

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 7 năm 2020

KẾT QUẢ KINH DOANH TẬP ĐOÀN KIDO SÁU THÁNG ĐẦU NĂM 2020

Triệu đồng

Vượt qua đại dịch, Lợi nhuận trước thuế 6 tháng đầu năm của Tập đoàn KIDO tăng 17,4% so với cùng kỳ và đạt 54% mục tiêu lợi nhuận trước thuế cả năm.

- Doanh thu thuần sáu tháng đầu năm 2020 đạt 3.683 tỷ đồng, tăng 14,2% so với cùng kỳ năm 2019 chủ yếu là do tăng trưởng mạnh mẽ của ngành dầu. Doanh thu từ ngành dầu chiếm 81% doanh thu toàn Tập đoàn, ngành lạnh chiếm 18% và các ngành khác chiếm 1%.
- Đối mặt với những ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 và sự biến động của giá cả nguyên vật liệu, Tập đoàn đã chủ động thực hiện nhiều biện pháp ứng phó kịp thời như chuyển dịch hệ thống phân phối, rà soát và tối ưu hóa danh mục sản phẩm, tập trung đẩy mạnh các sản phẩm cốt lõi và cao cấp. Đến giai đoạn cả nước chuyển dịch sang trạng thái bình thường mới, nắm bắt được các xu hướng ăn vặt của giới trẻ và nhu cầu sử dụng các sản phẩm có giá trị dinh dưỡng cao, Tập đoàn đã cho ra mắt các sản phẩm mới để thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Nhờ vậy, đối với ngành kem, tuy doanh thu ngành kem có giảm nhưng mức giảm nhẹ 12%, đối với ngành dầu, doanh thu ngành dầu tăng vọt 23,5% so với cùng kỳ năm trước. Theo đó, lợi nhuận trước thuế sáu tháng đầu năm 2020 của Tập đoàn đạt 180 tỷ đồng, đạt 54% mục tiêu lợi nhuận trước thuế cả năm, tăng 17,4% so với cùng kỳ và lợi nhuận sau thuế đạt 130 tỷ đồng, tăng 14,0% so với cùng kỳ năm ngoái.

Ý kiến của Ban lãnh đạo: Tập đoàn sẽ tiếp tục phát triển ngành dầu và ngành kem, đa dạng hóa sản phẩm, chú trọng các sản phẩm cốt lõi và cao cấp có lợi nhuận cao, mở rộng kênh phân phối, đồng thời thâm nhập vào các ngành hàng mới. Đặc biệt, năm 2020 là năm đánh dấu cột mốc quan trọng trong sự phát triển của Tập đoàn, là năm Tập đoàn KIDO thâm nhập vào ngành snacking, với sản phẩm tiên phong là bánh trung thu sẽ được ra mắt vào quý 3 năm 2020 dưới tên thương hiệu Kingdom. Theo kế hoạch, ngành snacking sẽ có đóng góp tích cực vào doanh thu của Tập đoàn trong năm 2020.

• KDF

Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành hàng có điều kiện cũng như giảm mạnh thu nhập và sức mua của người tiêu dùng, đặc biệt là trong quý 2. Doanh thu của KDF từ kênh KA, khu du lịch, nhà hàng, trường học... sụt giảm đột ngột do các biện pháp phòng chống dịch của chính phủ.

Báo cáo KQKD - KDG triệu đồng	Thực tế Quý 2 2020	Thực tế Quý 2 2019	Thay đổi (%) (y-o-y) (y-o-y)
Doanh thu thuần	1.956.996	1.674.730	16,9%
Lợi nhuận gộp	441.655	484.668	(8,9%)
Chi phí bán hàng	238.033	323.182	(26,3%)
Chi phí quản lý doanh nghiệp	114.573	115.297	(0,6%)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	116.052	93.515	24,1%
Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	148.491	136.009	9,2%
Tổng lợi nhuận trước thuế	116.622	91.558	27,4%
Lợi nhuận sau thuế TNDN	81.795	70.820	15,5%
Biên lợi nhuận gộp	22,6%	28,9%	
Biên lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	5,9%	5,6%	
Biên lợi nhuận trước thuế và lãi vay	7,6%	8,1%	
Biên lợi nhuận trước thuế	6,0%	5,5%	
Biên lợi nhuận sau thuế TNDN	4,2%	4,2%	

Báo cáo KQKD Triệu đồng	Thực tế 6 tháng năm 2020	Thực tế 6 tháng năm 2019	Thay đổi (%)
Doanh thu thuần	3.683.383	3.225.464	14,2%
Lợi nhuận gộp	787.051	801.824	(1,8%)
Chi phí bán hàng	464.870	571.317	(18,6%)
Chi phí quản lý doanh nghiệp	205.664	217.890	(5,6%)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	175.476	146.006	20,2%
Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	242.660	235.159	3,2%
Tổng lợi nhuận trước thuế	179.798	153.095	17,4%
Lợi nhuận sau thuế TNDN	129.616	113.722	14,0%
Biên lợi nhuận gộp	21,4%	24,9%	
Biên lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	4,8%	4,5%	
Biên lợi nhuận trước thuế và lãi vay	6,6%	7,3%	
Biên lợi nhuận trước thuế	4,9%	4,7%	
Biên lợi nhuận sau thuế TNDN	3,5%	3,5%	

• TAC

Mặc dù hoạt động kinh doanh của Tường An cũng bị ảnh hưởng do dịch Covid-19, công ty đã kịp thời chuyển dịch danh mục sản phẩm để thúc đẩy doanh thu phù hợp với từng giai đoạn và từng

Căn cứ vào tình hình thực tế, để đối phó với giai đoạn dịch bệnh, Công ty thực hiện chuyển dịch kênh phân phối, linh động mang sản phẩm về gần với người tiêu dùng, rút từ từ kênh KA, các điểm du lịch, căng tin,... để đặt về gần khu phố. Nắm bắt được xu hướng tiêu dùng tăng nhanh tại các kênh hiện đại như minimart, siêu thị,...KDF đã tập trung đẩy mạnh doanh số từ các kênh này để tăng độ phủ. So với cùng kỳ năm ngoái, độ phủ trên kênh hiện đại tăng 40%.

Doanh thu thuần sáu tháng đầu năm 2020 đạt 674 tỉ đồng, giảm 12% so với cùng kỳ năm trước chủ yếu ở kênh KA. Doanh thu từ kênh KA giảm mạnh cũng làm ảnh hưởng đến biên lợi nhuận gộp của KDF. Biên lợi nhuận gộp 6 tháng đầu năm giảm từ 60,25% năm 2019 xuống còn 57,98% năm 2020. Lợi nhuận gộp 6 tháng đầu năm giảm 15,4% so với cùng kỳ năm trước.

Song song với việc chuyển dịch kênh phân phối, Công ty cũng có sự chuyển dịch chi phí tương ứng từ kênh KA sang các kênh khác có hiệu quả cao hơn. Đồng thời, nắm bắt được xu hướng thị trường và trào lưu ăn vặt của giới trẻ, Công ty tiếp tục đầu tư thêm dây chuyền kem đùn, bổ sung thêm tủ mới, chú trọng phát triển các sản phẩm kem cốt lõi và các sản phẩm kem cao cấp có lợi nhuận cao. Cùng với việc tổ chức sản xuất hợp lý, cắt giảm sản phẩm không có lợi nhuận cao, Công ty chủ động thực thi các biện pháp rà soát, kiểm soát và cắt giảm các chi phí không hiệu quả.

Bất chấp dịch bệnh, bằng các chiến lược đúng đắn và kịp thời, tuy doanh thu giảm nhẹ nhưng mức lợi nhuận trước thuế đạt được mức tăng ấn tượng 21,65% và lợi nhuận sau thuế tăng 23,34% so với cùng kỳ năm trước.

Nhờ đó, lợi nhuận trước thuế sáu tháng đầu năm 2020 đạt 144 tỷ đồng, đạt trên 72% kế hoạch lợi nhuận cả năm đã đặt ra.

Đứng trước thực tế dịch bệnh ở Việt Nam được kiểm soát tốt và các hoạt động đang dần trở lại bình thường, Công ty chủ động gia tăng độ phủ của kênh phân phối, thực hiện các chương trình khuyến mãi để thu hút người dùng và đầu tư thêm cơ sở vật chất để tăng doanh số các quý tiếp theo. Song song đó, Công ty tiếp tục tập trung phát triển các sản phẩm cao cấp đồng thời đầu tư, mở rộng qua các ngành hàng như sữa chua, sinh tố và đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu đa dạng hóa ngày càng cao của khách hàng, đặc biệt là giới trẻ, nhằm gia tăng thương hiệu và hiệu quả hoạt động của Công ty. Mục tiêu của công ty không chỉ dừng lại ở cung cấp các sản phẩm kem cho người tiêu dùng Việt Nam mà còn bắt đầu hướng ra thị trường quốc tế.

• VOC

Dưới ảnh hưởng của dịch bệnh, các biện pháp phòng chống dịch như đóng cửa nhà hàng, khách sạn, và biến động giá dầu,... hoạt động kinh doanh của VOC cũng chịu ảnh hưởng. Với sứ mệnh là công ty cung cấp nguồn nguyên

vùng miền, tập trung phát triển các sản phẩm cao cấp và cốt lõi, có lợi nhuận cao. Cùng đồng hành với Chính phủ và cả nước để chống dịch, nhận rõ được vai trò của mình trong ngành thực phẩm thiết yếu, Tường An chủ động tăng cường sản xuất để có đủ hàng hóa phục vụ đa kênh, cung cấp cho nhu cầu lương thực, thực phẩm của người dân. Doanh thu thuần sáu tháng đầu năm 2020 đạt 2.189 tỷ, vượt 28,12% so với cùng kỳ năm trước.

Doanh thu tăng trưởng mạnh mẽ cùng với việc Công ty chủ động phát triển danh mục sản phẩm cao cấp và cốt lõi, lợi nhuận gộp đạt mức tăng ấn tượng 20,21%. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của giá dầu nguyên vật liệu tăng lên so với năm trước, biên lợi nhuận gộp của Công ty giảm nhẹ từ 15,02% xuống còn 14,10% sáu tháng đầu năm.

Trong vòng 6 tháng đầu năm 2020, TAC đã rà soát và cắt giảm các chi phí không hiệu quả, nhờ đó, lợi nhuận trước thuế đạt 84,8 tỷ đồng, tăng 41% so với cùng kỳ năm ngoái.

Về định hướng tương lai, TAC tiếp tục tập trung đẩy mạnh bán hàng; gia tăng việc bán các sản phẩm ngành thực phẩm đóng gói, sản phẩm thiết yếu và mở rộng thêm một số ngành khác. Bên cạnh đó, Công ty tiếp tục thực hiện quy hoạch và cấu trúc danh mục sản phẩm, cải tiến sản phẩm, đa dạng hóa phân khúc, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và đầu tư để gia tăng độ phủ thị trường, đưa Tường An trở thành công ty thực phẩm số 1 Việt Nam.

• KDNB

KDNB là một thành viên mới gia nhập Tập đoàn KIDO cuối năm 2018. Sau hơn một năm gia nhập Tập đoàn, KDNB đã nhận được sự hỗ trợ toàn diện của Tập đoàn để cải thiện sản phẩm, cắt giảm các chi phí không hiệu quả, gia tăng hiệu quả hoạt động.

Nhờ đó, doanh thu thuần 6 tháng đầu năm 2020 của KDNB đạt 513 tỷ, tăng 26,66% so với cùng kỳ năm ngoái và lợi nhuận trước thuế đạt 9,4 tỷ, đạt 58,85% kế hoạch năm đã đề ra.

liệu chính cho ngành thực phẩm thiết yếu, để đồng hành cùng cả nước chiến đấu dịch, VOC chủ động nhập hàng, tìm kiếm nhà cung cấp, đảm bảo nguồn cung nguyên vật liệu. VOC cũng theo dõi chặt chẽ giá dầu và hàng tồn kho, dự báo giá dầu... nhằm gia tăng sức cạnh tranh của mình. Song song đó, VOC cũng tập trung đẩy mạnh các dòng sản phẩm có lợi nhuận cao. Nhờ đó, doanh thu thuần sáu tháng đầu năm 2020 của VOC đạt 1.373 tỷ, tăng 3,96% so với cùng kỳ năm trước.

Chi phí hoạt động sáu tháng đầu năm 2020 giảm 17,4% so với năm trước do Công ty tiến hành kiểm soát chặt chẽ chi phí, gia tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh và cải thiện việc thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận. Lợi nhuận gộp năm 2020 đạt 33 tỷ, tăng 114,41% và lợi nhuận trước thuế đạt 111 tỷ, tăng 11,86% so với cùng kỳ năm trước.

Về định hướng Vocarimex sẽ tăng cường dự báo tình hình nguyên liệu để tạo được nguồn nguyên liệu giá tốt và đẩy mạnh công tác bán hàng, tiếp tục cung cấp các sản phẩm dầu sản xuất theo yêu cầu của khách hàng, đặc biệt chú trọng kênh Xuất khẩu và Công nghiệp.

Về Tập đoàn KIDO (KDC) Tập đoàn KIDO được thành lập vào năm 1993 và từ đó phát triển để trở thành một trong những công ty thực phẩm hàng đầu Việt Nam. Trong suốt 26 năm của chặng đường phát triển, KDC đã mở rộng ra ngoài lĩnh vực bánh kẹo bao gồm kem, sữa chua, món tráng miệng, thực phẩm đông lạnh và dầu ăn. Tầm nhìn của KDC là đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng Việt Nam bằng việc cung cấp những thực phẩm hàng ngày dưới nhiều thương hiệu khác nhau để nâng cao lối sống của khách hàng Việt Nam và thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng suốt cả ngày.

Thông tin liên hệ

Ms. Nguyễn Thị Tuyết Nga
Giám đốc Truyền thông – Tập đoàn KIDO
Email: nga.ntt@kdc.vn
Phone: +84 (28) 3827 0468 – Ext: 1350