



## BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

(Cho kỳ kinh doanh từ 01/01 đến 30/06/2019, dựa trên số liệu BCTC hợp nhất Quý 2/2019)

### Phòng Kế hoạch – Công ty cổ phần Everpia

- *Nền nhiệt toàn cầu tăng cao ảnh hưởng không nhỏ đến các ngành nghề kinh doanh cốt lõi của Everpia, dẫn đến kết quả kinh doanh 06 tháng đầu năm 2019 không được thuận lợi như kỳ vọng khi cả doanh thu và lợi nhuận đều sụt giảm so với cùng kỳ năm 2018.*
- *Các ngành hàng mới vẫn đang trong giai đoạn đầu triển khai với nhiều hoạt động thử nghiệm và giới thiệu sản phẩm.*
- *Bộ sưu tập chăn ga 2020 với 53 mẫu thiết kế từ các chất liệu cotton, satin, modal, tencel, micro nhận được phản hồi tích cực từ đại lý với tổng giá trị đơn hàng đặt trước tăng tới 25% so với năm trước.*

### Tình hình hoạt động kinh doanh

#### 1. Khái quát hoạt động kinh doanh

Chỉ số	1H2019	1H2018	+/- (%)
Doanh thu bán hàng	428,095	502,099	-14.7%
Giá vốn hàng bán	291,025	341,161	-14.7%
Lợi nhuận gộp	137,070	160,938	-14.8%
Chi phí bán hàng	84,894	73,027	16.3%
Chi phí quản lý DN	47,805	49,313	-3.1%
LN trước thuế	14,852	41,780	-64.5%
Lợi nhuận sau thuế	10,412	33,154	-68.6%

**Doanh thu bán hàng** giảm 14.7% do nhiều nguyên nhân tác động, bao gồm cả khách quan và chủ quan. Nguyên nhân khách quan là (i) tình hình thời tiết nửa đầu năm 2019 khá nóng do hiệu ứng của hiện tượng El Nino, dẫn đến nhu cầu sản phẩm bông tằm và chăn ga không cao như kỳ vọng; (ii) tình hình cạnh tranh trên thị trường càng ngày càng gay gắt. Về phía chủ quan, Công ty có một vài thay đổi trong chính sách bán hàng theo hướng giảm dần các chương trình khuyến mại giảm giá hàng thông thường.



**Lợi nhuận gộp** duy trì ở mức 32%, tương đương với cùng kỳ năm trước mặc dù tỷ suất lợi nhuận của từng ngành hàng có đôi chút biến động.

Nhờ các biện pháp cải tổ mạnh mẽ trong sản xuất với sự tư vấn của đội ngũ chuyên gia Hàn Quốc, **chi phí quản lý doanh nghiệp** đã được tối ưu hóa đáng kể, giảm thiểu 3.1% so với năm 2018 và 6.7% so với năm 2017.

**Chi phí bán hàng** tăng 16%, trong đó tỷ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu tăng từ 14.5% lên 19.8%, chủ yếu là do: (i) tuyển mới đội ngũ bán hàng cho ngành hàng mới Màn rèm và đệm Kingkoil (chi phí nhân công tăng 30%); (ii) chi phí thuê cho 05 showroom mới mở trong năm 2019, bao gồm 3 showroom tại Hà Nội, 1 tại Đà Nẵng và 1 tại Hồ Chí Minh (chi phí thuê ngoài tăng 39%). Đây là những chi phí đầu tư cần thiết để tăng độ nhận diện thương hiệu cho những dòng sản phẩm mới của Công ty. Kết quả kỳ vọng sẽ được phản ánh vào số liệu doanh thu trong thời gian tới.

## 2. Cơ cấu doanh thu và lợi nhuận gộp theo ngành hàng

Diễn biến thời tiết nửa đầu năm đã tác động rất lớn đến doanh số bán chăn ga, khiến tỷ trọng doanh thu của chăn ga trên tổng doanh thu giảm từ 56% xuống 51%, đồng thời đẩy tỷ trọng doanh thu bông tấm lên 41%.

Chỉ tiêu	1H 2019		1H 2018		+/-
	428,095	Tỷ lệ	502,099	Tỷ lệ	
<b>Doanh thu thuần</b>					
Chăn ga	219,085	51%	280,570	56%	-22%
Bông tấm	174,358	41%	180,736	36%	-4%
Khăn	33,565	8%	39,973	8%	-16%
Khác	1,086	0%	819	0%	33%
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>137,070</b>	<b>Tỷ suất LN gộp</b>	<b>160,938</b>	<b>Tỷ suất LN gộp</b>	
Chăn ga	62,433	28%	74,146	26%	-16%
Bông tấm	73,262	42%	77,741	43%	-6%
Khăn	1,431	4%	8,232	21%	-83%
Khác	-56	-5%	819	100%	-107%



### Ngành hàng Chăn ga gối đệm:

Kết thúc 06 tháng đầu năm 2019, doanh số bán Chăn ga gối đệm giảm 61 tỷ so với cùng kỳ năm 2018, tương đương 22%, trong đó:



- **Kênh bán hàng đại lý B2C** giảm 11% do (i) sức tiêu thụ giảm vì chịu ảnh hưởng của thời tiết; (ii) các chương trình giảm giá kích cầu tiêu dùng nhân dịp Tết nguyên đán chỉ áp dụng đối với các mẫu tồn kho hoặc làm từ vải tồn kho, không áp dụng đối với các sản phẩm thuộc bộ sưu tập 03 năm gần nhất, các sản phẩm đệm bông ép, đệm lò xo. Chính sách này mặc dù tác động tiêu cực đến doanh thu nhưng lại góp phần cải thiện mức tỷ suất lợi nhuận gộp cho mảng chăn ga (*tăng từ 26% lên 28%*).
- **Kênh bán hàng doanh nghiệp - khách sạn B2B** giảm 25% trong bối cảnh tăng trưởng ngành bất động sản nghỉ dưỡng bắt đầu có dấu hiệu chững lại và tình hình cạnh tranh càng ngày càng gay gắt, đặc biệt là về giá cả. Mặc dù số lượng đơn hàng khách sạn 06 tháng đầu năm 2019 tăng nhẹ ~ 5% so với 2018 nhưng số đơn hàng lớn không nhiều. Theo thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam, tỷ lệ tăng trưởng cơ sở lưu trú du lịch năm 2018 chỉ đạt 9% trong khi tăng trưởng số buồng đạt 8% - thấp nhất trong vòng 08 năm trở lại đây, số lượng dự án quy mô lớn mở mới thấp. Điều này cũng gây ít nhiều khó khăn cho việc tìm kiếm đơn hàng mảng khách sạn.
- **Kênh bán hàng xuất khẩu** giảm 35% do có một đối tác lớn tại Hàn Quốc đề nghị dừng hợp tác vì yếu tố giá cả, trong bối cảnh hàng giá rẻ Trung Quốc đang ò ạt đổ vào các thị trường châu Á do tác động từ chiến tranh thương mại Mỹ - Trung. Thay vào việc phụ thuộc vào 1 đối tác lớn, Công ty cũng đã mở rộng tìm kiếm các đối tác mới từ Hàn Quốc, Mỹ, Nhật Bản. Các khách hàng này đã đến Công ty tham quan nhà xưởng và thẩm định cơ sở vật chất, chuẩn bị tiến hành đặt hàng mẫu và sau đó sẽ cân nhắc thiết lập quan hệ hợp tác với Everpia.



### **Ngành hàng Bông tằm:**

Doanh số bông tằm giảm nhẹ 4% so với cùng kỳ năm 2018, nguyên nhân chủ yếu là do Công ty phải điều chỉnh giảm giá bán đối với một số loại bông cấp thấp – vốn đang cạnh tranh khốc liệt do sự gia tăng số lượng nguồn cung gia nhập thị trường. Đối với một số loại bông cao cấp, do rào cản kỹ thuật khá lớn nên hiện Công ty vẫn đang duy trì doanh số khá tốt. Việc giảm giá bán cũng đã khiến tỷ suất lợi nhuận gộp của mảng Bông tằm giảm nhẹ từ 43% xuống 42% trong nửa đầu năm nay.



### **Ngành hàng Khăn:**

Mảng khăn đóng góp 33.6 tỷ đồng doanh thu trong 06 tháng đầu năm 2019, giảm 16% so với cùng kỳ năm ngoái, tương đương 6.4 tỷ đồng. Đây là sự suy giảm trong ngắn hạn do Công ty thay đổi chính sách lựa chọn đơn hàng theo hướng chỉ chấp nhận các đơn hàng có tỷ lệ lợi nhuận từ 5% trở lên. Cùng với đó, công ty đang triển khai đồng bộ các hoạt động cải tổ quy trình nhà xưởng nhằm cải thiện hệ số biên lợi nhuận gộp. Công ty cũng đang tìm kiếm và mở rộng danh mục khách hàng thông qua các buổi hội



thảo, triển lãm xuất khẩu tới các thị trường mới như châu Mỹ, châu Á. Điểm sáng trong mảng kinh doanh Khăn là doanh thu nội địa tăng trưởng lên tới 53% nhờ tận dụng được hệ thống phân phối sẵn có của Everpia. Dự kiến, thị trường nội địa tiếp tục sẽ là mũi nhọn trọng điểm trong thời gian tới của mảng Khăn, bên cạnh việc phát triển thị trường xuất khẩu.

### Các sự kiện nổi bật

- **Đại hội đồng cổ đông thường niên 2019** (diễn ra ngày 19/04/2019) đã thông qua các nội dung thường kỳ với tỷ lệ đồng thuận lên tới 99%.
- Công ty đã thực hiện xong việc **chi trả cổ tức** bằng tiền với tỷ lệ 10% (cổ đông hiện hữu sở hữu 1 cổ phiếu được hưởng 1.000 VND) vào ngày 19/06/2019.
- **Hội nghị khách hàng** giới thiệu bộ sưu tập chăn ga 2020 và cập nhật những thay đổi trong chính sách đặt hàng trước đã diễn ra trên cả 3 miền, tại Hà Nội, Đà Nẵng và Hồ Chí Minh. Bộ sưu tập năm nay tiếp tục kế thừa và phát huy thành công về chất liệu vải từ năm trước, kết hợp với xu hướng màu sắc và hoa văn được yêu thích trên thị trường, tạo nên một bộ sưu tập phong phú và chất lượng. Nhờ đó, tổng giá trị đơn hàng đặt trước từ các đại lý tăng 25% so với năm trước.

Từ thành công của mô hình Hội nghị khách hàng mini tại một số tỉnh của năm 2018, năm nay Công ty tiếp tục triển khai nhân rộng mô hình này tới hầu hết các tổng đại lý có nhiều hơn 06 đại lý trực thuộc nhằm tăng cường nhận diện thương hiệu và hỗ trợ tăng doanh số đại lý.

- Tiếp tục định hướng mở rộng mạng lưới phân phối tiêu chuẩn, trong 06 tháng đầu năm 2019 Everpia đã đưa 05 showroom mới đi vào hoạt động, bao gồm: 03 showroom tại Hà Nội (Vincom Bà Triệu, Ngoại Giao Đoàn, Starlake), 01 showroom tại Đà Nẵng, và 01 showroom đệm lò xo tại Ngô Gia Tự, TP Hồ Chí Minh. Công ty cũng đang gấp rút chuẩn bị để khai trương thêm 02 showroom nữa tại TP. Huế và Nha Trang – Khánh Hòa nhằm củng cố thương hiệu tại thị trường miền Trung và miền Nam.

### Kế hoạch sáu tháng cuối năm

#### ❖ Hoạt động kinh doanh

- **Ngành hàng Chăn ga gối đệm**



- **Hệ thống phân phối: (i) Mạng lưới showroom:** Ngoài 17 showroom đang hoạt động hiện tại và 02 showroom đang chuẩn bị khai trương, trong 06 tháng cuối năm 2019, Công ty dự kiến sẽ mở mới thêm 6 showroom, trong đó 04 showroom tại khu vực Hà Đông, Cầu Giấy, Từ Liêm – Hà Nội, và 02 showroom tại địa bàn phía Nam. **(ii) Hệ thống đại lý:** Cuối tháng 7 vừa rồi Công ty đã tiến hành đợt đánh giá đại lý thứ 2 trong năm nhằm kiện toàn lại hệ thống đại lý. Căn cứ vào kết quả đánh giá, Công ty sẽ đóng cửa những đại lý kém hiệu quả: doanh số thấp, vị trí địa lý kém thuận lợi, công nợ xấu. Bên cạnh đó, Công ty cũng có kế hoạch mở mới 20 đại lý, tập trung chủ yếu tại địa bàn tỉnh chưa được khai thác triệt để.

**- Hoạt động marketing:**

Năm 2019, Công ty triển khai  **nghiên cứu** sâu mỗi thị trường tỉnh trọng tâm để lên phương án tăng doanh số một cách hiệu quả. Nghiên cứu này cũng rất hữu ích cho việc hỗ trợ tổng đại lý mở rộng mạng lưới đại lý trực thuộc (DB1). Đây là một phương thức khai thác sâu thị trường, đồng thời giúp tăng sự gắn kết và trung thành của đại lý đối với Công ty. Ngoài ra, Công ty vẫn tiếp tục thực hiện hỗ trợ bằng biển nội thất và quảng cáo tại địa phương cho các đại lý.

**Về hoạt động quảng cáo:** Nắm bắt xu hướng phát triển quảng cáo trong thời đại kỹ thuật số là Digital marketing, sau khi cân nhắc, Công ty quyết định chấm dứt hợp đồng đại diện thương hiệu với Kim Tae Hee và dồn toàn bộ nguồn lực phát triển Digital marketing. Thiết lập website bán hàng chuyên nghiệp, tích hợp các chức năng thương mại điện tử cho toàn bộ sản phẩm và ngành hàng của công ty dự kiến ra mắt vào tháng 9 tới là bước đi đầu tiên cho hoạt động này.

- **Phát triển danh mục sản phẩm:** Với định vị là thương hiệu dẫn đầu thị trường Chăn ga gối đệm, Everon liên tục nghiên cứu và phát triển các dòng sản phẩm mới nhằm chăm sóc tốt nhất cho sức khỏe người sử dụng, thông qua phát triển một số chức năng đặc thù như: chăm sóc lưng, cổ vai gáy, hay tăng tính tiện lợi cho sản phẩm như: tấm trải tiện ích, đệm lò xo cuộn,...

• **Ngành hàng Bông tằm**

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt ở phân khúc sản phẩm cấp thấp, Everon định hướng sẽ tập trung đẩy mạnh dòng sản phẩm trung-cao cấp yêu cầu trình độ kỹ thuật cao hơn, mang lại giá trị tốt hơn, tuy nhiên đối tượng khách hàng mục tiêu lại giới hạn hơn và khó tính hơn. Để đạt được mục tiêu này, Everpia đã liên tục củng cố nội lực thông qua cải tổ sản xuất, nỗ lực hoàn thiện hơn về tốc độ giao hàng cũng như sự chuyên nghiệp trong dịch vụ khách hàng để tiếp cận được tập khách hàng tiềm năng trên.

• **Ngành hàng Khăn**



---

Bên cạnh việc duy trì danh mục khách hàng hiện tại và thử nghiệm các thị trường xuất khẩu mới, thị trường nội địa tiếp tục là thị trường chiến lược của mảng Khăn.

❖ **Các hoạt động khác**

- **Cải tổ:** Dưới sự tư vấn của các chuyên gia Hàn Quốc, thành quả lớn nhất của quá trình cải tổ sản xuất từ năm 2018 đến 06 tháng đầu năm 2019 là ý thức tự cải tiến của CBNV đã được cải thiện rõ rệt. Nhiều ý tưởng được đề xuất hơn, các cuộc tuần tra của Ban lãnh đạo cũng phát hiện được ít lỗi hơn. Đây là tiền đề quan trọng cho quá trình cải tổ rộng hơn về quy mô và sâu hơn về chất sau này. Nhằm gây dựng phong trào và văn hóa cải tổ trong Công ty, Ban Giám đốc đã quyết định xây dựng cuộc thi thường kỳ về ý tưởng cải tiến, theo đó mỗi tháng sẽ trao thưởng cho một ý tưởng tốt, căn cứ trên phần chi phí tiết kiệm được nhờ ý tưởng đó. Đây được cho là khởi đầu cho quá trình cải tổ từ bên trong thay vì cải cách từ bên ngoài như hiện tại, kỳ vọng sẽ đem lại hiệu quả tích cực cho công tác tối ưu hóa chi phí hoạt động.

---

**Để biết thêm thông tin, vui lòng liên hệ:**

**Phòng Kế hoạch – Công ty Cổ phần Everpia**

*Tel: 0221 – 3791 777 – ext. 348*

*Fax: 0221 – 3791 999*

*Email: [info@everon.com](mailto:info@everon.com)*