

Quý III/2023

Cập nhật kết quả kinh doanh

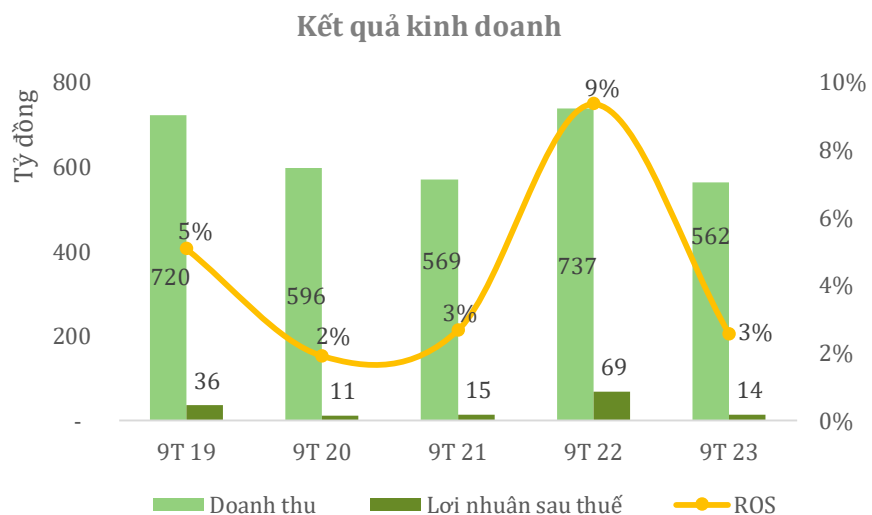


Everpia JSC | Phòng Kế hoạch

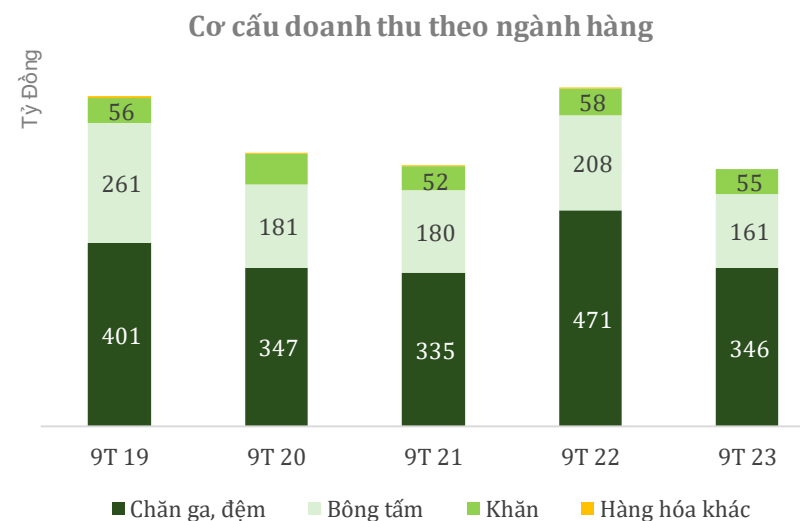
| Nội dung

1. Tổng quan kết quả kinh doanh
2. Cơ cấu doanh thu
3. Cơ cấu chi phí
4. Cơ cấu lợi nhuận
5. Hoạt động kinh doanh Quý 4.2023

Tổng quan kết quả kinh doanh



- Chỉ số CPI vẫn ở mức cao mặc dù đã được kiểm soát tốt so với những tháng đầu năm. CPI bình quân 9 tháng tăng 3,16%. Người tiêu dùng vẫn có xu hướng thắt chặt chi tiêu đối với mặt hàng không thiết yếu.
- Xuất khẩu toàn ngành dệt may lý kế 9 tháng đạt 25 tỷ USD giảm 14% so với cùng kỳ năm 2022.
- Quý 3 và lũy kế 9 tháng, doanh thu từ hoạt động bán hàng của Everpia ghi nhận mức **giảm lần lượt là 52 tỷ và 176 tỷ**, tương đương với mức **giảm 20% và 24%** so với cùng kỳ năm trước.



- Lợi nhuận Quý 3 và lũy kế 9 tháng giảm sâu so với cùng kỳ lần lượt là **91% và 79%**
- Chăn ga:** Doanh thu lũy kế 9 tháng 2023 của thành phẩm Chăn ga gối đệm **giảm 125 tỷ**, tương đương với **26%**.
- Bông tằm và khăn:** Bất ổn chính trị và lạm phát toàn cầu tăng mạnh khiến hoạt động bán hàng của Bông tằm và khăn trong cả 3 quý gặp nhiều khó khăn. Doanh thu lũy kế 9 tháng 2023 của **Bông tằm giảm 23%** và **Khăn giảm 6%**.



Doanh số
562 tỷ VNĐ



Lợi nhuận sau thuế
14 tỷ VNĐ



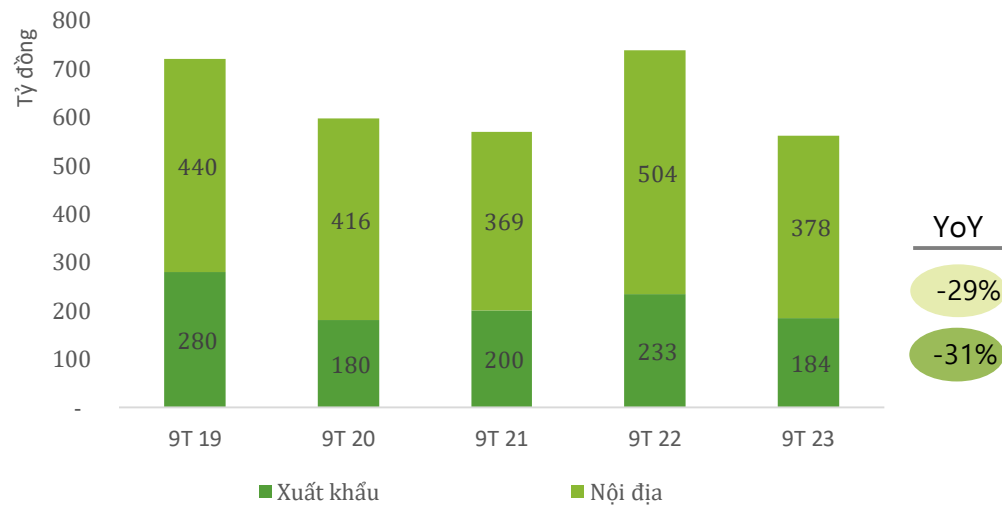
Doanh thu Chăn ga
▼26% YoY



Doanh thu Bông tằm
▼23% YoY

Cơ cấu doanh thu

Cơ cấu Doanh thu Xuất khẩu – Nội địa



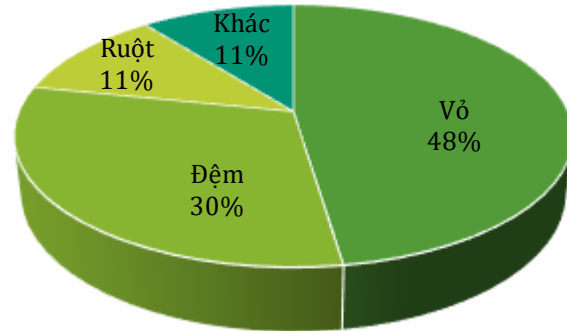
- Áp lực của lạm phát, việc thắt chặt chi tiêu của người dân đối với các mặt hàng không thiết yếu và những khó khăn của ngành Bất động sản và Dịch vụ khách sạn là những yếu tố này dẫn đến hoạt động **kinh doanh trong nước của Everpia giảm 31%**.
- Doanh thu từ hoạt động **xuất khẩu giảm 29%** do:
 - Khách hàng cũ chỉ có kế hoạch đặt lại khi đã bán hết hàng và số lượng đơn hàng đặt lại giảm so với đơn hàng trước đó
 - Khách hàng mới chỉ đặt theo số lượng đặt hàng tối thiểu.

Hệ thống phân phối

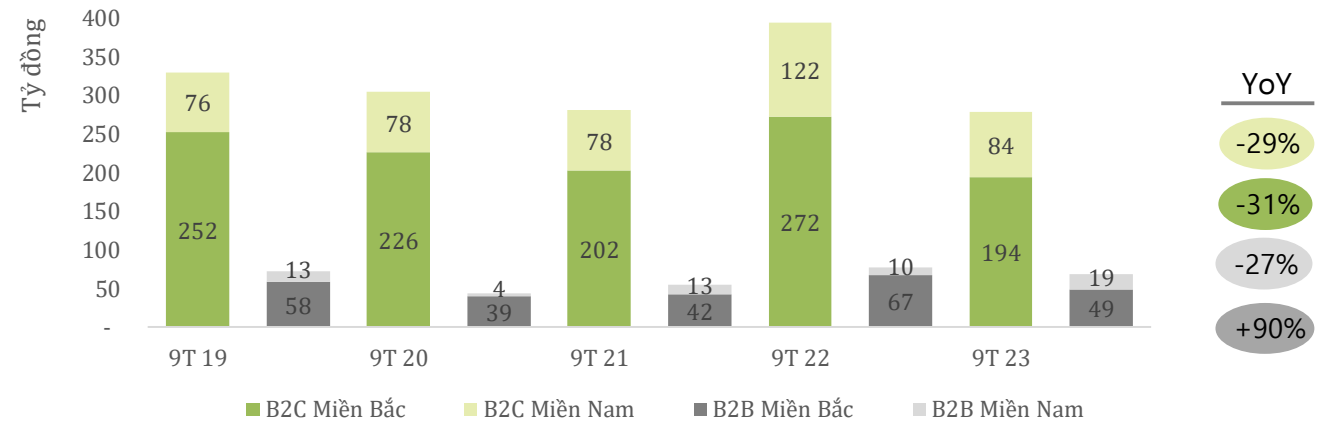
| Đại lý/ Showroom | Miền Bắc | Đà Nẵng | Miền Nam | Tổng |
|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
| Số lượng đại lý | 120 | 34 | 209 | 363 |
| - Đại lý | 55 | 28 | 58 | 141 |
| - GDB + DB | 65 | 6 | 151 | 222 |
| <i>Trong đó</i> | | | | |
| - Mới mở 9T2023 | 9 | 2 | 5 | 16 |
| - Đóng cửa 9T2023 | 1 | 2 | 37 | 40 |
| Dự kiến mở mới trong quý 4 | 5 | 2 | 11 | 18 |
| Dự kiến đóng cửa trong quý 4 | 16 | 0 | 0 | 16 |
| Số lượng showroom | 7 | 4 | 11 | 22 |

- Everpia tiếp tục thực hiện đánh giá đại lý dựa trên các tiêu chí: lịch sử doanh thu, vị trí, diện tích, tiềm năng tăng trưởng để xây dựng các gói hỗ trợ/ đồng hành dành riêng cho từng đại lý.
- 9 tháng đầu năm công ty đã thực hiện đóng cửa 40 đại lý và mở mới 16 đại lý. Các đại lý mở mới được kỳ vọng sẽ mang tới doanh số tích cực trong những tháng tới.
- Dự kiến trong quý 4 sẽ **mở thêm 18 đại lý/showroom mới**. Trong đó, 11 đại lý sẽ mở trong miền Nam và còn lại sẽ mở ở miền Bắc và Đà Nẵng.

Cơ cấu doanh thu ngành hàng Chăn ga gối đệm

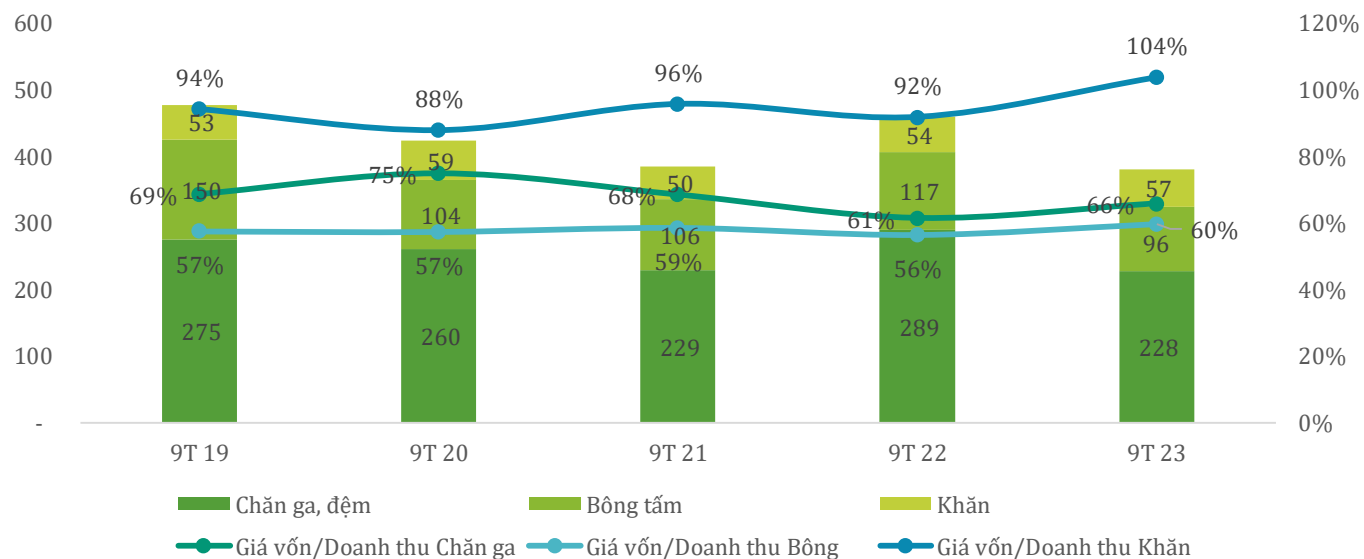


Cơ cấu Doanh thu Chăn ga, đệm theo khu vực phân phối

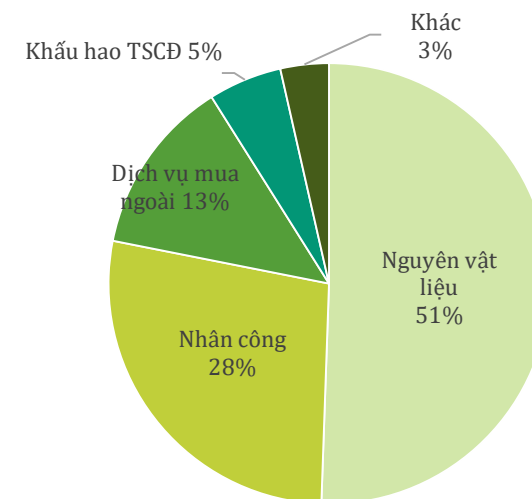


- Trong cơ cấu doanh thu ngành hàng Chăn ga gối đệm, **165 tỷ** đến từ các sản phẩm **Võ**, chiếm gần 50% tổng doanh thu. Sản phẩm **đệm** đóng góp **106 tỷ** (tương đương 31% tổng doanh thu), trong khi sản phẩm **ruột đạt 91 tỷ** (tương đương 11%). Các sản phẩm khác như rèm, tấm trải, tấm lót, thảm, khăn đa năng, v.v. đóng góp 11% tổng doanh thu.
- Tổng doanh thu từ hoạt động bán lẻ giảm mạnh (33%)**, trong đó miền Bắc giảm 31% và miền Nam giảm 29%. Doanh thu Quý 3 hằng năm chủ yếu đến từ lượng đặt hàng trước của bộ sưu tập. Tuy nhiên, do bộ sưu tập 2024 không nhận được đánh giá cao từ các đại lý dẫn đến trị giá đơn đặt hàng trước cho BST2024 chỉ bằng 46% so với BST 2023. Hơn nữa, lượng hàng tồn kho tại kho của các đại lý vẫn còn cao vì vậy sản lượng nhập hàng từ đơn đặt hàng trước tính riêng miền Bắc mới chỉ đạt 58%.
- Kênh bán hàng trực tuyến** đạt doanh thu ở mức tương đối ổn định so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó nền tảng Thương mại điện tử có sự tăng trưởng **+55%** so với năm trước. Everon luôn thương hiệu Chăn ga bán chạy nhất tại cả sàn Shopee và Lazada. Sau giai đoạn tăng trưởng liên tục 50% mỗi năm từ 2020 đến 2022, kênh Online miền Nam đã tăng trưởng chững lại vào năm nay. Trong khi đó, kênh Online miền Bắc có doanh thu tăng **144%**.
- Doanh thu từ **kênh B2B giảm nhẹ** so với cùng kỳ năm trước (**-12%**). Trong đó có sự đối lập giữa 2 miền, miền Nam **tăng 90%**, miền Bắc **giảm 27%**.

Chi phí giá vốn hàng bán



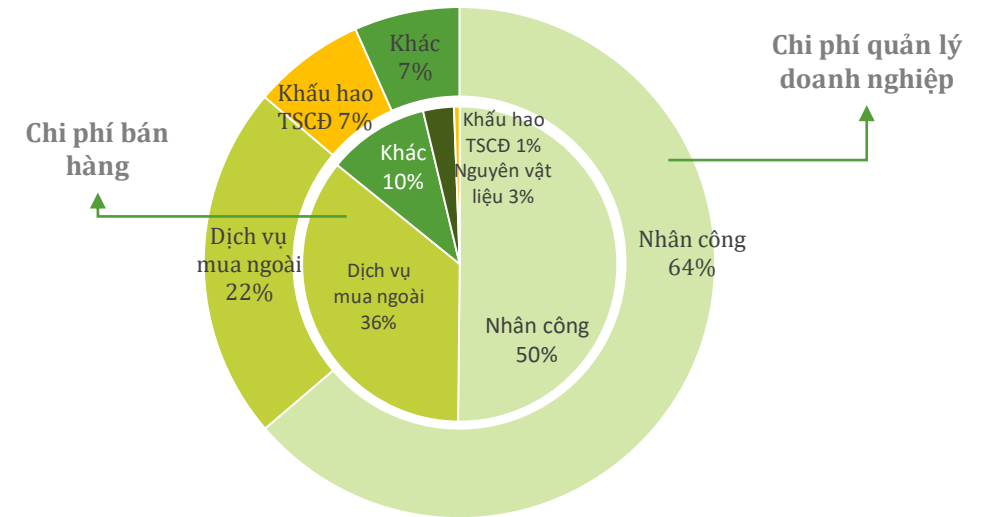
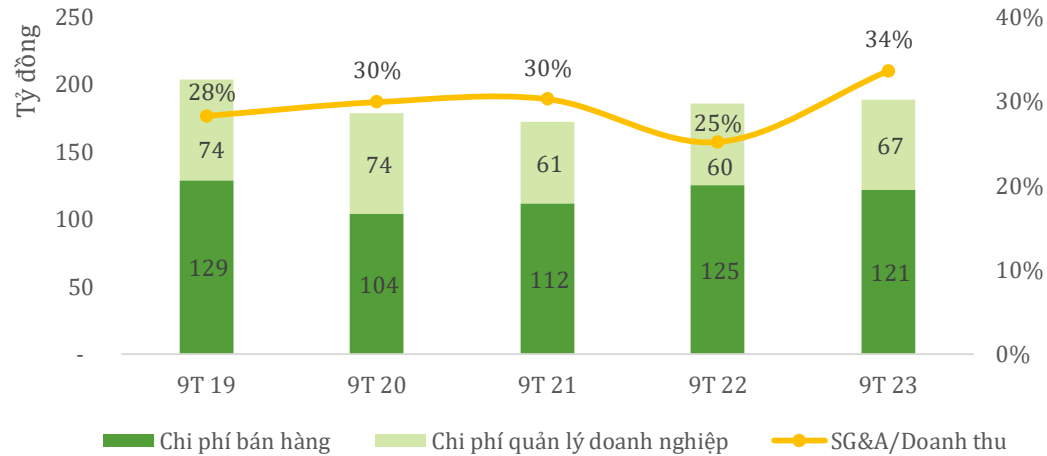
Cơ cấu giá vốn hàng bán



- Doanh thu giảm **-24% YoY**, trong khi phí giá vốn chỉ giảm 17% dẫn tới tỷ trọng giá vốn trên doanh thu năm 2023 đạt 68%, trong khi tỷ lệ này năm 2022 là 62%
- **Tỷ trọng giá vốn/doanh thu** tăng tại cả ba ngành hàng **Chăn ga gối đệm, Bông tấm và Khăn** với tỷ trọng lần lượt là **66%, 60% và 104%**. Giá vốn các sản phẩm khăn tăng bất thường là do trong kỳ Công ty đã tiến hành kiểm kê, đánh giá toàn bộ tồn kho thành phẩm và nguyên liệu và thực hiện **trích lập dự phòng** đối với toàn bộ các sản phẩm tồn kho quá 02 năm.
- Chi phí nguyên vật liệu và nhân công chiếm **80%** trong tổng chi phí giá vốn hàng. **Giá nguyên vật liệu** đầu vào 9 tháng đầu năm **giảm nhẹ 3%** do Công ty đã thương thảo thành công các chính sách hỗ trợ giá từ nhà cung cấp. Đồng thời, công ty có nguồn thu ngoại tệ từ xuất khẩu nên việc nhập khẩu nguyên vật liệu không bị ảnh hưởng bởi tỷ giá. **Chi phí nhân công** tăng do công ty thực hiện **tăng lương 8%** theo quy định về mức lương tối thiểu và tăng lương theo khu vực.

Chi phí bán hàng & Quản lý doanh nghiệp

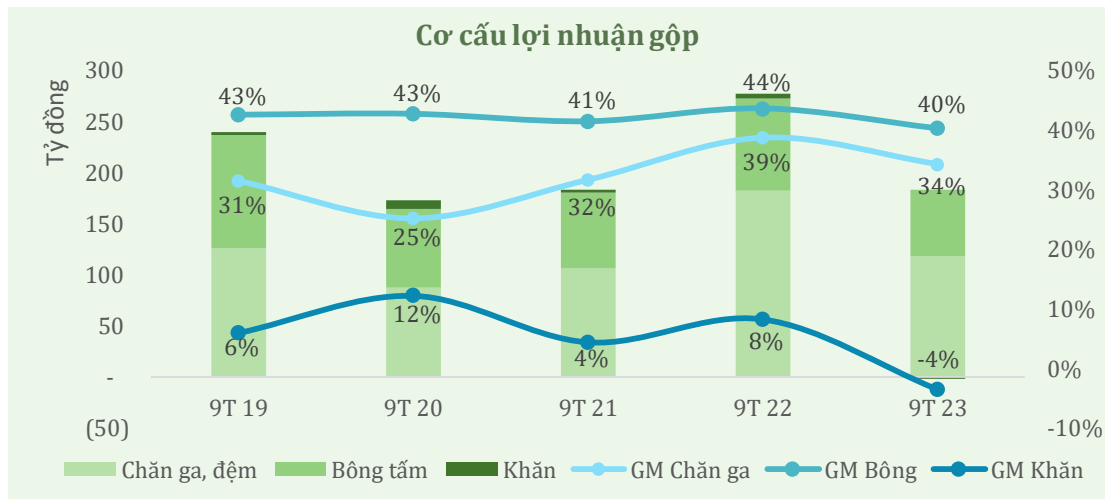
Chi phí bán hàng & Chi phí quản lý doanh nghiệp



- Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp 9T 2023 là **189 tỷ**, tăng **2%** so với cùng kỳ năm 2022. Tuy nhiên doanh thu giảm mạnh (-24% YoY) dẫn tới tỷ lệ chi phí bán hàng và quản lý trên doanh thu chiếm **34%** (tỷ lệ năm 2022 là 25%).
- Chi phí bán hàng** tăng do tác động từ chi **phí nhân công** và một phần các chi phí đến đến từ **hoạt động quảng cáo** Online và Offiline thuộc kế hoạch tái định vị thương hiệu Everon, quảng bá thương hiệu KingKoil và các hoạt động **chăm sóc khách hàng**.

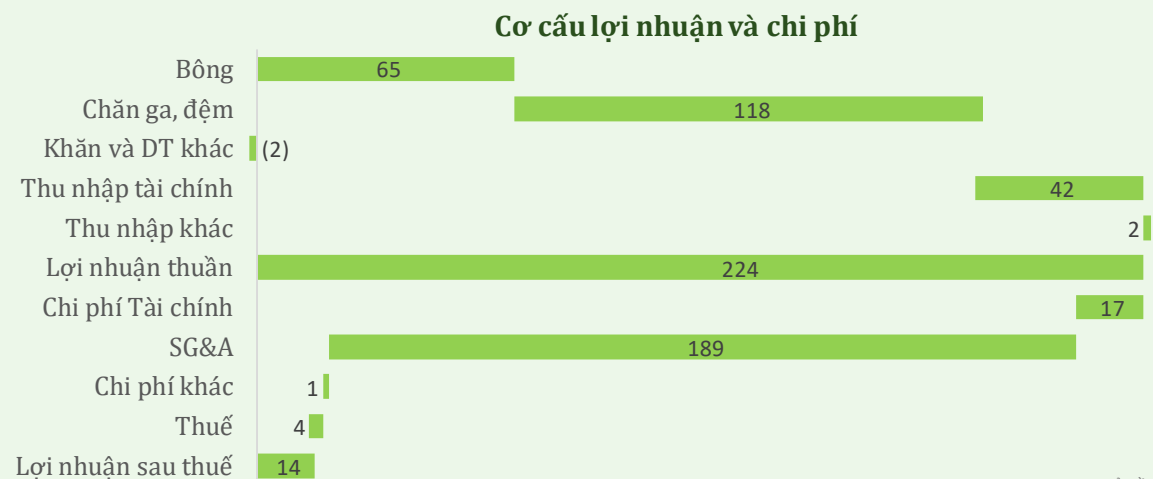
- Chi phí **Quản lý doanh nghiệp** tăng do tác động từ chi phí nhân công và chi phí dịch vụ mua ngoài:
 - Chi phí nhân công** tăng 4,1 tỷ so với cùng kỳ do: i) công ty thực hiện tăng lương theo quy định về tăng lương tối thiểu vùng của nhà nước, ii) sau 05 năm không tổ chức các hoạt động teambuilding, công ty đã tổ chức du lịch hè cho nhân viên toàn công ty với tổng chi phí 3,4 tỷ
 - Chi phí dịch vụ mua ngoài** tăng do chi phí di chuyển nhà máy Đồng Nai từ KCN Biên Hòa tới KCN Giang Điền

Cấu trúc Lợi nhuận



- Cả 03 nhà máy đều hoạt động dưới công suất đầy biên lợi nhuận gộp của các ngành hàng giảm.
- Chăn ga gối đệm** vẫn tiếp tục giữ tỷ trọng lớn nhất trong cấu trúc lợi nhuận của Công ty, với **119 tỷ**, chiếm tới **70%** tổng lợi nhuận, tỷ suất biên lợi nhuận gộp đạt 34%.
- Tuy có sự giảm nhẹ trong năm 2023 nhưng mảng Bông tấm có tỷ suất biên lợi nhuận gộp **ổn định nhất** trong cả 3 nhóm kinh doanh, ở mức **trên 40%**.
- Lợi nhuận gộp của Khăn lần đầu đạt mức âm** do tác động từ quyết định trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho

- Trong kỳ, công ty ghi nhận khoản **lợi nhuận tài chính** trị giá **25 tỷ** với doanh thu tài chính đến từ các hoạt động: lãi tiền gửi, lãi chênh lệch tỷ giá và kinh doanh chứng khoán.
- Công ty con là Everpia Korea và Quỹ MAOF đóng góp **3,6 tỷ lợi nhuận** trong 9 tháng.
- Lợi nhuận sau thuế** quý 3 và 9 tháng năm 2023 đạt lần lượt là **3.6 tỷ và 14 tỷ** (giảm 91% và 79% so với cùng kỳ năm 2022)





KÊNH B2C

Tham khảo các mẫu chăn ga Everon dành riêng cho sàn thương mại điện tử tại:

Shopee Mall: <https://shopee.vn/everon.official.store>

Lazada: <https://www.lazada.vn/shop/everon-store>

Tăng doanh số tại các cửa hàng đa thương hiệu tại các tỉnh

- Xây dựng các chính sách bán hàng linh hoạt cùng các hoạt động hỗ trợ đại lý hiệu quả hơn nhằm khuyến khích đại lý tập trung bán sản phẩm Everon thay vì các sản phẩm thương hiệu khác
- Phát triển BST mang tên “Ánh nắng bình minh” với 08 mẫu chăn ga dành riêng cho thị trường các tỉnh.

Hiện đại hoá Showroom

- Sử dụng các dữ liệu từ AI camera tại các showroom bao gồm: kênh bán theo khu vực, hành trình khách hàng, vị trí trưng bày để xây dựng các chương trình bán hàng riêng cho từng showroom.
- Tiếp tục cải thiện hiệu quả trưng bày và hoàn thiện quy trình hoạt động nhằm xây dựng mô hình hoạt động kiểu mẫu cho các đại lý.

Tăng doanh thu trên các nền tảng thương mại điện tử

- Tiếp tục đa dạng các mẫu sản phẩm được thiết kế dành riêng cho các sàn thương mại điện tử.
- Tăng cường bán combo các sản phẩm nhằm tăng giá trị đơn trung bình.
- Nâng cao năng suất đóng gói và xuất hàng, đồng thời đàm phán thời gian lấy hàng của đơn vị vận chuyển nhằm tối ưu chi phí vận hành.

Đẩy mạnh doanh số từ Dòng đệm lò xo cao cấp KingKoil Arise do Everpia trực tiếp phát triển và sản xuất

KING KOIL
MATTRESS CO.



Arise Pure

Arise Pure

Với lớp PU foam cao cấp và bề mặt dệt kim với mật độ sợi dày được đan vào nhau, Arise Pure không chỉ giúp giảm áp lực đau mỗi trên cơ thể mà còn giảm âm thanh khi di chuyển và đặc biệt không gây dị ứng cho người sử dụng.

Arise Plus

Arise Plus được trang lớp mút Memory, một sang kiến tuyệt vời của NASA, với tính đàn hồi đặc biệt của bộ hệ thống lò xo mini 2,5cm vừa nâng đỡ toàn diện cho cơ thể đồng thời mang lại một cảm giác mềm mại.



Arise Lux

Arise Lux

Arise Lux với sự kết hợp hoàn hảo giữa lớp latex dày tới 5cm và các lớp mút Memory, Visco, Rail cùng với hệ thống lò xo kép có độ đàn hồi cao giúp tăng độ thoáng khí và nâng đỡ cơ thể gấp đôi.



Arise Plus



KÊNH ONLINE

Tham khảo các mẫu chăn ga K-Bedding tại:

Shopee Mall Hà Nội: https://bit.ly/K-Bedding_ShoppeMall-HN

Shopee HCM: https://bit.ly/K-Bedding_Gian-hang-Shopee-HCM

Lazada : https://bit.ly/K-Bedding_gian-hang-Lazada

Tiki: https://bit.ly/K-Bedding_gian-hang-Tiki

TikTok: <https://www.tiktok.com/@kbedding.official>

Tăng doanh thu bán hàng trên kênh Modern Trade

- Phối hợp với các trung tâm thương mại và mua sắm để bán sản phẩm K-bedding trực tiếp tới người tiêu dùng thông qua các chương trình bán hàng của trung tâm thương mại.
- Trưng bày và bán sản phẩm tại trung tâm mua sắm dưới dạng ký gửi hàng hoá.
- Mở cửa hàng tại một số siêu thị lớn mới.

Tăng doanh thu trên các nền tảng thương mại điện tử

- Liên tục đổi mới sản phẩm nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu đa dạng của khách hàng
- Thay đổi cách đóng gói, giảm kích thước sản phẩm nhằm giảm chi phí đóng gói và vận chuyển
- Duy trì chương trình thân thiết trên các sàn và liên tục tương tác nhóm khách hàng này để tăng retention bằng cách khuyến khích sử dụng voucher hay xu đã tích lũy.

KÊNH B2B

Dự án khách sạn và đơn hàng quà tặng

- Các đơn hàng Chăn ga cho khách sạn đã ký hợp đồng và thực hiện giao trong quý 4 có giá trị 30 tỷ
- Bên cạnh nỗ lực “chốt” các hợp đồng chăn ga khách sạn đang thương thảo, B2B hiện đang đẩy mạnh các hoạt động chào hàng, giới thiệu mẫu sản phẩm chăn ga quà tặng cho các sự kiện và hoạt động tri ân của doanh nghiệp dịp cuối năm.

Doanh số Quý 4 dự kiến tăng 37% so với cùng kỳ năm 2022

- Doanh số từ khách hàng tại Châu Âu được dự báo sẽ giảm nhẹ.
- Doanh số từ khách hàng Mỹ ổn định và có thể tăng nhẹ do đặc thù đơn hàng cung cấp cho hệ thống bệnh viện.
- Doanh số từ khách hàng Nhật Bản đóng góp sự tăng trưởng tích cực cho ngành hàng không chỉ từ tháng 4/2023 mà dự báo sẽ tiếp tục có sự tăng trưởng mạnh trong năm 2024.

KHĂN

BÔNG TÂM VÀ CHẦN BÔNG

Đối với khách hàng

- Mở rộng đối tượng khách hàng mới là các doanh nghiệp ngoài dệt may, các nhãn hàng quốc tế thực hiện sản xuất tại Việt Nam gồm: công ty nội thất, bao tay, túi xách, balô...
- Tiếp cận với các vendor Châu Âu đang chuyển hướng đơn hàng từ Trung Quốc sang Việt Nam như các vendor từ Nga, Thụy Sĩ, Canada
- Thay đổi chính sách bán hàng hiện tại nhằm gia tăng tỷ trọng đơn hàng từ nhóm TOP 100 khách hàng, đồng thời đưa nhóm khách hàng mới trở thành khách hàng trung thành

Đối với sản phẩm

- Tối ưu hóa chi phí sản xuất thông qua việc hoàn thiện bộ sản phẩm mẫu nhằm đảm bảo chất liệu sản phẩm đồng nhất trong toàn bộ đơn hàng, giảm chi phí sản xuất cho các lần sản xuất sau
- Sản xuất các sản phẩm chần bằng cách sử dụng Máy chần siêu âm: không cần sử dụng chỉ, không có lỗ kim nên Bông được cố định và không phát sinh bụi trong quá trình sản xuất
- Phát triển bông cao cấp Micro Wellon

HANOI

HOME TEXTILE SHOWROOM

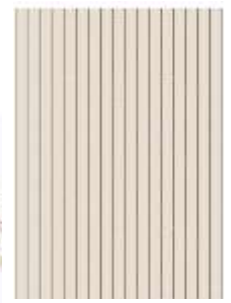
Home Textile Showroom đầu tiên sẽ khai trương vào ngày 11/ 11 /2023.

- Diện tích cửa hàng: hơn 1 000m²
- Đại chỉ: **17-18 Tôn Thất Thuyết**, Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội
- Các sản phẩm nội thất đa dạng thuộc 03 phong cách thiết kết: Indochine, Modern và Floral
- Sản phẩm được trưng bày và mô phỏng theo không gian từng phòng: phòng ngủ, phòng khách, phòng ăn... giúp khách hàng có cái nhìn trực quan và dễ dàng lựa chọn sản phẩm phù hợp.



HOẠ TIẾT

SẢN PHẨM HOME TEXTILE



INDOCHINE

- Cổ điển
- Sang trọng
- Nổi bật

FLORAL

- Thanh lịch
- Nhẹ nhàng
- Hoa mỹ

MODERN

- Tối giản
- Tinh tế
- Trang nhã

| Miễn trừ trách nhiệm

Thông tin được Everpia cung cấp trong bản trình bày này chỉ được sử dụng làm nguồn tài liệu tham khảo và sẽ không được phép sử dụng cho mục đích chào bán, mời chào hoặc khuyến nghị bán hoặc phát hành, hoặc lôi kéo bất kỳ người nào chào mua hoặc đặt mua chứng khoán tại Việt Nam hoặc tại bất kỳ quốc gia nào khác. Thông tin trong bản trình bày này là thông tin cập nhật chỉ tại ngày lập bản trình bày và việc cung cấp bản trình bày này sẽ không hàm ý rằng tình hình hoạt động của Everpia không có bất kỳ thay đổi kể từ ngày lập bản trình bày này hoặc sẽ không hàm ý rằng các tuyên bố, thông tin hoặc ý kiến được trình bày trong bản trình bày được cập nhật tại bất kỳ thời điểm nào sau ngày lập bản trình bày.

Everpia không có nghĩa vụ phải cập nhật bản trình bày này. Bản trình bày này có thể chứa đựng các tuyên bố mang tính dự báo và những tuyên bố này, nếu được đưa vào bản trình bày, phải được đọc một cách thận trọng.

Mọi câu hỏi xin vui lòng liên hệ:

Phòng Kế hoạch

info@everon.com

Xin cảm ơn.