



BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

(Cho kỳ kinh doanh từ 01/01 đến 30/09/2017_căn cứ số liệu tại Báo cáo tài chính hợp nhất)

Phòng Kế hoạch – Công ty cổ phần Everpia

- Kết thúc 09 tháng đầu năm 2017, doanh thu bán hàng tăng hơn 34 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, việc đẩy mạnh đầu tư cho quảng cáo và marketing cùng với khoản trích lập đáng kể khoản cho vay tại công ty liên kết Texpia đã khiến lợi nhuận sau thuế giảm sâu chỉ còn ~32.6 tỷ.
- Kinh doanh chần ga xuất khẩu và bán hàng khách sạn là những điểm sáng trong bức tranh kinh doanh tổng thể của Everpia, với mức tăng trưởng tương ứng lên tới 111.7% và 78.1% so với cùng kỳ năm 2016.
- Ngày 30/08/2017, Công ty đã phát hành thành công 150 tỷ trái phiếu doanh nghiệp có tên EVE_BOND_2017 cho Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Vietcombank, khẳng định uy tín tài chính của Công ty trên thị trường.

Tình hình hoạt động kinh doanh

1. Khái quát hoạt động kinh doanh

(ĐVT: triệu VND)

Chỉ số	9M 2017	9M 2016	+/- (%)
Doanh thu bán hàng	649,307	615,160	5.6%
Giá vốn hàng bán	432,567	405,027	6.8%
Lợi nhuận gộp	216,740	210,133	3.1%
Chi phí QL BH	183,008	121,290	50.9%
LN trước thuế	40,163	93,855	-57.2%
Lợi nhuận sau thuế	32,616	74,512	-56.2%

Doanh thu bán hàng trong 09 tháng đầu năm 2017 tăng trưởng nhẹ 5.6%, tương ứng 34.1 tỷ đồng so với cùng kỳ năm 2016.

Tuy nhiên, lợi nhuận gộp chỉ tăng khiêm tốn ở mức 3.1% do sự tăng trưởng mạnh hơn của **giá vốn hàng bán** với mức 6.8% do: (i) chi phí giá vốn cho hàng xuất khẩu và B2B cao hơn hàng thông thường;



và (ii) công ty triển khai một số chương trình khuyến mại, tập trung kích cầu xả hàng tồn kho đối với hàng nội thất, một số mặt hàng đệm và hàng chăn ga thuộc bộ sưu tập 2010-2015.

Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp tăng đột biến so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó:

- i) **Chi phí bán hàng** tăng 26 tỷ đồng, tương ứng 48.2% chủ yếu do công ty đầu tư mạnh cho quảng cáo thông qua 3 chương trình chính: i) Chiến dịch quảng cáo “Cùng mẹ đón bình minh trên đảo Jeju”; ii) thuê diễn viên Kim Tae Hee làm đại diện thương hiệu Everon trong vòng 01 năm; iii) Đầu tư bảng biển nội thất cho đại lý. Tổng chi phí đầu tư cho quảng cáo 09 tháng đầu năm lên tới 21.4 tỷ đồng, tăng 13.5 tỷ so với cùng kỳ năm 2016. Có thể thấy, bên cạnh việc tiếp tục đầu tư hệ thống phân phối theo chiều sâu, các chiến dịch quảng cáo của công ty trong thời gian vừa qua tập trung hướng tới người tiêu dùng trẻ tuổi, đối tượng chiếm 40% dân số.
- ii) **Chi phí quản lý doanh nghiệp** tăng 36 tỷ chủ yếu do trích lập dự phòng 23 tỷ đối với khoản vay khó đòi tại Texpia , trên tổng dư nợ Everpia cấp cho Texpia là 60.7 tỷ đồng.

Vì vậy, **lợi nhuận sau thuế** của Công ty đã giảm sâu xuống mức 32.6 tỷ đồng, tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu tương ứng là 5%.

2. Cơ cấu doanh thu

Cơ cấu doanh thu 09 tháng đầu năm 2017 đã có những thay đổi đáng kể so với 2016. Doanh thu mảng Bông tấm chỉ đóng góp 38% thay vì 47% như năm 2016, trong khi mảng Chăn ga gối đệm với sự tăng trưởng mạnh mẽ của kênh bán hàng xuất khẩu và B2B đã vươn lên chiếm tới 62% tổng doanh thu.

DVT: triệu VND

Item	9M 2017	%	9M 2016	%	+/-
Grand total	649,307	100%	615,160	100%	5.6%
Padding	249,462	38.4%	288,068	46.8%	-13.4%
Bedding	399,845	61.6%	327,092	53.2%	22.2%

Ngành hàng Chăn ga gối đệm:

Theo đúng định hướng phát triển của Ban lãnh đạo công ty, cơ cấu doanh thu mảng Chăn ga gối đệm đang chuyển dịch dần theo hướng kiềng ba chân: gia tăng dần sự đóng góp của kênh bán hàng xuất khẩu và kênh bán hàng doanh nghiệp – khách sạn, tạo thế cân bằng và tăng tính ổn định cho sự phát triển ngành hàng, trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của thị trường bán lẻ trong nước. Doanh



thu chặn ga xuất khẩu ghi nhận mức tăng trưởng kỷ lục 111.7%, với số lượng lớn các đơn hàng đến từ các đối tác truyền thống (chiếm hơn 70% doanh thu xuất khẩu). Đây cũng là một dấu mốc quan trọng trong việc khẳng định uy tín của Everpia trên thị trường quốc tế, với việc dần chiếm lĩnh niềm tin tuyệt đối từ khách hàng, và chắc chắn uy tín này sẽ lan toả mạnh hơn trong cộng đồng đối tác. Kênh bán hàng B2B cũng đạt mức tăng trưởng ấn tượng 78.1%, và đã gạt hái được thành công nhất định trong việc tiếp cận và giới thiệu thương hiệu Everon tới những khách hàng doanh nghiệp và khách sạn tầm cỡ quốc gia và quốc tế như Intercontinental, Summer Set, Techcombank, Panasonic...

Để chuẩn bị cho sự phát triển theo định hướng mới, công ty đã xây dựng bổ sung 01 xưởng sản xuất cùng trang thiết bị hiện đại tại chính nhà máy Hưng Yên và dự kiến sẽ tiếp tục đầu tư mở rộng sản xuất tương ứng với đà tăng trưởng của hai kênh phân phối trên.

Ngành hàng Bông tắm: Mảng bông tắm đang phải đối mặt với nhiều thách thức trên thị trường, khiến cho doanh thu sụt giảm khá mạnh (13.4%), cụ thể: i) Một số đối tác trong nước vốn là khách hàng thường xuyên của Everpia nay cũng đã nhập khẩu máy móc về để tự sản xuất. ii). Gia tăng áp lực chi phí do giá thành nguyên liệu tăng. Đây cũng là những khó khăn chung của toàn ngành. Tuy nhiên, ban lãnh đạo Công ty cũng đã có những chiến lược nhất định đón đầu cơ hội phát triển từ các thỏa thuận giao thương quốc tế của Việt Nam như: Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU, Hiệp định thương mại xuyên Thái Bình Dương - TPP,... Hiện tại, Công ty đang đẩy mạnh việc chào bán mẫu và tìm kiếm khách hàng cho mùa vụ sắp tới, và đã nhận được phản hồi khá tích cực từ phía khách hàng.

Các yếu tố chính tác động đến lợi nhuận

1. Chi phí bán hàng

Cấu phần chi phí bán hàng 09 tháng đầu năm 2017:

Cấu phần	9M2017	9M2016	+/- (%)
Chi phí Bán hàng	79,678	53,768	48.2%
<i>Nhân công</i>	29,045	25,369	14.5%
<i>Chi phí nguyên vật liệu</i>	3,413	2,395	42.5%
<i>Chi phí khấu hao TSCĐ</i>	2,081	1,965	5.9%
<i>Chi phí dịch vụ mua ngoài</i>	20,081	21,890	-8.3%
<i>Chi phí khác</i>	25,058	2,150	1065.5%

- **Đối với hoạt động quảng bá thương hiệu:** (i) ký hợp đồng đại diện thương hiệu Everon trong vòng 01 năm với diễn viên được yêu thích số một Hàn Quốc - Kim Tae Hee, (ii) Liên kết với nhiều tờ báo và tạp chí uy tín để truyền thông sâu rộng hơn về chương trình nhận diện thương hiệu



mới, (iii) Chương trình du lịch Hàn Quốc với tên gọi "Cùng mẹ đón bình minh trên đảo Jeju" và "Vivu Hàn Quốc cùng mẹ yêu thương", 12 khách hàng may mắn đã cùng với mẹ kính yêu có những trải nghiệm thú vị tại đất nước Hàn Quốc xinh đẹp, (iv) nâng cấp một số đại lý lớn đủ tiêu chuẩn tại Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng,... lên làm showroom để nâng tầm hình ảnh thương hiệu tại cộng đồng địa phương.

- **Đối với hệ thống phân phối:** tiếp tục đầu tư phát triển đại lý theo chiều sâu, đồng thời hỗ trợ các đại lý nâng cấp và thay mới bảng biển nội thất theo chương trình thay đổi gương mặt đại diện thương hiệu mới.

Chi phí nhân công tăng do (i) công ty áp dụng chế độ tăng lương cơ bản theo quy định của nhà nước, (ii) tăng ca và số lượng nhân lực tay nghề cao phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu và hàng khách sạn.

2. Hoạt động đầu tư và cho vay tại Texpia.

Tính riêng trong quý 3/2017, sau khi đánh giá lại các khoản cho vay tài chính, Công ty đã trích lập 23 tỷ phải thu khó đòi cho công ty liên kết Texpia, khiến cho lợi nhuận sau thuế của Everpia sụt giảm tương ứng 23 tỷ đồng.

2.1. Tình hình hoạt động kinh doanh 09 tháng của Texpia

Bắt đầu đầu tư vào Texpia từ tháng 9/2015 với số vốn 11.6 tỷ đồng, ban lãnh đạo Công ty đã dành nhiều tâm sức để cải tổ bộ máy quản lý và hệ thống hóa quá trình sản xuất tại Texpia nhằm tăng tính hiệu quả hoạt động cho doanh nghiệp. Công ty cũng đã cử ông Lee Je Won – một nhà quản lý giàu kinh nghiệm về đảm nhận vị trí Giám đốc của Texpia để phụ trách và giám sát công tác cải tổ.

Nhờ vậy, tình hình kinh doanh đã có những chuyển biến rõ rệt. Tháng 9/2017 Texpia đã ghi nhận khoản lãi 1.228 tỷ đồng, tương ứng tỷ suất lợi nhuận thuần 13%. Con số này đã được cải thiện hơn rất nhiều so với tình trạng kinh doanh kém hiệu quả của Texpia trước khi có sự tham gia của Everpia.

Mặc dù doanh thu sụt giảm 23% nhưng tỷ suất lợi nhuận gộp lại cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ, đạt mức 19% trong 09 tháng năm 2017. Con số này của tháng 9 đã lên tới 25%, chứng tỏ hoạt động quản lý sản xuất đã có hiệu quả rõ rệt.

Đây là thành quả của sự nỗ lực không mệt mỏi của ban lãnh đạo Everpia trong công tác cải tổ lại toàn bộ hệ thống quản lý sản xuất và phương pháp quản trị của công ty, nhằm tận dụng tiềm năng to lớn về thị trường đầu ra của Texpia với các biện pháp cụ thể như: i) Rà soát và chọn lọc lại danh mục khách hàng và đơn hàng, chú trọng tính hiệu quả thay vì số lượng; ii) Sắp xếp lại hệ thống máy móc và nhân sự trong sản xuất, nhằm tối giản hóa thời gian chờ giữa các khâu sản xuất và tối ưu hóa nhân



sự; iii) Thanh lọc bộ máy quản lý công ty, tuyển mới các nhân sự có chất lượng và chuyên môn về quản trị.

2.2. Lợi thế cạnh tranh và tiềm năng phát triển của Texpia

Sự cải thiện rõ rệt trong kết quả kinh doanh của Texpia trong thời gian gần đây đã cho thấy đánh giá của Hội đồng quản trị Everpia về tiềm năng phát triển của doanh nghiệp này là hoàn toàn có cơ sở.

Lượng khách hàng xuất khẩu dồi dào và trung thành trên các thị trường Châu Âu, Nhật Bản và Hàn Quốc không chỉ tạo đà phát triển cho Texpia, mà cũng là bước đệm để các sản phẩm của Everpia có thể thâm nhập vào thị trường của các nước phát triển, thúc đẩy doanh số xuất khẩu bông tấm và chăn ga, đồng thời nâng cao vị thế thương hiệu của Everpia trên thị trường quốc tế.

Tình hình tài chính và thanh khoản

	9T. 2015	9T. 2016	9T. 2017
Khả năng sinh lời			
Biên lợi nhuận gộp	33%	34%	33%
ROE	7.7%	7.9%	3.4%
ROA	6.3%	6.7%	2.5%
ROS	11.0%	12.1%	5.0%
Thanh khoản			
CS thanh toán hiện hành	5.03	7.08	5.57
CS thanh toán nhanh	2.64	3.41	3.19
Nợ/VCSH	18%	15%	28%

Mặc dù biên lợi nhuận gộp vẫn được duy trì ở mức khả quan 33%, nhưng hầu hết các chỉ số lợi nhuận khác đều giảm do số tiền đầu tư vào quảng cáo và khoản dự phòng khá lớn được trích lập trong kỳ. Tuy nhiên, tất cả những khoản đầu tư này đều đã được Ban Giám đốc dự trù kỹ lưỡng và chắc chắn sẽ đem lại hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới.

Với số tiền 150 tỷ huy động từ việc phát hành trái phiếu cho Vietcombank, tỷ số nợ trên vốn chủ sở hữu đã tăng lên mức 28% so với con số 15% cùng kỳ năm ngoái. Dù vậy, các chỉ số thanh toán hiện hành và thanh toán nhanh vẫn đều được duy trì ở mức an toàn.

Các sự kiện nổi bật

Hoạt động kinh doanh

- Chính thức mở cửa showroom tại tòa nhà Park Hill – Times city vào ngày 27/10/2017. Tọa lạc trong khu dân cư cao cấp Vinhomes Times City với tổ hợp 23 tòa nhà có chiều cao từ 27-35 tầng cùng hệ thống hạ tầng phụ trợ đẳng cấp vượt trội được coi là thiên đường mua sắm của giới trung lưu và thượng lưu, showroom tại Park Hill được đánh giá là tiềm năng trong cả việc bán hàng lẫn



quảng bá thương hiệu. Như vậy, cùng với showroom tại đường Nguyễn Thị Thập và Khu đô thị mới Thủ Thiêm, Hồ Chí Minh; hệ thống 09 showroom của Công ty không chỉ giới thiệu tới khách hàng không gian mua sắm tiện ích với đầy đủ các dòng sản phẩm của công ty mà sẽ là địa điểm để công ty giới thiệu tới khách hàng các dòng sản phẩm cho gia đình trong thời gian tới.

- Trong tuần lễ từ 9-14/7/2017, 24 cặp mẹ con đã được tặng chuyến du lịch tới Hàn Quốc trị giá 40,000,000 VND/người trong chiến dịch khuyến mại “Cùng mẹ đón bình minh trên đảo Jeju”. Chương trình đã để lại nhiều ấn tượng và kỷ niệm tốt đẹp cho công chúng, góp phần xây dựng thương hiệu Everon gần gũi và ấm áp yêu thương bên gia đình.
- Tháng 5/2017, Everpia đã ký hợp đồng quảng cáo độc quyền với diễn viên được yêu thích số 1 Hàn Quốc – Kim Tae Hee. Clip quảng cáo cùng hàng loạt các ấn phẩm truyền thông khác đã được giới thiệu tới người tiêu dùng từ tháng 7/2017.



Các hoạt động khác

- Ngày 30/08/2017, Công ty đã phát hành riêng lẻ thành công 150 tỷ trái phiếu không chuyển đổi, có tài sản bảo đảm cho Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Vietcombank nhằm mục đích:
 - (i) Tăng quy mô hoạt động kinh doanh, cụ thể:
 - Thanh toán các chi phí mở mới đại lý, showroom;
 - Thanh toán các chi phí nâng cấp đại lý, showroom hiện có;
 - Thanh toán chi phí thuê đại diện thương hiệu;
 - Thanh toán các chi phí PR, Marketing;
 - (ii) Đầu tư máy móc thiết bị, TSCĐ phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanhTrái phiếu có kỳ hạn 05 năm và mức lãi suất ưu đãi so với thị trường, cho thấy uy tín tài chính vững chắc của Công ty đối với Ngân hàng nói riêng và các đối tác nói chung.
- Trong tháng 8/2017, Công ty đã hoàn thiện các thủ tục đăng ký mở rộng ngành nghề kinh doanh cho công ty như đã được Đại hội cổ đông chấp thuận. Công ty sẽ tiếp tục thực hiện thủ tục mở rộng ngành nghề cho các chi nhánh.



Kế hoạch hoạt động Quý 4.2017

❖ Hoạt động kinh doanh

• Ngành hàng Bông tằm

03 tháng cuối năm là thời điểm để công ty đẩy mạnh tìm kiếm, tiếp cận các khách hàng mới và chăm sóc, tăng tỷ trọng đơn hàng với các khách hàng truyền thống để chuẩn bị cho mùa vụ đầu năm tới. Cùng với uy tín sẵn có, Công ty đang triển khai đa dạng hóa danh mục sản phẩm, nghiên cứu phát triển thêm các sản phẩm Bông cao cấp, đáp ứng linh hoạt nhu cầu khách hàng. Đến thời điểm hiện tại, các đơn hàng nhận được cho mùa vụ bông năm 2018 đã tăng 15% so với cùng kỳ.

• Ngành hàng Chăn ga gối đệm

- **Hoạt động quảng cáo:** Với khoản đầu tư lớn nhận được từ phát hành trái phiếu, Công ty dự kiến đẩy mạnh hoạt động quảng bá thương hiệu thông qua: i) Tiếp tục thực hiện truyền tải rộng rãi các thông điệp quảng cáo với gương mặt đại diện Kim Tae Hee trên truyền hình và mạng xã hội; ii) Thực hiện các chương trình tăng cường nhận diện thương hiệu thông qua quảng cáo trên các tòa nhà, phương tiện LCD, các địa điểm tập trung đông đối tượng khách hàng mục tiêu là phân khúc khách hàng có độ tuổi từ 28-45, thu nhập khá và tư duy mua sắm hiện đại.
- **Hệ thống phân phối:** công ty sẽ mở mới 01 showroom tại Hà Nội và 01 showroom tại Hồ Chí Minh đồng thời tiếp tục kiếm đối tác để mở mới các đại lý có diện tích trên 100m² với mục tiêu dài hạn trưng bày và giới thiệu đồng thời các sản phẩm chăn ga gối đệm cùng các sản phẩm thuộc ngành hàng mới mà công ty vừa được cấp phép.
- **Đối với mảng kinh doanh B2B:** i) tiếp tục đẩy mạnh hoạt động marketing tại Nha Trang, Phú Quốc và các tỉnh du lịch phía Nam; ii) tập trung khai thác cơ hội kinh doanh từ các chương trình quà tết, tri ân CBNV của các công ty, tập đoàn lớn.
- **Đối với hoạt động xuất khẩu:** Bên cạnh việc tăng tỷ trọng đơn hàng với các khách hàng hiện tại, công ty tập trung đẩy nhanh việc chuẩn hóa quy trình sản xuất cũng như nguồn gốc xuất xứ nguyên liệu đầu vào nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế đối với hàng nhập khẩu. EVE tiếp tục thực hiện xuất khẩu Chăn ga thông qua các hình thức: i) xuất khẩu trực tiếp thông qua các công ty con trực thuộc, ii) thỏa thuận hợp tác, iii) thông qua đầu tư liên kết.

❖ Các hoạt động khác

- **Quản trị nhà máy:** Tháng 10 vừa qua nhóm các chuyên gia tư vấn cấp cao đến từ Hàn Quốc đã có chuyến thị sát nhà máy của công ty tại Hà Nội và Hưng Yên để chuẩn bị cho năm cải tổ, tăng năng



Everpia JSC

Head office and factory:

Duong xa, Gia Lam District, Hanoi City, Vietnam

Tel: (84-4) 827 6490 Fax: (84-4) 827 6492

suất lao động và nâng cao quản trị tại nhà máy. Hợp đồng với nhóm chuyên gia sẽ được thực hiện trong năm 2018 với các mục tiêu chính: i) quản trị rủi ro, phát hiện và loại trừ lãng phí; ii) triển khai ứng dụng 5S hiệu quả; iii) nâng cao năng lực quản trị và chất lượng sản phẩm.

- **Các công việc chuẩn bị niêm yết trên thị trường chứng khoán Hàn Quốc:** i) công ty tiếp tục hoàn thiện việc xây dựng báo cáo tài chính theo chuẩn mực quốc tế IFRS cho Báo cáo tài chính năm 2016 dưới sự tư vấn Công ty kiểm toán KPMG; ii) việc xây dựng hệ thống quản trị nội bộ theo đạo luật Sarbanes-Oxley đã tiến hành xong giai đoạn chuẩn hóa quy trình và xây dựng các điểm kiểm soát trọng yếu. Công ty tư vấn PwC sẽ tiến hành đánh giá độc lập sau tư vấn vào trung tuần tháng 12 tới.



Để biết thêm thông tin, vui lòng liên hệ:

Phòng Kế hoạch – Công ty Cổ phần Everpia

Tel: 0321 – 3791 777 – ext. 348

Fax: 0321 – 3791 999

Email: info@everpia.vn