

**BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC
VỀ KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2024 VÀ KẾ HOẠCH NĂM 2025**

Kính gửi: - Đại hội đồng cổ đông Công ty cổ phần Sữa Hà Nội
- Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Sữa Hà Nội

Ban Giám đốc Công ty cổ phần sữa Hà Nội (“Hanoimilk”) xin trân trọng báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty năm 2024 và kế hoạch năm 2025 như sau:

I. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN NĂM 2024

1. Kết quả hoạt động năm 2024

(i) Tổng sản lượng sữa sản xuất: 35 triệu lít

- Sữa tiệt trùng UHT : 29,7 triệu lít
- Sữa chua ăn : 5,3 triệu lít

(ii) Chỉ tiêu và kết quả kinh doanh:

Chỉ tiêu	Đơn vị: triệu đồng				
	Năm 2024	Năm 2023	KH 2024	So với 2023	So với KH
- Doanh thu bán hàng	780.771	760.380	800.000	102,7%	97,6%
- Giá vốn hàng bán	601.944	579.189	580.000	103,9%	103,8%
- Lợi nhuận gộp về bán hàng	178.828	119.620	220.000	98,7%	81,3%
- Chi phí tài chính	6.579	7.616	20.000	88,3%	32,9%
- Chi phí marketing & bán hàng	77.427	12.650	136.000	123,6%	56,9%
- Chi phí quản lý DN	8.633	12.650	16.000	68,2%	54,0%
- Lợi nhuận/(lỗ) trước thuế	37.483	44.111	48.000	111,4%	78,1%

2. Đánh giá tình hình thực hiện so với kế hoạch:

Bối cảnh kinh tế vĩ mô năm 2024 tiếp tục có sự phục hồi nhất định so với năm 2023. Theo số liệu của Kantar, tốc độ tăng trưởng của ngành sữa cải thiện ở mức 3,1% so với mức 0,5% của năm 2023. Trong bối cảnh đó, các công ty sữa lớn bị ảnh hưởng đáng kể, có nhiều công ty tăng trưởng âm, doanh thu bán hàng tụt giảm nên phải tăng mạnh chi phí quảng cáo và khuyến mại để giữ thị phần của mình.

Trong điều kiện khó khăn như vậy, Ban giám đốc một mặt vẫn phải bám sát theo Chiến lược cạnh tranh bằng Chất lượng, đồng thời điều hành thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024 của Hanoimilk theo hướng tập trung nâng cao năng suất lao động, tiết kiệm chi phí (bao gồm chi phí sản xuất, chi phí bán hàng, chi phí vận tải, chi phí tài chính và chi phí quản lý) để tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Mục tiêu tăng doanh thu nhưng phải đảm bảo chi phí bán hàng trong tỷ lệ cho phép.

Kết quả: Doanh thu đạt 97,6% chỉ tiêu doanh thu do Đại hội đồng cổ đông thông qua, Công ty có lãi hơn 37,4 tỷ đồng, chủ yếu do các nguyên nhân sau:

- Do người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu nên buộc họ lựa chọn thông minh hơn, do vậy các sản phẩm có chất lượng cao, giá hợp lý của Hanoimilk như Sữa chua có đường, Sữa chua nha đam, Sữa tiệt trùng hương vị trái cây bổ sung 1 tỷ lợi khuẩn từ Nhật Bản, Sữa tươi 100%, Sữa Choco Oat, Sữa chua uống,...vv có cơ hội được người tiêu dùng lựa chọn và bán được nhiều hơn.

- Hệ thống bán hàng theo mô hình chuyên nghiệp của Hanoimilk đã cải thiện rõ rệt và phát huy hiệu quả, hiệu suất bán hàng trên mỗi nhân viên tăng cao. Đặc biệt, các sản phẩm của Hanoimilk đã chính thức phân phối vào thị trường Miền Nam, thị trường Tây Nguyên và được người tiêu dùng đón nhận rất tích cực. Chính sách lương thưởng mới cho hệ thống bán hàng đã động viên, khích lệ anh em bán được nhiều hàng hơn, doanh thu bình quân trên mỗi nhân viên bán hàng trên 150 triệu đồng/ tháng, nhiều nhân viên đạt trên 200 triệu đồng/tháng.

- Hệ thống Marketing đã bắt đầu triển khai: bao gồm các chương trình PR, truyền thông thương hiệu Hanoimilk Master Brand và IZZI trên một số phương tiện truyền thông, số lượng người biết đến Hanoimilk tăng cao. Đặc biệt các chương trình trade push đã đi đúng hướng và đúng nhu cầu người tiêu dùng, mang lại hiệu quả cao trong việc tăng trưởng doanh số bán hàng.

Ban giám đốc Công ty sẽ tiếp tục khai thác các lợi thế trên khi xây dựng và phê duyệt kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2025.

II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT – KINH DOANH NĂM 2025:

1. Cơ hội và Thách thức đối với Hanoimilk trong năm 2025:

Mặc dù còn có rất nhiều khó khăn khách quan và nội tại, nhưng nhờ có việc Công ty đã nỗ lực phấn đấu, thất lưng buộc bụng thực hiện Dự án đầu tư nâng cấp mở rộng Nhà máy và kiên định đi theo chiến lược cạnh tranh bằng chất lượng trong nhiều năm qua nên Hanoimilk đã vượt qua khó khăn do ảnh hưởng tiêu cực của Covid và Chiến tranh tại Ukraina gây ra, Công ty đang có những cơ hội và thách thức như sau:

- (i) Tăng trưởng bình quân của ngành sữa đã chậm lại nhưng mức tiêu thụ sữa bình quân trên đầu người vẫn đang tăng (khoảng 27 lít năm 2024 và dự báo tối thiểu 35-38 lít năm 2030). Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm sữa lên men như Sữa chua ăn, Sữa chua uống bổ sung lợi khuẩn, Sữa bổ sung vi chất vẫn gia tăng. Là Công ty sữa luôn tiên phong theo các hướng nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, Hanoimilk đã nghiên cứu thành công và tung ra thị trường các sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng như Sữa chua Hoa quả, Sữa chua Nha đam, Sữa chua uống IZZI Yotuti, Sữa tiệt trùng hương vị trái cây bổ sung 1 tỷ lợi khuẩn từ Nhật Bản...vv và đặc biệt, tháng 4 năm 2025, Hanoimilk đã tung ra thị trường dòng sản phẩm mới đó là Sữa + Thạch, Trái cây (Sữa chua uống có bổ sung thạch dừa), đây đang là sản phẩm được quan tâm nhiều trên thị trường, được người tiêu dùng ưa chuộng và tăng trưởng mạnh từ cuối năm 2024 trở lại đây.
- (ii) Chất lượng sữa đang được các cơ quan nhà nước quan tâm quản lý chặt chẽ hơn và người tiêu dùng ngày càng có xu hướng tiêu dùng thông minh hơn. Do vậy, các sản phẩm đạt tiêu chuẩn Quốc gia và Quốc tế như Sữa tươi 100%, Sữa chua mang thương hiệu Hanoimilk và Sữa tiệt trùng mang thương hiệu IZZI có cơ hội được người tiêu dùng lựa chọn và bán được nhiều hơn.
- (iii) Công ty đã vượt mốc doanh thu 500 tỷ đồng năm 2022, 700 tỷ đồng trong năm 2023, 2024 và đang có cơ hội vượt mốc doanh thu 1000 tỷ đồng trong các năm tiếp theo. Do vậy, Công ty sẽ dành ngân sách Marketing nhiều hơn đầu tư PR, quảng cáo cho thương hiệu Hanoimilk Master Brand và các thương hiệu con IZZI, Yotuti, Dinomilk, YoBoost, Yoha để tăng doanh số bán hàng trong nước và xuất khẩu.
- (iv) Hanoimilk đã được cấp Code xuất khẩu chính ngạch Sữa chua và một số sản phẩm sữa vào Trung Quốc, Công ty vẫn tiếp tục theo đuổi và chờ đợi cơ hội để có thể tăng trưởng doanh số nhờ xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc và một số nước Asian, Trung Đông.
- (v) Hanoimilk có Nhà máy chế biến Sữa được xây dựng trên diện tích 5ha ở vị trí giao thông thuận tiện, đã được đầu tư dây chuyền thiết bị đồng bộ của Tetra Pak và đang được tiếp tục đầu tư các Dây chuyền máy rót A3 Speed hiện đại để tự động hóa và tăng công suất. Nhà máy đang được quản lý vận hành bởi đội ngũ cán bộ kỹ thuật có trình độ cao và công nhân lành nghề với hệ thống đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế. Đây chính là lợi thế rất lớn để Hanoimilk tăng trưởng doanh số bán hàng và ngày càng có nhiều đối tác ký hợp đồng gia công. Công ty đang có cơ hội rất lớn trở thành nhà máy gia công lớn nhất ở phía Bắc, có các đơn hàng gia công dài hạn đủ để sản xuất 3 ca liên tục trong cả năm.

Tuy vậy để nắm bắt và tận dụng được các cơ hội trên. Ban giám đốc và Cán bộ công nhân viên cần phải tiếp tục kiên trì và nỗ lực nhiều hơn. Công ty phải thực hiện thành công việc tái cấu trúc tài chính và huy động vốn để tiếp tục đầu tư cho Nhà máy và Trang trại.

2. Các chương trình, nhiệm vụ mục tiêu năm 2025:

- (i) Tiếp tục duy trì và tổ chức thực hiện tốt chính sách chất lượng trong suốt quá trình từ sản xuất, vận chuyển đến phân phối bán hàng trong năm 2025.
- (ii) Thực hiện Chương trình khuyến mại mùa hè từ tháng 5 đến tháng 7/2025 để gia tăng doanh số bán hàng trong nước.
- (iii) Tiếp tục thực hiện đầu tư mua sắm máy móc thiết bị hiện đại để tự động hóa, nâng cao công nghệ sản xuất, tăng công suất Nhà máy chế biến Sữa chua ăn và Sữa tiệt trùng UHT.
- (iv) Tiếp tục triển khai thực hiện đầu tư Dự án trồng cỏ chăn nuôi bò sữa Tự nhiên tại Mê Linh, phần đầu hoàn thành công tác hỗ trợ đền bù và giải phóng mặt bằng trong Quý III/2025 và Quý I/2026. Trồng cỏ và chăn nuôi bò sữa trong năm 2026.
- (v) Tiếp tục chấn chỉnh và ổn định hệ thống bán hàng, rà soát tổ chức bộ máy tổ chức nhân sự gọn nhẹ, tiết giảm chi phí, nâng cao năng suất lao động để tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh và từng bước nâng cao thu nhập cho cán bộ nhân viên.

Một số chỉ tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh cơ bản năm 2025:

Chỉ tiêu	Đơn vị	Kế hoạch 2025	Tỷ lệ % 2025/2024
I. Sản lượng sản xuất:	Triệu lít	40	121,4%
II. Chỉ tiêu kinh doanh:			
Doanh thu bán hàng	Triệu đồng	1.000.000	128,1%
Giá vốn hàng bán	Triệu đồng	750.000	124,6%
Chi phí bán hàng và Marketing	Triệu đồng	170.000	219,6%
Chi phí tài chính	Triệu đồng	20.000	304,0%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	Triệu đồng	15.000	173,8%
Tổng lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	45.000	120,1%

Trên đây là nội dung báo cáo của Ban giám đốc về tình hình hoạt động Công ty năm 2024 và kế hoạch năm 2025.

Xin kính trình Đại hội đồng cổ đông và Hội đồng quản trị xem xét.

Trân trọng./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu VP.

TM. BAN GIÁM ĐỐC
GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH



Vũ Thị Hương Thủy