

**Everpia JSC**

Head office and factory:

Duong xa, Gia Lam District, Hanoi City, Vietnam

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

BÁO CÁO TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG 2018 VÀ KẾ HOẠCH 2019

ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG CÔNG TY CỔ PHẦN EVERPIA NĂM 2019

A. Báo cáo kết quả hoạt động năm 2018

1. Hoạt động kinh doanh 2018

1.1. Tình hình doanh thu và lợi nhuận:

Doanh thu (Tỷ đồng):

Year	Chăn – ga – gối – đệm		Bông Tắm		Khăn		Khác		Tổng	
	Amount	Inc (%)	Amount	Inc (%)	Amount	Inc (%)	Amount	Inc (%)	Amount	Inc (%)
2016	503,5	-3,8%	340,8	5,7%			19,6	-43,8%	863,9	-1,9%
2017	667,7	32,6%	285,6	-16,2%			41,1	110,2%	994,4	15,1%
2018	714,2	7,0%	331,2	16,0%	91,4	<i>N/a</i>	44,0	6,8%	1.180,7	18,7%

Lợi nhuận (Triệu đồng):

Các chỉ tiêu	2016	2017	2018
Lợi nhuận gộp	291.078	329.918	381.075
Lợi nhuận trước thuế	113.490	63.250	95.709
Lợi nhuận sau thuế	89.615	50.919	76.212
Tổng số cổ phiếu lưu hành	41.979.773	39.547.973	38.047.973
Lợi nhuận trên cổ phần (đồng)	2.148	1.215	1.933

Các chỉ tiêu cơ bản:

Các chỉ tiêu	2016	2017	2018
Tổng tài sản (Triệu đồng)	1.114.827	1.276.449	1.490.113
Cơ cấu tài sản (%)			
- Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	27,8%	24,2%	21,1%
- Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	72,2%	75,8%	78,9%
Cơ cấu nguồn vốn (%)			
- Nợ phải trả/Tổng nguồn vốn	13,9%	28,2%	39,0%
- Vốn chủ sở hữu/Tổng nguồn vốn	86,1%	71,8%	61,0%
Khả năng thanh toán (Lần)			
- Khả năng thanh toán hiện hành	7,4	5,9	5,5
- Khả năng thanh toán nhanh	3,7	3,4	3,5
Tỷ suất lợi nhuận (%)			
- Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	8,0%	4,0%	5,1%
- Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	10,4%	5,1%	6,5%
- Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	9,3%	5,6%	8,4%

1.2. Thị trường và kênh phân phối

Ngành Chăn – ga – gối – đệm

Chăn – ga – gối – đệm là ngành kinh doanh cốt lõi của Everpia và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu của công ty với doanh thu 714,2 tỷ đồng tương ứng tỷ trọng 60,4% trên tổng các loại thu nhập năm 2018. Trong đó, doanh thu từ B2C đạt 469,0 tỷ đồng, doanh thu B2B đạt 128,7 tỷ đồng, doanh thu Online đạt 9,8 tỷ đồng và doanh thu xuất khẩu đạt 106,6 tỷ đồng với tỷ trọng tương ứng trong tổng doanh thu ngành hàng Chăn – ga – gối – đệm lần lượt là: 65,7%, 18,0%, 1,4%, 14,9%.

Nhờ những nỗ lực của các hoạt động marketing năm 2017 và sự đón nhận của khách hàng cho bộ sưu tập năm 2019 với các chất liệu mới, năm 2018, doanh thu B2C – hoạt động chính của ngành hàng Chăn ga bùng nổ mạnh với mức tăng trưởng 12,9% so với cùng kì. Với kênh bán hàng B2B và xuất khẩu, sau một thời gian dài tăng trưởng liên tục về doanh thu đã gây áp lực lên năng lực sản xuất của công ty. Trước tình hình này, ban lãnh đạo Công ty đã chọn lọc các đơn hàng có tỷ lệ lợi nhuận từ 8% trở lên và loại bỏ các đơn hàng có lợi nhuận thấp

để tối ưu năng lực sản xuất. Điều này đã làm doanh số mảng B2B và xuất khẩu năm 2018 chỉ tăng nhẹ so với năm 2017.

Trong năm nay, ngành Chăn – ga – gối – đệm của công ty đã ghi nhận những thành quả bước đầu của chiến lược chiếm lĩnh thị trường phía Nam. Doanh thu chăn ga phía Nam do đó đã đạt mức tăng trưởng vượt bậc 26,1% so với cùng kì. Trong đó, doanh thu B2C tăng trưởng 26,6% và doanh thu B2B tăng trưởng 101,0%. Đây là thành quả cho những nỗ lực của việc nghiên thị trường miền Nam của Viện thiết kế phía Nam, cải tiến hệ thống đại lý và các hoạt động quảng bá sản phẩm trong khu vực. Sự tăng trưởng ấn tượng này đồng thời khẳng định sự lớn mạnh của thương hiệu Everon trong thị trường phía Nam và là nền tảng vững chắc cho các bước thâm nhập, chiếm lĩnh thị trường sâu hơn trong chiến lược của Công ty trong tương lai.

Ngành Bông tằm

Doanh thu từ bông tằm và chăn bông tuy chỉ chiếm tổng cộng 28,0% trong tổng các nguồn thu nhập của Everpia nhưng đóng góp một phần quan trọng trong lợi nhuận của Công ty. Trong năm 2018, nhờ sự tăng trưởng đơn hàng của các khách hàng mới và khách hàng truyền thống, doanh thu Bông tằm tăng trưởng mạnh với mức tăng 16,0% so với cùng kì. Biên lợi nhuận gộp giảm 12,7% từ mức 49,3% xuống 36,6% do các thay đổi trong phương pháp phân bổ chi phí giá vốn giữa ngành hàng Bông tằm và Chăn – ga – gối – đệm của Công ty.

Cuối 2018 và đầu năm 2019, chúng tôi đã đạt được chứng chỉ RCS về quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm bông tái chế và chứng chỉ GRS – một chứng chỉ quốc tế có giá trị cao hơn về tiêu chuẩn toàn cầu với các sản phẩm tái chế. Đây sẽ là một trong những lợi thế lớn của Công ty để đạt được các đơn hàng từ các khách hàng khó tính, gia tăng giá trị sản phẩm, tăng trưởng lợi nhuận và củng cố hình ảnh thương hiệu của Công ty trên thương trường.

Ngành hàng mới

Trong năm 2018, ngành hàng Khăn đã đóng góp 91,4 tỷ đồng doanh thu và đem lại cho Công ty 13,5 tỷ đồng lợi nhuận gộp. Mặc dù tỷ suất lợi nhuận còn khiêm tốn nhưng đây vẫn là một sự cải thiện đáng kể so với trước khi sáp nhập vào Everpia. Hưởng lợi từ hoạt động cải tổ nhà máy, ngành hàng Khăn được mong đợi sẽ tạo ra sự đột phá khi xử lý hết các vấn đề tồn đọng trong quản lý và năng lực sản xuất trước đây để tận dụng hết những lợi thế về mặt sản phẩm và mạng lưới khách hàng. Bên cạnh việc xuất khẩu, Công ty cũng đã triển khai ngành hàng này trên thị trường nội địa từ tháng 3/2018 thông qua hệ thống đại lý của Công ty.

2. Hoạt động đầu tư

2.1. Đầu tư xây dựng và nâng cấp nhà xưởng, máy móc

Bên cạnh việc duy trì, bảo dưỡng máy móc hiện tại, trong năm 2018, công ty đã tiến hành nâng cấp và lắp đặt thêm máy móc, thiết bị tại các nhà máy Hà Nội, Hưng Yên, Đồng Nai và sáp nhập dự án sản xuất khăn từ Texpia với tổng mức đầu tư tài sản cố định đạt 43,3 tỷ đồng. Trong đó có một số hạng mục đầu tư chính như sau:

- Máy móc sản xuất Khăn từ Texpia : 14,0 tỷ đồng
- Dây chuyền sản xuất bông tấm : 11,0 tỷ đồng
- Máy chần bông : 8,6 tỷ đồng
- Phương tiện vận tải : 5,0 tỷ đồng

2.2 Các khoản đầu tư tài chính

Trong năm 2017, sau khi đánh giá lại hiệu quả của các phương án sáp nhập Texpia, Công ty đã quyết định mua lại toàn bộ dự án sản xuất Khăn của Texpia. Trong năm 2018, dựa trên dây chuyền máy móc, công nghệ cùng mạng lưới khách hàng của Texpia, chúng tôi đã thiết lập ngành hàng Khăn của Công ty.

3. Cải tổ các hoạt động tại nhà máy

Sau chặng đường dài 25 năm hình thành và phát triển, lần đầu tiên Everpia thực hiện một cuộc đại cải tổ sâu rộng và mạnh mẽ.

Thứ nhất là thay đổi nhận thức và tư duy của cán bộ, nhân viên. Việc thay đổi nhận thức cần được tiến hành đều đặn, liên tục và kiên trì, cho đến khi nó trở thành một thói quen và cao hơn nữa là văn hóa doanh nghiệp. Vì vậy, dưới sự hướng dẫn của các chuyên gia, ban lãnh đạo EVE đã đúc kết ra “10 điều cơ bản về cải tổ” và “4 slogan hoạt động hợp lý hóa”, được toàn thể cán bộ, nhân viên nhắc lại hàng ngày. Nội dung các slogan được viết ngắn gọn, dễ hiểu, trực quan, kích lệ tinh thần cải cách mọi lúc, mọi nơi của nhân viên. Nhờ vậy, tinh thần đổi mới sáng tạo trong công việc đã dâng cao trong toàn công ty. Thay vì đơn thuần làm việc theo lối cũ, sau quá trình cải tổ, nhân viên EVE đã chủ động suy nghĩ và đề xuất những phương án làm việc hợp lý hơn, qua đó tạo thêm niềm hứng khởi trong công việc và liên tục lan tỏa tinh thần cải tổ đó.

Thứ hai là thay đổi phương thức làm việc. Trong đó EVE tập trung vào hai giải pháp chính:

- Dọn dẹp và vệ sinh môi trường làm việc theo hướng: hàng hóa được phân loại theo tốc độ lưu chuyển và dán nhãn, lưu trữ tại các khu vực riêng một cách khoa học, tạo thuận tiện cho hoạt động xuất nhập và kiểm đếm hàng. Hoạt động 5S được thực hiện hàng ngày thay vì hàng tuần như trước đây.
- Sắp xếp lại máy móc, dây chuyền sản xuất một cách khoa học. Theo đó, dây chuyền sản xuất đệm lò xo được chuyển về Nhà máy Hưng Yên để có thể cung cấp đầy đủ các sản phẩm chăn ga gối đệm từ một địa điểm sản xuất. Sắp xếp lại dây chuyền chuyền bông theo hướng sản xuất liên hoàn, giảm thời gian di chuyển giữa khâu sản xuất và kiểm tra chất lượng. Công ty còn bố trí thêm bàn làm việc tại các khâu xuất hàng thành phẩm, đo và cắt may để cán bộ, nhân viên có tư thế làm việc tốt nhất, giúp tăng năng suất lao động và bảo vệ sức khỏe người lao động

Thứ ba là tách bạch riêng và xử lý hàng tồn kho. Để tăng không gian cho các hoạt động sản xuất thường nhật, những hàng hóa chậm luân chuyển sau một thời gian nhất định sẽ được chuyển sang kho miễn trách, để tập trung vào sản xuất và tối ưu hóa năng suất hoạt động. Hàng hóa được lưu tại kho này 2 tuần/lần sẽ được các bộ phận liên quan cùng xuống kiểm tra và thảo luận phương án tận dụng tối ưu như: tạo mẫu thiết kế chăn ga hoặc sản phẩm mới từ các mẫu vải tồn, lên các chương trình bán hàng đặc biệt để thanh lý các mặt hàng tồn kho này.

Các bước cải tổ đồng bộ trên không chỉ có sự tham gia của các cán bộ, nhân viên, mà toàn bộ ban lãnh đạo từ cấp cao nhất đều quan tâm và theo dõi sát sao. Công ty đã thuê riêng một chuyên gia đảm nhận vị trí Giám đốc sản xuất để trực tiếp điều hành quá trình cải tổ. Hàng tuần, một thành viên của Ban giám đốc, bao gồm cả Tổng giám đốc sẽ đi tuần tra nhà xưởng và giám sát quá trình cải tổ, đồng thời có những góp ý, cũng như khích lệ cán bộ nhân viên trong quá trình chuyển đổi

4. củng cố lại vị thế thương hiệu

Trong năm 2018, để củng cố vị thế thương hiệu, Công ty tiếp tục gia hạn hợp đồng với diễn viên nổi tiếng Kim Tae Hee là đại sứ thương hiệu của công ty, mở mới 5 showroom và tiếp tục cải tiến hệ thống phân phối theo hướng tập trung vào chất lượng đại lý với tham vọng sẽ khôi phục lại và gia tăng thị phần của công ty từ nay về sau. Ghi nhận một phần tác động từ chiến dịch quảng cáo trên, doanh thu Chăn – ga – gối – đệm đã tăng trưởng 7,0% trong năm. Trong đó, doanh thu từ B2C tăng trưởng 12,9% cùng với sự tăng trưởng sản lượng tiêu thụ đạt 8,0% trong năm. Đây là dấu hiệu rất tốt không những cho thấy hiệu quả nhanh từ chiến

dịch quảng cáo mà còn hứa hẹn tiềm năng tăng trưởng tốt cho ngành hàng B2C nói riêng và chăn ga nói chung trong năm 2019 và các năm tiếp theo.

5. Phân phối lợi nhuận

Thực hiện nghị quyết Đại hội Cổ đông năm 2018, Everpia đã thực hiện phân phối lợi nhuận chưa phân phối lũy kế đến 31/12/2017 như sau:

- Trả cổ tức tiền mặt vào ngày 18/5/2018. Cụ thể như sau:
 - Tỷ lệ cổ tức tiền mặt : 10% (mỗi cổ phiếu được nhận 1.000 đồng)
 - Tổng số đã chi trả : 39.805.509.500 đồng
- Trích lập quỹ quản lý 5% từ lợi nhuận sau thuế tương ứng đã trích 2,5 tỷ đồng. Trong năm, công ty đã sử dụng quỹ 15,2 tỷ đồng. Số dư quỹ tại 31/12/2018 là 0,3 tỷ đồng.

B. Kế hoạch 2019

Với mục tiêu “đổi mới để tiến xa hơn”, thừa hưởng những thành tựu tích cực từ công cuộc cải tổ năm 2018, ngay từ những ngày đầu năm 2019, Ban lãnh đạo công ty cùng các trưởng bộ phận đã xây dựng kế hoạch hành động với nhiều đổi mới nhằm hoàn thành kế hoạch kinh doanh tại cả hai chỉ tiêu cơ bản: doanh thu và lợi nhuận.

Doanh thu và lợi nhuận mục tiêu được Ban giám đốc, Hội đồng quản trị trình Đại hội Cổ đông thường niên 2019 sẽ là:

Đvt: tỷ đồng

	Kế hoạch 2019	2018	+/-
Doanh thu	1.300	1.180	10,1%
Lợi nhuận sau thuế	100	76	31,2%

Để hoàn thành kế hoạch về doanh thu và lợi nhuận cho năm tài chính 2019, Ban Giám đốc xây dựng kế hoạch hành động chi tiết cho toàn Công ty như sau:

1. Ngành Chăn – ga – gối – đệm

a. Hoạt động bán lẻ trong nước

❖ Kênh phân phối

- **Phát triển hệ thống showroom:** Với mục tiêu xây dựng mô hình kiểu mẫu cho các đại lý, là nơi Công ty giới thiệu các sản phẩm mới, thăm dò và khảo sát trực tiếp thị hiếu khách hàng. Năm 2019 công ty dự kiến mở mới 10 showroom tại một số địa bàn tiềm năng như: Nha Trang, Phú Quốc, Hải Phòng... và các khu chung cư cao cấp tại Hà Nội và Hồ Chí Minh.

- **Hệ thống đại lý:** Nhằm tận dụng tối đa nguồn lực từ thị trường phân phối, cũng như đẩy mạnh việc giới thiệu các ngành hàng mới tới người tiêu dùng, trong năm 2019, Everpia sẽ tìm kiếm và chọn lọc đối tác để mở mới các đại lý phân phối đồng thời hoặc riêng lẻ các sản phẩm do công ty cung cấp. Các đại lý sẽ được hỗ trợ đầy đủ về nội thất trưng bày, đào tạo về sản phẩm, kỹ năng bán hàng, các hoạt động chăm sóc sau bán hàng... Đối lại, các đại lý phải đạt được các mức doanh thu cam kết với Công ty.
- ❖ **Danh mục sản phẩm**
 - **Đệm lò xo KingKoil:** để khai thác tối đa thương hiệu đệm lò xo quốc tế tại thị trường bán lẻ, các hoạt động truyền thông giới thiệu sản phẩm sẽ được tổ chức tại các tổng đại lý của công ty. Bên cạnh đó, công ty thiết lập riêng 1 trang thông tin điện tử giới thiệu chi tiết về tính năng, ưu điểm của từng dòng đệm, quy định về bảo hành, chế độ vận chuyển... giúp khách hàng có thể nhanh chóng có được đầy đủ các thông tin quan tâm.
 - **Mành rèm:** Với khát vọng trở thành người bạn đồng hành của mỗi gia đình, các chương trình bán hàng kết hợp giữa Chăn ga gối đệm và Mành rèm, các gói giải pháp nội thất căn hộ sẽ được công ty khai thác và phát triển mạnh trong năm 2019.
- ❖ **Mở rộng thị trường:** Trong chiến lược dài hạn 2018-2022, Công ty sẽ tiếp tục đẩy mạnh chiếm lĩnh thị trường phía Nam và mở rộng thêm những kênh bán hàng mới hiện đại bên cạnh việc duy trì các kênh bán hàng truyền thống.
- ❖ **Hoạt động truyền thông:** Bắt kịp xu thế phát triển mới của thị trường với cơ hội tiếp cận khách hàng bằng chi phí rẻ nhất từ cuộc cách mạng số, Everpia sẽ xây dựng một nhóm Digital Marketing chuyên nghiệp nhằm tạo tương tác tốt nhất, tăng kết quả tìm kiếm và truyền tải các thông điệp nhanh nhất tới người tiêu dùng.

b. Hoạt động kinh doanh các đơn hàng doanh nghiệp (B2B):

Hiện tại, doanh số bán hàng của B2B khá khiêm tốn so với phân khúc thị trường cho các khách hàng doanh nghiệp và khách sạn, phân khúc này được đánh giá là rất có tiềm năng và Công ty định hướng B2B sẽ là mảng kinh doanh đóng góp tỷ trọng lớn trong cơ cấu doanh thu Chăn ga trong thời gian tới.

- Khách hàng là các khách sạn, khu nghỉ dưỡng:

- Sản phẩm chăn ga: đa dạng nhà cung cấp đáp ứng tối đa nhu cầu của các khách sạn thuộc các phân khúc khác nhau
- Sản phẩm đệm: tập trung khai thác lợi thế từ thương hiệu đệm lò xo KingKoil vốn dĩ được tin dùng bởi các khách sạn năm sao quốc tế tại Việt Nam.
- Mành rèm: vốn là ngành hàng chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu đầu tư mua mới và thay mới của các khách sạn, doanh thu từ mành rèm dự kiến đóng góp 40% tổng doanh thu toàn hoạt động B2B năm 2019.

- Khách hàng là các doanh nghiệp:
 - ✓ Liên tục bổ sung các mặt hàng quà tặng độc đáo, hấp kíp xu hướng thị trường
 - ✓ Làm việc với các nhà cung cấp đồ dùng gia đình và sản phẩm quà tặng chất lượng cao với mục tiêu trước mắt là nhà phân phối độc quyền tại Việt Nam, mục tiêu lâu dài là hình thành chuỗi cung ứng đồ dùng thiết yếu.

c. Hoạt động bán hàng Online

Khắc phục các hạn chế từ các hoạt động Marketing Online đã triển khai trong những năm vừa qua, Everpia hiện đang xây dựng website bán hàng chuyên nghiệp cùng sự ra mắt thương hiệu chần ga mới dành riêng cho kênh bán hàng Online. Việc làm này góp phần khai thác tối đa nhu cầu thị trường mà không ảnh hưởng tới doanh thu từ thương hiệu Everon của các đại lý phân phối.

d. Hoạt động xuất khẩu chần ga:

- **Thị trường:** Hàn Quốc là thị trường xuất khẩu truyền thống của EVE do sự hiểu biết về cơ chế quản lý thị trường tại thị trường này cũng như lợi thế của các hiệp định thương mại hai chiều của hai nước. Tiềm năng xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc còn rất lớn, năm 2019, Hàn Quốc tiếp tục được lựa chọn là thị trường trọng tâm trong các hoạt động Marketing xuất khẩu.
- **Sản xuất:** để đảm bảo chất lượng sản phẩm, một nhóm Kiểm tra chất lượng với quy trình làm việc rõ ràng đã được thiết lập ngay từ đầu năm 2019. Quy trình sản xuất cũng đã được đổi mới để nâng cao năng lực sản xuất và giảm chi phí nhân công.

2. Ngành hàng Bông tằm

- **Về sản phẩm:** Bên cạnh tiếp tục khai thác lợi thế chất lượng ổn định từ các sản phẩm Bông truyền thống, từ năm 2019 các sản phẩm Bông tái chế của công ty đã đạt cả 2 tiêu chuẩn khắt khe là RCS và GRS, đây là lợi thế cạnh tranh lớn trong việc giới thiệu sản phẩm cho các khách hàng Hàn Quốc và Nhật Bản cũng như tìm kiếm thị trường xuất khẩu mới cho công ty.
- **Về việc mở rộng thị trường:** i) duy trì mối quan hệ tốt với các khách hàng truyền thống, ii) tìm kiếm cơ hội cung cấp hàng hóa nhiều hơn cho các khách hàng hiện tại, iii) tiếp cận các nhà máy, công ty may mới thành lập; iv) phát triển thêm các nhóm khách hàng ở ngoài ngành may mặc nhưng vẫn có nhu cầu mua các sản phẩm Bông tằm để làm phụ liệu cho việc sản xuất các sản phẩm như: khẩu trang, ghế sofa, ga trải...

3. Các hoạt động khác

Bên cạnh mục tiêu doanh thu, mục tiêu về lợi nhuận cũng là vấn đề Ban lãnh đạo công ty đặc biệt lưu ý, để đảm bảo tỷ lệ lợi nhuận kỳ vọng, Công ty xây dựng các giải pháp hành động như sau:

- Xây dựng mục tiêu lợi nhuận cho từng bộ phận kinh doanh. Lợi nhuận là một trong các chỉ tiêu xét hoàn thành hay không kế hoạch năm của từng bộ phận.
- Báo cáo doanh thu và lợi nhuận theo phòng ban được làm và gửi tới các bộ phận kinh doanh theo tháng, để các bộ phận điều chỉnh và lập kế hoạch kinh doanh cho các tháng tới.
- Lên kế hoạch ngân sách cho toàn Công ty và từng bộ phận. Định kỳ rà soát các khoản mục chi phí để đảm bảo tỷ lệ chi phí phải tương đồng hoặc thấp hơn tỷ lệ tăng trưởng doanh thu.
- Tiếp tục đưa việc đánh giá công nợ vào việc đánh giá hiệu quả hoạt động và chính sách khen thưởng cho các bộ phận kinh doanh.

4. Kế hoạch đầu tư

Để phục vụ tốt hơn cho hoạt động kinh doanh các đơn hàng cho khách sạn cùng các đơn hàng xuất khẩu, Công ty dự kiến sẽ thực hiện các hoạt động đầu tư như sau:

Đvt: triệu đồng

Hạng mục	Số tiền tạm tính
Mở rộng hoạt động kinh doanh	
Mở mới showroom	40.000
Nâng cấp đại lý	9.000
Hoạt động quảng cáo	28.000
Nghiên cứu và giới thiệu sản phẩm mới	5.000
Nâng cao năng lực sản xuất	
Dây chuyền sản xuất Bông	10.000
Dây chuyền sản xuất Chăn ga	5.000
Tổng	97.000