



**Everpia JSC**  
Head office and factory:  
Đường xa, Gio Lam District, Hanoi City, Vietnam  
Tel: (84-1) 827 6190 Fax: (84-1) 827 6192

**Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Hung Yên, ngày 27 tháng 4 năm 2023

## BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

**Tới: Đại hội đồng cổ đông**

**Tuân theo:**

- Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ Công ty Cổ phần Everpia;
- Quyền và nghĩa vụ của Hội đồng quản trị;
- Báo cáo tài chính năm 2022 đã được kiểm toán bởi Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam.

### I. Báo cáo kết quả kinh doanh năm 2022

#### 1. Thông tin chung về Doanh thu và Lợi nhuận

**Doanh thu (Tỷ đồng):**

Năm	Chăn – ga – gối – đệm		Bông Tằm		Khăn		Khác		Tổng	
	Giá trị	+/- (%)	Giá trị	+/- (%)	Giá trị	+/- (%)	Giá trị	+/- (%)	Giá trị	+/- (%)
2020	534	-13%	204	-28%	96	21%	21	-19%	855	-15%
2021	562	5%	209	2%	76	-21%	19	-8%	866	1%
2022	707	26%	234	12%	80	5%	1	-96%	1,021	18%

**Tỷ lệ lợi nhuận (%)**

Chỉ tiêu/ Items	2020	2021	2022
Biên lợi nhuận gộp	31%	34%	38%
Tỷ suất lợi nhuận trước thuế	7%	9%	11%
Biên lợi nhuận ròng (ROS)	5%	7%	9%
LNST/VCSH (ROE)	4%	6%	9%
LNST/Tổng tài sản (ROA)	3%	5%	6%

**Các chỉ tiêu cơ bản**

Các chỉ tiêu	2020	2021	2022
<b>Tổng tài sản (Triệu đồng)</b>	<b>1.353.033</b>	<b>1.268.743</b>	<b>1.456.695</b>
<b>Cơ cấu tài sản (%)</b>			
- Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	20%	24%	28%
- Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	80%	76%	72%
<b>Cơ cấu nguồn vốn (%)</b>			
- Nợ phải trả/Tổng nguồn vốn	30%	24%	29%
- Vốn chủ sở hữu/Tổng nguồn vốn	70%	76%	71%
<b>Khả năng thanh toán (Lần)</b>			
- Khả năng thanh toán hiện hành	7,1	3,6	3,4
- Khả năng thanh toán nhanh	4,9	2,3	2,2
- Hệ số đảm bảo lãi vay	5,1	4,5	18,1
- Chỉ số vòng quay các khoản phải thu	4,7	5,1	4,9
- Vòng quay hàng tồn kho	1,6	1,7	1,8
<b>Tỷ suất lợi nhuận (%)</b>			

- Biên lợi nhuận gộp	31%	34%	38%
- Biên lợi nhuận hoạt động	7%	9%	11%
- Lãi cơ bản trên cổ phiếu	1.105	1.453	2.215

## 2. Chi tiết hoạt động các ngành hàng

### 2.1 Ngành hàng Chăn ga gối đệm

Chăn ga gối đệm có doanh thu đạt 707 tỷ đồng tương ứng tỷ trọng 69% tổng doanh thu năm 2022 với sự tăng trưởng ở tất cả các mảng hoạt động. Trong đó, doanh thu từ bán lẻ (B2C), doanh thu từ đơn hàng khách sạn (B2B), doanh thu Online và doanh thu xuất khẩu tăng trưởng lần lượt là 18%, 34%, 58% và 39%.

Trước các thách thức của hội nhập, mở cửa thị trường và cuộc cách mạng 4.0, Everpia đã không ngừng cải tiến sản phẩm và phát triển các dịch vụ nhằm mang đến trải nghiệm khách hàng hoàn thiện, tích cực trong mọi giai đoạn của hành trình mua hàng. Từ các khảo sát và phân tích thị trường, bên cạnh Bộ sưu tập năm với 39 mẫu chăn ga mang chủ đề Sự kết nối, gồm Kết nối thế giới tự nhiên, Kết nối con người, Kết nối với tâm hồn bên trong, trong năm 2022, Everpia còn cho ra mắt Bộ sưu tập Sắc hoa dành riêng cho kênh bán online, Bộ sưu tập hè – Summer set dành riêng cho thị trường tỉnh, cùng với đó là 4 dòng sản phẩm đệm Bông ép mới gồm Good Sleep, 4.0, Thẻ hệ mới JAGD3, và Ceramic VIP. Bên cạnh đó, công ty đã xây dựng thêm các kênh chăm sóc và thu thập phản ánh của khách hàng để việc đánh giá và tiếp nhận yêu cầu hỗ trợ của người tiêu dùng được dễ dàng và thuận lợi nhất. Đồng thời từ đó công ty cũng sẽ có được cái nhìn đúng, đủ, khách quan về sản phẩm dịch vụ của mình để phát huy, cải tiến, sửa chữa một cách kịp thời. Quá trình xử lý phản hồi của khách hàng từ đó cũng được rút ngắn và hiệu quả hơn.

Đối với hoạt động kinh doanh đơn hàng khách sạn, sự phục hồi trở lại của lượng khách du lịch nội địa và quốc tế cùng triển vọng tăng trưởng tích cực của ngành du lịch trong trung và dài hạn tiếp tục là nhân tố thúc đẩy chiến lược chào thầu combo sản phẩm chăn ga gối đệm và rèm cho các dự án khách sạn lớn. Với uy tín trên thị trường, tập khách hàng chính của Everpia là khách sạn 5 sao và tập đoàn khách sạn quốc tế, tỷ trọng đơn đặt hàng từ tập khách hàng này đã tăng 40% trong năm 2022. Tại các tháng cuối năm, nhiều dự án ký kết từ trước được đẩy nhanh tiến độ cùng với việc các đơn hàng quà tặng tặng đưa doanh thu cả năm 2022 của mảng B2B đạt 113 tỷ, tăng 31% so với cùng kỳ năm trước.

Đối với kênh bán hàng online, thương hiệu Chăn ga gối được phát triển riêng qua thương hiệu K-Bedding được ra mắt năm 2020 đến nay là thương hiệu chăn ga gối hàng đầu trên các nền tảng thương mại điện tử phổ biến. Sản phẩm tập trung vào họa tiết gần gũi, cấu trúc tối giản, chất liệu hiện đại như MicroModal, MicroTencel, Yarn Dyed và Microfiber với mức giá cạnh tranh. Ngoài các sản phẩm chính là chăn - ga - gối, K-bedding cũng có một số sản phẩm đặc thù như bộ tấm trải tiện ích dành cho thế hệ Gen Z; túi ngủ với 4 phiên bản là 4 nhân vật hoạt hình: Mèo con, Gấu trúc, Chim cánh cụt và Pingu dành cho thế hệ Alpha. Các gian hàng K-Bedding tại các sàn TMĐT luôn duy trì vị trí dẫn đầu doanh số nhờ sự hợp tác chặt chẽ với các chương trình của sàn, sự đa dạng sản phẩm và các chính sách ưu đãi hấp dẫn hướng đến khách hàng trực tuyến. Nhờ đó, doanh thu của kênh online năm 2022 đạt 65 tỷ, tăng 52% so với năm 2021. Để đẩy mạnh mô hình bán hàng đa kênh, bên cạnh nền tảng thương mại điện tử, sản phẩm của K-Bedding cũng có mặt tại các kênh MT và hiện là thương hiệu chăn ga gối duy nhất có mặt ở hầu

hết các chuỗi bán lẻ lớn trên thị trường như: GO! - Big C, Aeon, MM Mega Market, Lotte, và Con Cưng.

Hoạt động xuất khẩu Chăn ga năm 2022 tăng 39% so với cùng kỳ do tình hình dịch bệnh ổn định cũng như sự mở cửa trở lại nền kinh tế đã cải thiện tình hình xuất khẩu trong nửa đầu năm 2022. Bên cạnh đơn hàng từ các khách hàng truyền thống, công ty đã có thêm nhiều đơn hàng từ các khách hàng mới tại thị trường Hàn Quốc, đơn hàng chuyển tiếp từ các nhà cung cấp từ các quốc gia khác nhờ lợi thế về chất lượng sản phẩm và thời gian giao hàng mẫu.

Nhìn chung, việc ra mắt bộ sưu tập năm sớm hơn thông lệ một tháng đã giúp khắc phục đáng kể việc dồn ứ đơn hàng vào thời điểm cuối năm khi mà công ty phải ưu tiên sản xuất các sản phẩm B2C để giao cho đại lý theo đơn đặt hàng pre-order và từ chối một số đơn hàng B2B và xuất khẩu do năng lực của xưởng sản xuất không thể đáp ứng được hết cùng lúc các đơn hàng. Sự cải thiện này không chỉ giúp tăng doanh thu cho hoạt động B2B và Xuất khẩu do các bộ phận này có thể nhận thêm nhiều đơn hàng vào các tháng cuối năm mà còn giúp các xưởng sản xuất chăn ga phân bổ đều lịch sản xuất giữa các tháng, hạn chế tình trạng lãng phí nguồn lực trong tháng này nhưng lại phát sinh chi phí làm ngoài giờ của công nhân vào tháng khác. Phản ánh vào số liệu tài chính, việc tăng doanh thu, tăng hiệu quả sản xuất đã giúp biên lợi nhuận gộp ngành hàng Chăn ga gối đệm đạt gần 40%, cao nhất trong các năm gần đây.

## **2.2 Ngành hàng Bông tằm**

Doanh thu ngành hàng Bông tằm cả năm 2022 đạt 234 tỷ, tăng 12% so với năm trước. Mức tăng trưởng này chủ yếu là từ nửa đầu năm 2022 với doanh thu 150 tỷ, tăng 23% so với cùng kỳ. Ngược lại với diễn biến tích cực đầu năm, ảnh hưởng tiêu cực từ cuộc khủng hoảng lạm phát và năng lượng toàn cầu đã khiến doanh thu của bông tằm nửa cuối năm 2022 chỉ tăng nhẹ 1% so với cùng kỳ. Tuy vậy, tỷ suất biên lợi nhuận của bông tằm vẫn ở mức cao, tăng từ 40.9% lên mức 41.4% trong năm 2022. Điều này cho thấy chiến lược phát triển chỉ nhận các đơn hàng bao gồm cả Bông tằm và chăn bông đã thực sự đem lại hiệu quả kinh doanh tích cực.

Nhìn lại hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2022, ngành hàng Bông tằm đã đạt được một số thành tựu tạo tiền đề trong khát vọng kết nối tăng trưởng của tương lai như: i) tiếp tục mở rộng danh mục khách hàng với 33 khách hàng mới, ii) tự nghiên cứu và phát triển các dòng sản phẩm bông được làm từ xơ tự nhiên nhằm lan tỏa thông điệp bảo vệ môi trường tới đối tác và người tiêu dùng. Với thành công từ các dòng sản phẩm bông được làm từ xơ Sorona – xơ có phần chính là Bio-PDO một loại nhựa được tạo ra thông qua quá trình lên men đường có chiết xuất từ bắp ngô, Everpia đang tiếp tục nghiên cứu và cho ra mắt dòng sản phẩm bông WOOL ECO, được làm từ lông cừu kết hợp với xơ tái chế. Wool Eco gồm hai sản phẩm chính là bông tằm và bông nhồi có độ giữ nhiệt cao, độ bền tốt, an toàn cho da, được dùng làm nguyên liệu đầu vào cho các sản phẩm dệt may thời trang cao cấp, thân thiện với môi trường.

Song song với sự tăng trưởng của doanh thu, Bông tằm đã đạt lợi nhuận 234 tỷ đồng, tăng trưởng 12% so với năm trước. Với mức biên lợi nhuận đạt 41.4% trong năm 2022, Ngành Bông tằm tiếp tục là mảng có hiệu suất sinh lời cao nhất của công ty. Sở dĩ, ngành hàng này có thể liên tục duy trì hiệu suất sinh lời cao là nhờ vào (i) công ty có nguồn nguyên liệu ổn định với mức giá cạnh tranh nhất trên thị trường, (ii) đội ngũ công nhân tay nghề cao đáp ứng được các đơn hàng có yêu cầu cao về độ khó của sản phẩm, (iii) quy trình sản xuất được kiểm định nghiêm ngặt khi sở hữu

đầy đủ các chứng chỉ toàn cầu về quản lý sản xuất và môi trường làm việc như: GRS – chứng chỉ về Bông tái chế, BSCI - Bộ tiêu chuẩn đánh giá tuân thủ trách nhiệm xã hội trong kinh doanh.

### 2.3 Ngành hàng Khăn

Khác với bối cảnh bị tác động nặng nề do việc đứt gãy chuỗi cung ứng do đại dịch gây ra hơn 1 năm trước, ngành hàng khăn đã có doanh thu tăng trưởng ổn định hàng tháng với doanh số tăng nhờ sự cải thiện của hoạt động vận chuyển hàng hóa, tăng tỷ trọng các đơn hàng truyền thống từ hệ thống bệnh viện tại Mỹ và việc mở rộng tập khách lớn tại Châu Âu. Kết thúc năm 2022, doanh thu ngành hàng này đạt 79 tỷ đồng, tăng 5% so với năm trước.

Ngược với chiều tăng của doanh thu, biên lợi nhuận gộp giảm từ 20,7% xuống còn 7,9% năm 2022. Nguyên nhân chính là do sự tăng của nguyên liệu đầu vào với mức tăng giá trung bình lên tới 6%. Do thị trường cạnh tranh gay gắt nên Everpia chấp nhận hạn chế thay đổi giá bán, nỗ lực tăng doanh thu để bù vào chi phí và tăng độ nhận diện của sản phẩm trên thị trường để ghi nhận tăng doanh thu cho các năm sau.

### 2.4 Ngành hàng khác

Bên cạnh các ngành hàng chính, doanh thu từ các sản phẩm bổ sung như nội thất, đồ trang trí, dụng cụ nhà bếp góp phần mang lại 843 triệu đồng, chiếm 0.1% cơ cấu doanh thu toàn Công ty năm 2022.

## II. Đánh giá của HĐQT về hoạt động của Ban điều hành

### 1. Đánh giá chung về hoạt động điều hành

Năm 2022, HĐQT đánh giá cao sự chủ động, linh hoạt trong công tác điều hành của Ban Giám đốc với những chỉ đạo kịp thời, sát sao, đảm bảo các yêu cầu về quản trị rủi ro, nhất quán với đường lối chiến lược đề ra tại các nghị quyết của ĐHCĐ và HĐQT.

**Về hoạt động kinh doanh:** với kết quả kinh doanh đạt được năm 2022, các tiền đề chiến lược đã được tạo ra trong hai năm vừa qua, Ban điều hành đang chứng tỏ năng lực và sự sẵn sàng để đưa Everpia bước vào chu kỳ tăng trưởng mạnh mẽ mới:

- Ký kết Thỏa thuận hợp tác xây dựng chiến lược tái định vị cho thương hiệu Chăn ga gối đệm Everon. Lần tái định vị này không chỉ là sự cải cách về mặt thương hiệu, mà còn đưa ra những chỉ dẫn quan trọng cho định hướng kinh doanh và tầm nhìn dài hạn cho công ty;
- Đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu phát triển sản phẩm và chất lượng của các kênh phân phối – mang đến trải nghiệm thương hiệu mới một cách toàn diện và trọn vẹn nhất cho khách hàng.
- Tiếp tục hỗ trợ đại lý chuyển từ mô hình bán lẻ trực tiếp truyền thống sang mô hình bán lẻ vừa trực tiếp vừa trực tuyến – omnichannel;
- Hoạt động hoạch định chiến lược tiếp tục được kiện toàn, nhờ đó, các mục tiêu chiến lược, hành động chiến lược và các chương trình hành động được triển khai nhanh gọn, rõ ràng và nhất quán.

**Về mục tiêu môi trường:** Ban điều hành tiếp tục thực hiện các biện pháp cải tiến chất lượng sản xuất đồng thời giảm mức tác động đến môi trường xung quanh, thông qua việc cắt giảm tiêu thụ năng lượng, nước, giảm lượng khí thải và quản lý tốt chất lượng rác thải, nước thải. Ngoài ra, nỗ

lực tìm tòi các nguồn nguyên liệu tự nhiên thay thế dần các nguyên liệu truyền thống. Từ sự thành công của dòng sản phẩm bông được làm từ xơ Sorona – xơ có phần chính là Bio-PDO một loại nhựa được tạo ra thông qua quá trình lên men đường có chiết xuất từ bắp ngô, Everpia tiếp tục cho ra mắt dòng sản phẩm bông WOOL ECO, được làm từ lông cừu kết hợp với xơ tái chế. Bên cạnh đó, công ty đang có kế hoạch thay đổi túi đựng sản phẩm từ chất liệu PVC sang các chất liệu thân thiện với môi trường.

**Về mục tiêu xã hội:** mọi quyền lợi và chế độ phúc lợi dành cho người lao động được tuân thủ đúng theo các quy định hiện hành và cam kết của Công ty với người lao động. Trong kỳ, Công ty đã đóng góp 43 tỷ đồng vào ngân sách nhà nước.

### **2. Kết quả giám sát đối với Tổng Giám đốc**

Hội đồng quản trị đánh giá cao sự chủ động, linh hoạt của Ban Giám đốc đặc biệt là Tổng giám đốc trong việc tổ chức triển khai các phương án kinh doanh, thẳng thắn nhìn nhận những hạn chế, yếu kém về chính sách, hoạt động marketing và có các phương án cải tiến cụ thể. Sự sát sao của Tổng giám đốc tại các cuộc họp chiến lược hàng tháng đã hồi thúc việc hoàn thành chỉ tiêu KPI, đưa tổng doanh thu và lợi nhuận trong kỳ tăng trưởng tốt.

### **3. Kết quả giám sát đối với người điều hành khác**

Các thành viên trong Ban điều hành đã làm tốt vai trò, trách nhiệm của mình trong việc dẫn dắt, điều phối các bộ phận chuyên môn cùng hướng tới mục tiêu và lợi ích cao nhất của Công ty, nhờ đó giữ vững niềm tin từ người lao động, đối tác, khách hàng và các bên liên quan.

Báo cáo tài chính, hoạt động công bố thông tin, các nghị quyết của HĐQT được Ban điều hành triển khai và thực hiện nghiêm túc, hiệu quả..

### **Tiền lương của Tổng Giám đốc và người điều hành khác**

Tổng Giám đốc và người điều hành khác hưởng lương theo chế độ lương thưởng cho CBNV trong Công ty,

Tên thành viên	Chức vụ	Tiền lương	Thưởng và các lợi ích khác	Tổng cộng
Ông Lee Jae Eun	Tổng giám đốc	100%	0%	100%
Ông Cho Yong Hwan	Phó tổng giám đốc	100%	0%	100%
Ông Yu Sung Dae	Phó tổng giám đốc	100%	0%	100%
Ông Park Sung Jin	Giám đốc Chi nhánh Đồng Nai	100%	0%	100%

Chi tiết vui lòng tham khảo giải trình số 28 - Nghiệp vụ với các bên liên quan tại trang 45, Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2022.

### **Giao dịch với các bên liên quan**

- Giao dịch giữa công ty, công ty con, công ty do Everpia nắm quyền kiểm soát trên 50% trở lên vốn điều lệ với thành viên Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc, người điều hành khác của doanh nghiệp và những người có liên quan của đối tượng đó: Không có.
- Giao dịch giữa công ty với công ty trong đó thành viên Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc (Giám đốc), người điều hành khác của doanh nghiệp là thành viên sáng lập hoặc là người quản lý doanh nghiệp trong thời gian 03 năm gần nhất trước thời điểm giao dịch: Không có

### III. Báo cáo kết quả hoạt động của Hội đồng quản trị

#### 1. Cơ cấu thành viên và thù lao của thành viên HĐQT

- Từ ngày 1/1/2022 đến ngày 28/4/2022 thành viên HĐQT của Everpia gồm 6 người.
- Từ ngày 28/4/2022 đến ngày 31/12/2022, sau khi tiến hành bầu thành viên HĐQT nhiệm kỳ 2022 – 2026, thành viên HĐQT của Everpia gồm 5 người.

Thù lao HĐQT thực hiện theo phê duyệt của ĐHCĐ. Trong đó, các thành viên HĐQT điều hành không nhận thù lao, cụ thể:

Tên thành viên	Chức vụ	Thù lao HĐQT
Ông Cho Yong Hwan	Chủ tịch	-
Ông Lee Jae Eun	Thành viên	-
Ông Yu Sung Dae	Thành viên	-
Ông Park Sung Jin	Thành viên	-
Ông Lê Khả Tuyên	Thành viên	86.400.000
Bà Nguyễn Lê Hoàng Yến	Thành viên	28.800.000
<b>Tổng cộng</b>		<b>115.200.000</b>

#### 2. Các cuộc họp và các quyết định của HĐQT

Trong năm 2022, HĐQT công ty đã tiến hành 12 phiên họp, trong đó có 4 phiên họp thường kỳ mỗi quý và các phiên họp lấy ý kiến khác, 100% cuộc họp đều được thực hiện theo đúng các quy trình thủ tục với sự tham gia đầy đủ, tích cực, đóng góp ý kiến và biểu quyết thông qua của toàn bộ các thành viên HĐQT.

#### Các nghị quyết của HĐQT:

STT	Số Nghị quyết	Ngày	Nội dung	Tỷ lệ thông qua
01	001/2022/HĐQT/NQ	04/01/2022	Chốt danh sách thực hiện chia cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu từ nguồn cổ phiếu quỹ.	100%
02	002/2022/HĐQT/NQ	24/02/2022	Đầu tư thành lập Quỹ Đầu tư Cơ hội Mirae Asset Việt Nam.	100%
03	003/2022/HĐQT/NQ	08/03/2022	Thông qua kế hoạch tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2022.	100%
04	004/2022/HĐQT/NQ	07/04/2022	Thông qua kế hoạch phân phối lợi nhuận năm 2021; Thông qua kế hoạch kinh doanh năm 2022; Thông qua tài liệu họp ĐHCĐ thường niên năm 2022.	100%
05	005/2022/HĐQT/NQ	12/04/2022	Triển khai chi tiết phương án sử dụng cổ phiếu quỹ để bán cho người lao động.	100%
06	006/2022/HĐQT/NQ	10/05/2022	Bầu Chủ tịch Hội đồng quản trị nhiệm kỳ 2022 – 2026; Kế hoạch trả tức năm 2021 bằng tiền.	100%

07	007/2022/HĐQT/NQ	01/07/2022	Lựa chọn đơn vị kiểm toán độc lập cho hoạt động kiểm toán BCTC 2022; Thông qua chủ trương thực hiện các hợp đồng, giao dịch với công ty con Everpia Korea.	100%
08	008/2022/HĐQT/NQ	11/07/2022	Thông qua quy chế và danh sách CBCNV cho chương trình sử dụng cổ phiếu quỹ để bán cho người lao động.	100%
09	009/2022/HĐQT/NQ	03/08/2022	Sửa đổi một số nội dung tại Quy chế chương trình bán cổ phiếu quỹ cho người lao động.	100%
10	010/2022/HĐQT/NQ	16/09/2022	Xử lý số lượng cổ phiếu ESOP không phân phối hết.	100%
11	011/2022/HĐQT/NQ	22/09/2022	Tăng vốn đầu tư cho dự án nhà máy Giang Điền; Cập nhật địa chỉ dự án nhà máy Giang Điền.	100%
12	012/2022/HĐQT/NQ	18/10/2022	Thay đổi người đứng đầu chi nhánh Đồng Nai.	100%

### 3. Hoạt động của HĐQT

Căn cứ Điều lệ Công ty và Quy chế Quản trị Công ty, HĐQT đã thực hiện việc kiểm tra, giám sát hoạt động của TGD và các thành viên Ban điều hành trong việc điều hành sản xuất kinh doanh và triển khai các nghị quyết của ĐHCĐ và HĐQT trong năm 2022.

Với sự đồng hành sát sao cùng Ban Giám đốc, HĐQT đã thúc đẩy hiệu quả quá trình hiện thực hóa định hướng chiến lược cũng như các kế hoạch kinh doanh đã đề ra, vận dụng tốt cơ hội từ những thay đổi của thị trường do ngoại cảnh tác động.

Công tác hoạch định chiến lược tiếp tục được củng cố để thích ứng và đón đầu xu thế vận động mới của thị trường. Mục tiêu chiến lược 05 năm và dài hạn được đánh giá định kỳ trong các cuộc họp HĐQT và với Ban Giám đốc nhằm đảm bảo công ty luôn đi đúng theo lộ trình đã định. Mục tiêu này cũng được phổ cập tới toàn thể CBNV, đảm bảo sự nhất quán trong định hướng và hành động ở mọi cấp.

Công tác quản trị cũng được chú trọng đầu tư. Hướng đến mục tiêu là Bộ Nguyên tắc quản trị Công ty theo thông lệ tốt nhất, HĐQT đang dần nâng các tiêu chuẩn quản trị của mình theo các thông lệ tốt hơn, bước đầu bằng việc bổ nhiệm nhân sự phụ trách quản trị Công ty, và kiện toàn chức năng kiểm toán nội bộ cho mô hình 3 tuyến phòng thủ trong quản trị rủi ro.

### 4. Hoạt động của thành viên HĐQT

Mỗi thành viên HĐQT, với chuyên môn và vai trò của mình, đều đã có những đóng góp hiệu quả cho hoạt động của HĐQT trong năm 2022.

Thành viên	Chức vụ	Vai trò chuyên trách
Ông Cho Yong Hwan	Chủ tịch kiêm Phó Tổng Giám đốc	- Điều hành chung hoạt động của HĐQT; - Phụ trách phát triển kinh doanh thị trường phía Nam; - Định hướng về phát triển sản phẩm mới, ngành hàng

		<ul style="list-style-type: none"> <li>mới;</li> <li>- Trực tiếp chỉ đạo và giám sát việc xây dựng nhà máy mới tại KCN Giang Điền, tỉnh Đồng Nai.</li> </ul>
Ông Lee Jae Eun	Thành viên kiêm Tổng Giám đốc	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Điều hành chung hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty;</li> <li>- Quyết định ban hành các chính sách bán hàng, thúc đẩy kinh doanh, mở rộng kênh phân phối và các chi phí hoạt động trong phạm vi ngân sách đã được duyệt;</li> <li>- Quyết định bổ nhiệm nhân sự cấp cao sau khi tham khảo ý kiến từ các thành viên Ban điều hành;</li> <li>- Trực tiếp chỉ đạo hoạt động đầu tư.</li> </ul>
Ông Yu Sung Dae	Thành viên kiêm Phó Tổng Giám đốc	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Phụ trách nghĩa vụ công bố thông tin với cổ đông;</li> <li>- Trực tiếp chỉ đạo mảng kế toán tài chính và điều hành các bộ phận hỗ trợ kinh doanh (nhân sự, vật tư, xuất nhập khẩu...);</li> <li>- Theo dõi việc quản lý chi phí của các bộ phận kinh doanh, chi phí hoạt động của các xưởng sản xuất.</li> </ul>
Ông Park Sung Jin	Thành viên kiêm Phó Tổng Giám đốc	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trực tiếp quản lý mảng sản xuất và cung ứng tại khu vực miền Nam;</li> <li>- Giám sát tuân thủ các quyết định của HĐQT, Tổng Giám đốc tại khu vực miền Nam.</li> </ul>
Ông Lê Khả Tuyên	Thành viên độc lập	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giám sát hoạt động của Ban giám đốc;</li> <li>- Giám sát việc thực hiện chiến lược kinh doanh và hiệu quả quản trị sản xuất;</li> <li>- Cập nhật các chuyển động nổi bật của thị trường và của ngành tại Việt Nam;</li> <li>- Hỗ trợ về việc kết nối với các cơ quan quản lý nhà nước.</li> </ul>

Các thành viên HĐQT điều hành đã làm tốt vai trò của mình, chịu trách nhiệm trước Hội đồng quản trị về việc tổ chức triển khai các chỉ đạo, quyết định của HĐQT trong hoạt động kinh doanh. Không chỉ sát sao, quyết liệt trong công tác điều hành, các thành viên này còn là cầu nối quan trọng giúp HĐQT hiểu sâu sắc diễn biến của thị trường, qua đó điều chỉnh linh hoạt phương án kinh doanh cho phù hợp.

Các thành viên độc lập đều tham dự đầy đủ tất cả các cuộc họp của HĐQT, biểu quyết độc lập về các vấn đề thuộc thẩm quyền của HĐQT, và có những đóng góp, tư vấn quan trọng về chiến lược phát triển cũng như kế hoạch hành động cho từng lĩnh vực hoạt động và từng thời kỳ. Thông qua hiểu biết và kinh nghiệm của họ, HĐQT đã tiếp cận được các xu thế vận động của thị trường trong nước cũng như quốc tế, là nền tảng quan trọng cho tầm nhìn chiến lược và việc ra quyết định của HĐQT.

##### **5. Đánh giá của thành viên HĐQT độc lập về hoạt động của HĐQT**

Trong năm, HĐQT đã dành nhiều thời gian thảo luận về bối cảnh chuyển đổi kinh tế toàn cầu, xu hướng tiêu dùng xanh và tích hợp ESG trong chiến lược, quản trị, điều hành hướng đến phát triển bền vững để xây dựng các chiến lược phát triển và chiến lược quản trị công ty. HĐQT và Ban giám đốc đã có những tranh luận minh bạch và hiệu quả về các chủ đề: xu hướng kinh



doanh, chiến lược Everon 2.0, chiến lược ngành hàng mới – Home textile, tổ chức nhân sự, M&A.

HĐQT và Ban giám đốc đã sẵn sàng lắng nghe, ghi nhận những ý kiến đóng góp và đề xuất của thành viên độc lập, và có giải thích thỏa đáng nếu không áp dụng những ý kiến đó. Các yêu cầu giải trình từ thành viên độc lập cũng được trả lời đầy đủ, cụ thể và kịp thời.

HĐQT đã làm việc với tinh thần trách nhiệm và minh bạch trong công tác quản trị; thường xuyên chỉ đạo, giám sát Ban Giám đốc trong việc thực hiện các Nghị quyết của HĐQT và ĐHĐCĐ. Trong bối cảnh chung đầy thách thức, HĐQT đã thể hiện rõ vai trò lãnh đạo, giúp Công ty hoạt động ổn định, đồng thời kiến tạo nền móng phát triển giai đoạn tiếp theo, đảm bảo hài hòa lợi ích của tất cả các bên liên quan.

#### **IV. Kế hoạch của HĐQT năm 2023**

##### **A. Kế hoạch kinh doanh**

Xây dựng kế hoạch kinh doanh và lợi nhuận cho năm 2023

<b>Nội dung</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>% DT</b>	<b>Kế hoạch 2023</b>	<b>% DT</b>
Doanh thu	1.024.249		1.100.000	
Lợi nhuận sau thuế	91.829	9%	55.000	5.0%

##### **1. Ngành hàng Chăn ga gối đệm**

###### **1.1 Hiện đại hóa hệ thống phân phối**

- Nâng cấp và đồng bộ hóa cơ sở vật chất và trưng bày sản phẩm nhằm tăng trải nghiệm mua sắm cho khách hàng; đồng thời lắp đặt các thiết bị đo lường để đánh giá hành trình của khách hàng và xây dựng các biện pháp cải thiện.
- Áp dụng tiêu chuẩn 5S (Sàng lọc – Sort, Sắp xếp – Set in order, Sạch sẽ - Shine, Sẵn sàng - Standardize, Sẵn sàng - Sustain) vào quản lý sắp xếp không gian bán lẻ, cải tiến hiệu quả hoạt động của hệ thống đại lý và showrooms.
- Định kỳ đào tạo nhân viên không chỉ về kiến thức và thông tin về sản phẩm mà còn cả các kỹ năng mềm để có thể chăm sóc và tư vấn khách hàng một cách hiệu quả nhất.

###### **1.2 Mở rộng thị phần tại thị trường tỉnh**

- Tập trung đẩy mạnh hoạt động marketing và mở mới tại các địa bàn tỉnh có tốc độ phát triển kinh tế nhanh trong những năm vừa qua. Đồng thời, liên tục đẩy mạnh các hoạt động, sự kiện tại thị trường tỉnh để gia tăng độ nhận diện cho thương hiệu.
- Tiếp tục nghiên cứu và phát triển sản phẩm dành riêng cho thị trường tỉnh nhằm mục tiêu cá nhân hóa và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của các tập khách hàng khác nhau.
- Tổ chức các buổi hội nghị khách hàng cho các đại lý cấp 1 để tăng độ trung thành và truyền thông về các sản phẩm mới của công ty.

### 1.3 Xây dựng KingKoil trở thành thương hiệu đệm lò xo được nhận biết rộng rãi trên thị trường

- Mở rộng bao phủ thị trường tại các 3 thành phố lớn: Hà Nội, Hồ Chí Minh và Đà Nẵng thông qua việc tăng số lượng đại lý và hợp tác với các chuỗi bán lẻ lớn để tăng độ nhận diện cho hình ảnh thương hiệu KingKoil.
- Tăng trải nghiệm về thương hiệu thông qua: i) nhận thức, hiểu rõ các điểm chạm của khách hàng đối với thương hiệu từ đó xây dựng các trải nghiệm trong từng hành trình mua hàng; ii) phân loại cửa hàng theo nhóm và có các chiến lược marketing phù hợp; iii) đẩy mạnh các hoạt động truyền thông.

### 1.4 Triển khai thành công dự án tái định vị thương hiệu Everon

- Kiểm toán thương hiệu & Đo lường sức khỏe thương hiệu: Phối hợp cùng đơn vị tư vấn tiếp tục tiến hành kiểm tra, định vị vị thế của doanh nghiệp trên thị trường. Đồng thời công ty cũng theo dõi các chỉ số quan trọng của thương hiệu một cách định kỳ nhằm đánh giá hiệu quả và có các điều chỉnh cho chiến lược, hoạt động bán hàng cũng như tiếp thị.
- Nhận thức, hiểu rõ và tác động một cách hiệu quả lên toàn bộ các "điểm chạm" (*touch point*) của khách hàng với thương hiệu trên toàn bộ hành trình mua hàng, thông qua các hoạt động truyền thông tích hợp (*integrated marketing communication*).
- Phân tích, xây dựng từng chân dung khách hàng mục tiêu để có chiến lược tiếp thị cho từng nhóm phù hợp nhất.
- Hướng tới giải pháp bán hàng đa kênh (*omichannel*).
- Khai trương 02 cửa hàng flagship đầu tiên vào ngày 11/11/2023.

### 2. Ngành hàng Bông tằm và Khăn

- Tối ưu hóa quy trình sản xuất giữa các đơn đặt hàng nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng cao đáp ứng yêu cầu với thời gian giao hàng nhanh nhất.
- Liên tục nghiên cứu ra mắt các dòng sản phẩm mới, chất liệu mới nhằm gia tăng các lựa chọn cho khách hàng cũng như thúc đẩy doanh số từ việc bán theo nhóm sản phẩm.
- Tiếp tục thực hành tốt sản xuất thông qua việc áp dụng thực tế các yêu cầu về sản xuất và an toàn sản phẩm tại: GRS, ISO14001, Higg index, BSCI...
- Truyền tải thông điệp phát triển bền vững, cùng khách hàng và đối tác hướng tới mục tiêu phát triển kinh tế tuần hoàn.

### 3. Chăm sóc khách hàng

- Tiếp tục nâng cấp hệ thống quản trị dữ liệu khách hàng (CRM) nhằm tận dụng tối đa tập dữ liệu để gia tăng sự hài lòng cũng như tỷ lệ giữ chân khách hàng.
- Thực hiện đa dạng các cuộc khảo sát ý kiến khách hàng và nghiên cứu thị trường làm cơ sở cho những đổi mới về sản phẩm và dịch vụ.
- Xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng thân thiện và chuyên nghiệp để tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng tại mọi kênh bán và mọi ngành hàng.

## B. Kế hoạch đầu tư phát triển

Với các kế hoạch kinh doanh như trên cùng với việc hoàn thành và đưa nhà máy mới tại KCN Giang Điền đi vào hoạt động từ giữa quý 2 năm 2023, Công ty dự kiến sẽ thực hiện các hoạt động đầu tư như sau:

Đvt: VND

### Hoạt động kinh doanh

Tái định vị thương hiệu Everon	22,000,000,000
Kế hoạch Marketing đệm lò xo KingKoil	5,000,000,000
Nghiên cứu và ra mắt sản phẩm mới, bộ sưu tập mới	8,000,000,000
Phần mềm chăm sóc khách hàng	1,000,000,000

### Nâng cao năng lực sản xuất và vận chuyển

Thay mới và mua bổ sung một số máy móc	15,000,000,000
Đổi mới phương tiện vận chuyển	15,000,000,000

### Hoàn thiện nhà máy mới tại Giang Điền, Đồng Nai

Hoàn thiện nội thất	7,000,000,000
Hệ thống điều hòa	2,000,000,000
Bổ sung và thay mới máy móc	20,000,000,000
Hệ thống điện mặt trời áp mái	15,000,000,000

---

<b>Tổng</b>	<b>110,000,000,000</b>
-------------	------------------------

## C. Các hoạt động khác

### 1. Chiến lược phát triển bền vững

- Hoàn thành việc xây dựng nhà máy Giang Điền theo đúng các cam kết về công trình xanh tại EDGE Advance và EDGE Completed. Theo đó, hiệu suất tiết kiệm đạt 44% năng lượng, 23% nước và 26% vật liệu đối với nhà xưởng phức hợp, 54% năng lượng, 25% nước và 29% vật liệu đối với nhà xưởng Bông tằm so với thiết kế ban đầu.
- Tiếp tục phát huy vai trò dẫn dắt của Ủy ban hành động vì phát triển bền vững, dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Tổng Giám đốc, phụ trách quản lý các vấn đề về phát triển bền vững. Ủy ban này sẽ đề xuất chiến lược, theo dõi việc thực hiện chiến lược, cũng như thúc đẩy các nỗ lực cải tiến liên quan.
- Để tăng tính hiệu quả của các hoạt động phát triển bền vững, Công ty sẽ nắm bắt xu hướng, tìm hiểu thông lệ và các chiến lược hành động của ngành thông qua việc tham gia các hiệp hội ngành, các nhóm sáng kiến hành động trong nước và quốc tế, và tìm kiếm các gói hỗ trợ tài chính phù hợp.

## 2. Hoạt động quản trị Công ty

- Hàng năm rà soát các thực hành về Quản trị Công ty của Everpia, đối chiếu với tiêu chuẩn tại Bộ Nguyên tắc để liên tục cải tiến.
- Thúc đẩy các hoạt động quan hệ Nhà đầu tư và Công bố thông tin, đảm bảo tính minh bạch, công bằng.
- Tăng cường chia sẻ thông tin, khuyến khích các thành viên HĐQT độc lập có những đánh giá, phân tích chuyên sâu các vấn đề thuộc thẩm quyền của HĐQT, cung cấp những đề xuất có tính thực tiễn và khả thi trong chương trình nghị sự để HĐQT thảo luận và quyết định.
- Nâng cao năng lực quản trị công ty trên cơ sở vận dụng các thông lệ Quốc tế tốt nhất để đảm bảo khai thác các nguồn lực hiệu quả, tạo ra các giá trị bền vững trong dài hạn.

**Tới:**

- ĐHĐCD 2023
- Ban Kiểm soát
- Ban điều hành
- Lưu VP



**CHO YONG HWAN**

