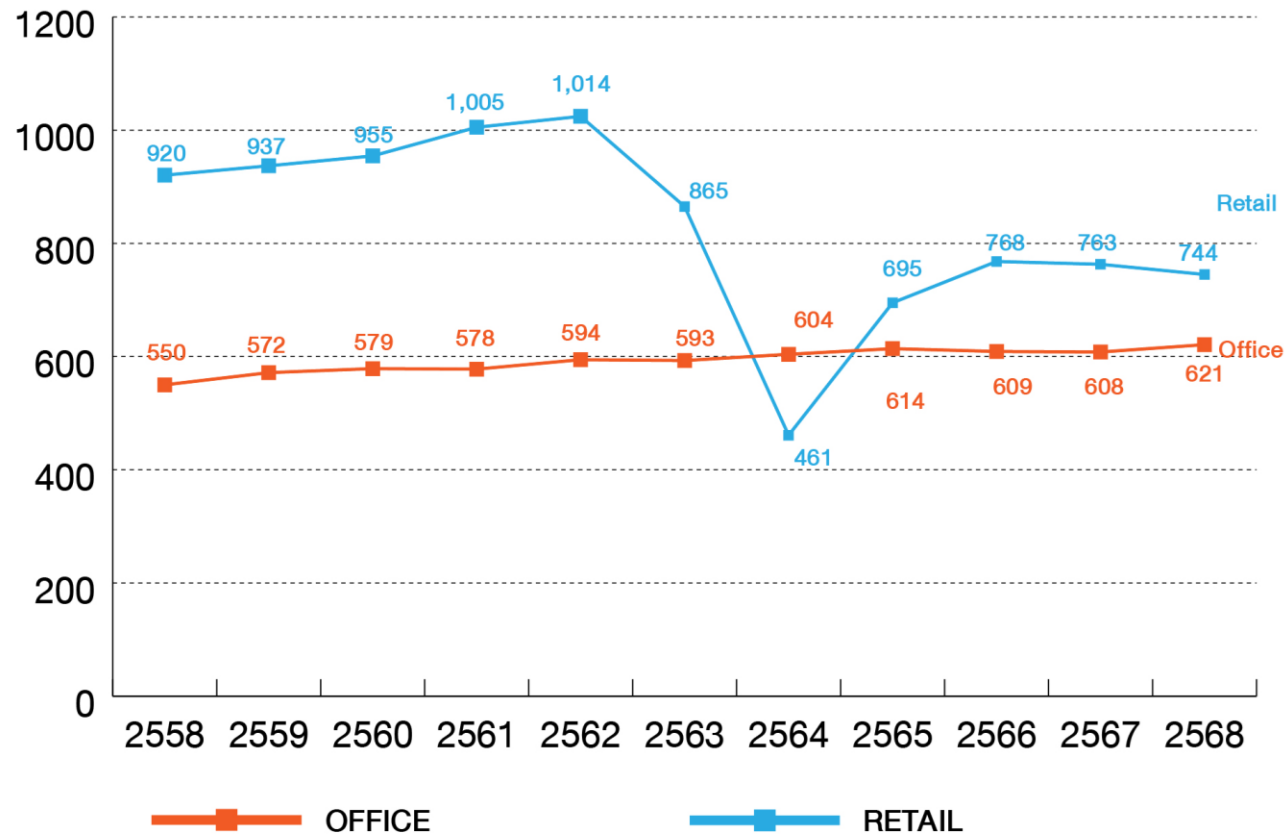


1.6 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นใน ปี 2568

เปรียบเทียบค่าเช่าเฉลี่ย ปี 2558 - ปี 2568

อาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์ 2

บาท/ตร.ม.

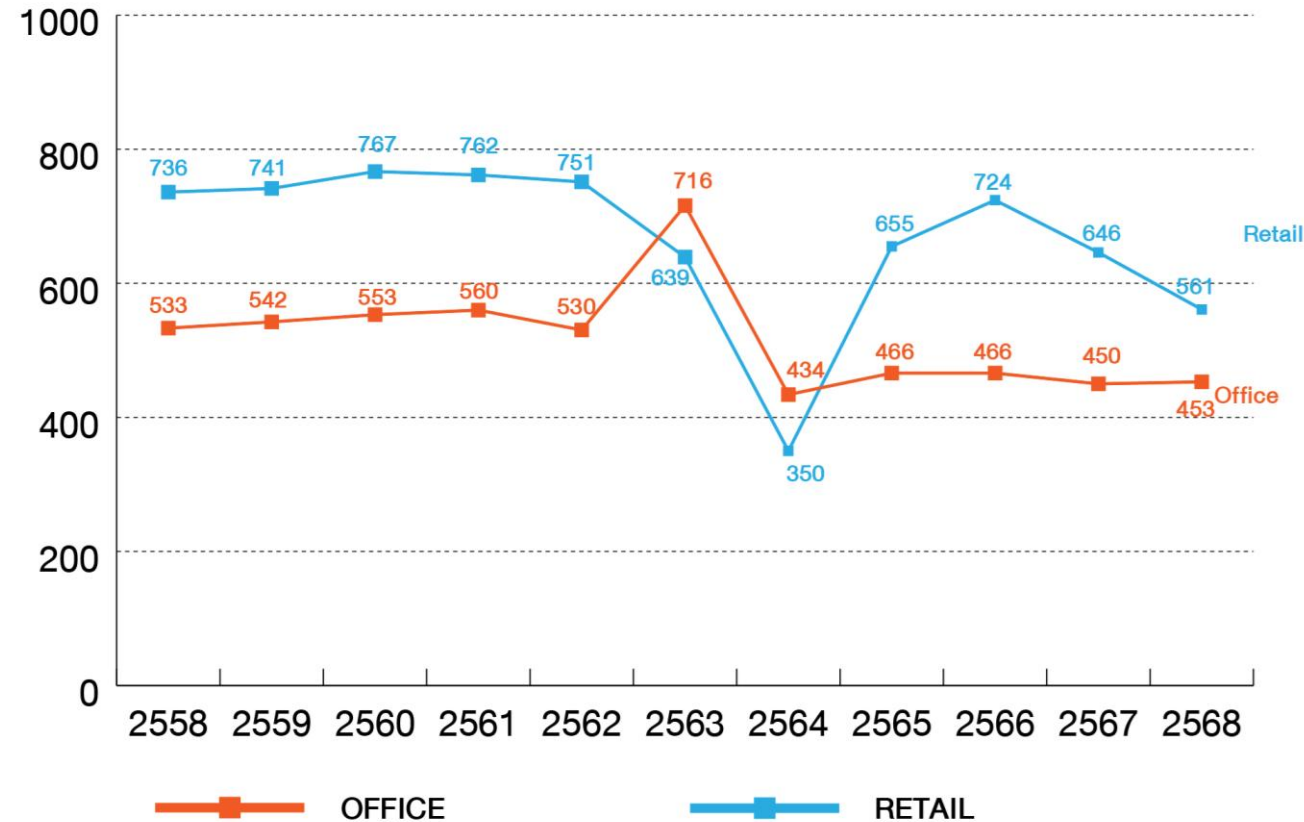


1.7 การจัดการกองทรัสต์ในเรื่องที่สำคัญที่เกิดขึ้นใน ปี 2568

เปรียบเทียบค่าเช่าเฉลี่ย ปี 2558 - ปี 2568

อาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์ 3

บาท/ตร.ม.



การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดในกองทรัสต์ ปี 2568

เป็นการสร้างประสบการณ์และสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยเน้นให้กิจกรรมเชิงมีส่วนร่วมทั้งภายในอาคารในกองทรัสต์และลูกค้าที่มีศักยภาพร่วมสร้างกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อกองทรัสต์ โดยแบ่งรูปแบบ

- 3 หมวดดังนี้
1. กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วม Experiential Marketing
 2. กิจกรรมใหญ่ประจำปี/แคมเปญการตลาด
 3. กิจกรรมต่อชุมชนในเชิงสร้างสรรค์สังคม Community & CSR Marketing

1. กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วม Experiential Marketing

กิจกรรมเน้นสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่าง ผู้ประกอบการ / ลูกค้า / ชุมชน / สื่อมวลชน รวมไปถึงกลุ่มนักเรียนนิสิตนักศึกษา



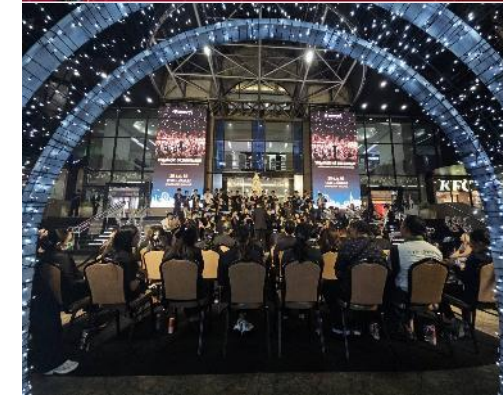
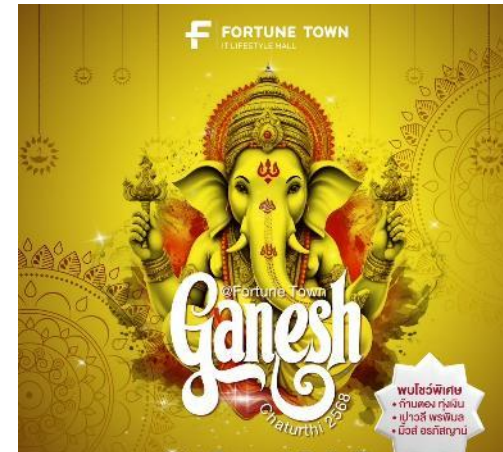
1. กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วม Experiential Marketing

กิจกรรมเน้นสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่าง ผู้ประกอบการ / คู่ค้า / ชุมชน / สื่อมวลชน รวมไปถึงกลุ่มนักเรียนนิสิตนักศึกษา



2. กิจกรรมใหญ่ประจำปี/แคมเปญการตลาด

กิจกรรมตามเทศกาล และเน้นความมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ โดยมีการจัด 1 – 2 ครั้ง / ปี

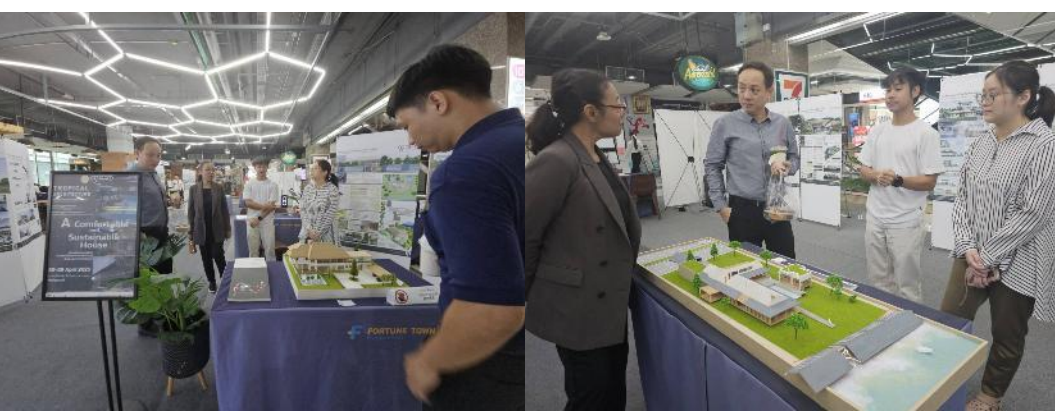


3. กิจกรรมต่อชุมชนในเชิงสร้างสรรค์สังคม Community & CSR Marketing

กิจกรรม BKK FOOD BANK สำหรับกลุ่มคนทั่วไป ชุมชนบริเวณใกล้เคียงอาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ 2 จัดมีร่วมกับสำนักงานเขตดินแดง องค์การภาครัฐและเอกชน รวมถึงชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียง ได้เข้าร่วมกิจกรรม เปิดรับบริจาคของกินของใช้ ให้กับชุมชนเขตดินแดง และกิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม จ.สงขลา



กิจกรรมร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง A Comfortable and Sustainable House เป็นการเปิดสถานที่เพื่อโชว์ผลงานนักศึกษา



3. กิจกรรมต่อชุมชนในเชิงสร้างสรรค์สังคม Community & CSR Marketing

กิจกรรม คาราวานตรวจสุขภาพ 1,000,000 คน สำหรับกลุ่มคนทั่วไป และประชาชนบริเวณใกล้เคียง และกลุ่มคนทำงาน จับมือกับ โรงพยาบาลกลาง และ กทม. ร่วมจัดกิจกรรมเพื่อส่งมอบสุขภาพที่ดี และสร้างสัมพันธ์อันดีกับชุมชน



กิจกรรมบริจาคโลหิต สำหรับกลุ่มคนทั่วไป และพนักงานบริษัทต่างๆ ในอาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ 2 (ฟอรั่มทาวน์) และใกล้เคียง โดยจับมือร่วมกับหน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชน ได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชุมชน และสังคม

