



**Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T**  
Tầng 16, Center Building, Hapulico  
Complex, Số 01 Nguyễn Huy Tưởng,  
Quận Thanh Xuân, Hà Nội  
Tel: (84-4) 73 094 688  
Fax: (84-4) 73 094 686  
Thành lập : 08/03/2007  
Niêm yết : 26/07/2013

**BẢN TIN IR**  
Tháng 4/2017

## 1. ĐHĐCĐ CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN FIT 2017: FIT XÚC TIẾN TÌM ĐỐI TÁC CHIẾN LƯỢC NƯỚC NGOÀI



Ngày 15/4/2017, Công ty CP Tập Đoàn F.I.T đã tổ chức thành công Đại hội cổ đông thường niên 2017. Tại đại hội, Hội đồng quản trị (HĐQT) cùng với Ban giám đốc (BGĐ) công ty đã trình bày Báo cáo hoạt động của HĐQT năm 2017 và phương hướng hoạt động năm 2017; Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2016 và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2017; Báo cáo hoạt động của Ban kiểm soát (BKS) năm 2016 và phương hướng hoạt động năm 2017.

Năm 2016, với chủ trương củng cố các mảng hoạt động kinh doanh, HĐQT FIT đã phối hợp chỉ đạo chặt chẽ với BGĐ công ty mẹ và các công ty thành viên nhằm thực hiện chiến lược đẩy mạnh toàn bộ các mảng kinh doanh và đạt được các thành tựu đáng ghi nhận, doanh thu tăng từ 1.723 tỷ đồng năm 2015 lên 2.489 tỷ đồng năm 2016 (tăng trưởng 144,46%). Tuy nhiên lợi nhuận sau thuế chưa đạt được như kế hoạch vì Tập đoàn chủ trương đầu tư mở rộng thị trường cho các mảng kinh doanh.

Các mảng kinh doanh của tập đoàn đã thu được những thành tựu đáng kể đánh dấu bước tiến vượt bậc của F.I.T: Dược Cửu Long: tăng 10% về doanh thu, đạt 737,8 tỷ đồng; tăng 49% về lợi nhuận sau thuế lên mức 90,1 tỷ đồng; Westfood năm 2016 tăng trưởng 12% so với năm 2015 và thử nghiệm thành công giống dưa MD2 có năng suất và chất lượng vượt trội; Thương hiệu Vikoda, Đánh Thạnh đã được đặc biệt ưu chuộng tại khu vực Miền Trung và Nam Trung Bộ. Doanh số Vikoda tăng 57% so với năm 2015; Hàng loạt các sản phẩm mới như: Nước rửa chén sinh học Tero, nước rửa tay Dr. Clean, sữa tắm NuWhite..đã nhận được những phản hồi tích cực từ thị trường.

Về chiến lược hoạt động kinh doanh năm 2017, HĐQT đã đưa ra một số định hướng như: tìm kiếm đối tác chiến lược nước ngoài cho Tập đoàn và các Công ty thành viên; giữ vững và phát huy thế mạnh trong hoạt động đầu tư tài chính; đầu tư trọng tâm mở rộng sản xuất kinh doanh vào các ngành hàng nòng cốt là dược phẩm, hàng tiêu dùng và nông nghiệp-thực phẩm tạo nền tảng cho FIT.



Trong năm 2017, FIT sẽ tiếp tục đẩy mạnh tái cơ cấu TSC theo hướng giảm hoặc ngừng các hoạt động kém hiệu quả; đầu tư mở rộng thực phẩm, đồ uống và hóa mỹ phẩm. Trong khi với ngành dược, tập đoàn sẽ tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động kinh doanh hiện hữu, tái cấu trúc Euvipharm và triển khai dự án thuốc ung thư và viên nang capsule. Ngoài ra, các cơ hội M&A để mở rộng kinh doanh cũng sẽ được tiếp tục tìm kiếm.

Bên cạnh đó, HĐQT cùng toàn thể các cổ động đã thông qua một số nội dung chính như: thông qua việc cho phép công ty CP Dũng Tâm sở hữu đến 51% số cổ phần phổ thông có quyền biểu quyết của FIT mà không phải làm thủ tục chào mua công khai; thông qua việc ủy quyền HĐQT quyết định các khoản đầu tư, mua bán tài sản có giá trị bằng hoặc lớn hơn 35% tổng giá trị tài sản công ty; thông qua việc gia hạn phương án phát hành cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu theo NQ ĐHCĐ thường niên năm 2015 và NQ ĐHCĐ bất thường năm 2016; thông qua việc thay đổi phương án sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán cho cổ đông chiến lược năm 2016.

Như vậy, chiến lược hoạt động kinh doanh năm 2017 đã được HĐQT công ty định hướng theo đúng hoạt động kinh doanh dài hạn cho giai đoạn 2015 - 2020 đã đặt ra là đưa FIT trở thành một tập đoàn hùng mạnh, sở hữu các công ty con, công ty liên kết có khả năng tăng trưởng cao thuộc các ngành hàng phát triển.

## 2. WEST FOOD ĐẦU TƯ LỚN VÀO HỆ THỐNG DÂY CHUYỀN TIỀN ĐÔNG, CẮT VÀ CẤP ĐÔNG NHANH CÁ THỂ (IQF)

*Với mục tiêu tăng trưởng doanh thu lên 25% trong năm 2017, Công ty cổ phần chế biến thực phẩm xuất khẩu miền Tây – Westfood vừa đầu tư hàng triệu đô vào hệ thống dây chuyền tiền đông, cắt và cấp đông nhanh cá thể (IQF) mới nhằm tăng năng suất và chất lượng sản phẩm.*

Công ty cổ phần chế biến thực phẩm xuất khẩu miền Tây – West Food là một trong những công ty thành viên thuộc tập đoàn F.I.T – hiện đang sở hữu nhà máy hiện đại bậc nhất Việt Nam với 3 dây chuyền IQF và 2 dây chuyền đóng lon thanh trùng theo công nghệ sản xuất tiêu chuẩn Châu Âu. Các dây chuyền này hiện đang chạy công suất tối đa những vẫn chưa đáp ứng được tối đa các đơn đặt hàng của khách hàng.



Hệ thống IQF là hệ thống dây chuyền 100% tự động hóa được nhập khẩu từ các nhà sản xuất thiết bị hàng đầu thế giới từ Mỹ, Hà Lan và Thụy Điển. Với những tính năng nổi trội của hệ thống dây chuyền IQF mới góp phần nâng công suất nhà máy cấp đông của Westfood tăng 55% từ 2.7 tấn/h lên 4.2 tấn/h; giúp tiết giảm chi phí sản xuất, tăng chất lượng sản phẩm, giảm phụ thuộc vào nhân công lao động và đặc biệt đáp ứng được các chỉ tiêu về vệ sinh an toàn thực phẩm khắt khe nhất hiện nay từ các thị trường khó tính như: Nhật, Mỹ, Úc và New Zealand.

Việc đầu tư hệ thống dây chuyền tự động IQF mới này nằm trong định hướng chiến lược đầu tư của tập đoàn F.I.T đối với Westfood. Hệ thống dây chuyền IQF mới sẽ giúp Westfood giữ vững được tốc độ tăng trưởng liên tục ít nhất là 20%/ mỗi năm, theo kế hoạch sẽ đạt mức 600 tỷ vào năm 2020.

### **3. TẬP ĐOÀN FIT ĐỒNG HÀNH CÙNG NHÓM MT TỔ CHỨC TẶNG QUÀ VÀ KHÁM CHỮA BỆNH MIỄN PHÍ TẠI THỊ TRẤN CẦU KÈ, TỈNH TRÀ VINH**

Tiếp nối chuỗi hoạt động thiện nguyện trong kế hoạch đã đề ra, ngày 9/4/2017 Tập đoàn F.I.T đã cùng các công ty thành viên là Công ty cổ phần dược phẩm Cửu Long và Công ty FIT Consumer tiếp tục đồng hành cùng nhóm Mindset Transformation (MT) tổ chức chương trình khám chữa bệnh, phát thuốc và trao quà miễn phí cho người dân có hoàn cảnh khó khăn tại Khóm 3, thị trấn Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh. Chương trình khám chữa bệnh được diễn ra tại chùa Vạn Hòa – tỉnh Trà Vinh.

Trong hoạt động thiện nguyện lần này, F.I.T và các công ty thành viên phối hợp với nhóm MT đã tiến hành thăm khám, cấp phát thuốc và trao tặng hơn 500 phần quà gồm các nhu yếu phẩm thiết yếu, nước uống Vikoda, dược phẩm và thuốc đặc trị phù hợp với tình hình sức khỏe của từng người. Song song với hoạt

động khám chữa bệnh, đoàn thiện nguyện cũng trao tặng hơn 200 phần quà gồm: sách, bút, vở, cặp sách và các đồ dùng học tập cho các em thiếu nhi.

Chương trình khám chữa bệnh miễn phí của F.I.T và các công ty thành viên, phối hợp cùng nhóm MT không chỉ thể hiện tấm lòng “Tương thân tương ái” mà thông qua chuỗi hoạt động thiện nguyện ý nghĩa này, F.I.T một lần nữa khẳng định sự cam kết và trách nhiệm của doanh nghiệp với cộng đồng, đóng góp cho sự phát triển chung của toàn xã hội.

**Một số hình ảnh của chương trình tại Trà Vinh ngày 9/4/2017:**



#### 4. TERO LÀ THƯƠNG HIỆU ĐẦU TIÊN RA MẮT BỘ ĐÔI SẢN PHẨM NƯỚC GIẶT- NƯỚC XẢ



Nối tiếp thành công của các dòng sản phẩm mang thương hiệu Tero, CTCP FIT Consumer tiếp tục cho ra mắt sản phẩm mới là **Nước xả vải TERO** - sản phẩm đi kèm với Nước giặt Trung Tính TERO vừa được công ty cho ra mắt vào tháng 2/2017 vừa qua. Như vậy, đây sẽ là bộ sản phẩm nước giặt và nước xả đầu tiên trên thị trường mang cùng một thương hiệu – TERO.

Nước xả vải đã được nhóm nghiên cứu và phát triển của FIT Consumer phát triển dựa trên sự thấu hiểu về nhu cầu của người tiêu dùng là không muốn quần áo bị xơ cứng sau nhiều lần giặt và gây cảm giác khó chịu khi mặc. Vì vậy, nước xả vải TERO đã sử dụng công nghệ Ultra Soft thấm thấu trên từng sợi vải, giúp quần áo **Mềm Mượt như mới**, đồng thời có hạt lưu hương giữ được hương thơm lâu trong suốt 07 ngày.

Với việc hoàn thiện và ra mắt bộ đôi sản phẩm giặt xả, dòng sản phẩm TERO mong muốn truyền tải thông điệp “**Bảo vệ tay - Sạch ngay như mới và Mềm mượt như mới**” tới toàn bộ người tiêu dùng Việt Nam. Thông điệp này cũng thể hiện định hướng chung mà FIT Consumer muốn hướng tới cho dòng sản phẩm TERO : đó là mang đến cho người tiêu dùng Việt Nam các sản phẩm có chất lượng, thể hiện được định hướng của những sản phẩm chất lượng nhưng sạch an toàn và bảo vệ sức khỏe của người tiêu dùng.

Với mục tiêu đưa nhãn hàng TERO lọt vào Top 5 ngành hàng Home Care (Chăm sóc gia đình) tại Việt Nam trong vòng 5 năm tới, FIT Consumer đang và sẽ nỗ lực nuôi dưỡng các đứa con tinh thần của mình, đồng thời tiếp tục nghiên cứu và cho ra đời các sản phẩm mới để bổ sung vào danh mục sản phẩm **Sạch An toàn** của mình. Đây cũng chính là định hướng phát triển bền vững và lâu dài của FIT Consumer nói riêng và công ty mẹ F.I.T Group nói chung, góp phần cho sự phát triển của toàn xã hội và nâng cao thương hiệu Việt.

## 5. NƯỚC GIẶT TRUNG TÍNH VỚI PH=7 LÀN SÓNG XANH MỚI TRONG NGÀNH HÀNG GIẶT TẮY

Giặt quần áo là công việc quen thuộc nhưng lại không hề đơn giản như chúng ta vẫn nghĩ, việc tiếp xúc trực tiếp với bột giặt hay nước giặt có thể gây hại đến sức khỏe và làn da của các chị em phụ nữ. Hơn hết, với nhiều gia đình có thói quen giặt tay hoặc dùng bột giặt khi giặt máy, nguy cơ cặn bột giặt còn sót lại gây viêm da hoặc viêm hô hấp là rất cao.

Chính từ những mối lo ngại đó, nước giặt trung tính với pH = 7 được ra mắt sau nhiều thí nghiệm chứng minh ưu điểm vượt trội so với bột giặt và nước giặt thông thường. Tác dụng dưỡng da của các sản phẩm sữa tắm, mỹ phẩm có độ pH thấp hoặc trung tính đã được phổ biến rộng rãi trong cộng đồng phái đẹp, nhưng với ngành hàng giặt tẩy thì khái niệm này vẫn còn khá mới mẻ. Ai trong chúng ta đều phải tiếp xúc hằng ngày với bột giặt và nước giặt có tính kiềm (pH>7) mà không hề hay biết rằng sau một thời gian sẽ khiến môi trường axit yếu của lớp biểu bì bị tổn hại, làn da trở nên nhạy cảm và dễ gây ra bệnh lý viêm da.



Từ cơ sở khoa học trên, các chuyên gia trong ngành hàng giặt tẩy nhắm đến một xu hướng phát triển mới: Nước giặt trung tính pH = 7 – có tiềm năng trở thành làn sóng xanh của ngành hàng giặt tẩy trong tương lai. Dẫn đầu trong việc phát triển nước giặt trung tính trên thị trường Việt Nam là thương hiệu Tero của Công ty Cổ phần FIT Consumer – một tên tuổi lâu năm trong ngành hàng tiêu dùng nhanh.

Sản phẩm nước giặt trung tính Tero với thông điệp “Bảo vệ tay – Sạch ngay như mới” thành công vượt qua thử thách quý tím với kết quả pH = 7, minh chứng cho độ an toàn tuyệt đối cho đôi bàn tay. Nước giặt trung tính Tero pH = 7 an toàn, không gây hại cho da khi giặt tay và công nghệ Ultra Clean sạch gấp 3 lần bột giặt thông thường, giúp tiết kiệm thời gian và chi phí giặt giũ hơn hẳn. Khắc phục nhiều điểm khuyết điểm của

bột giặt thông thường nhưng vẫn có mức giá rất kinh tế, mang đến hiệu quả gấp đôi mà vẫn vô cùng tiết kiệm, đáp ứng những yêu cầu khắt khe do người nội trợ đặt ra. Nước giặt trung tính Tero pH =7 tin chắc rằng sẽ trở thành làn sóng xanh của ngành hàng giặt tẩy trong tương lai.

(Theo: Dantri.com.vn)

## 6. TERO LẦN ĐẦU TIÊN CHO RA MẮT BỘ ĐÔI SẢN PHẨM NƯỚC GIẶT XẢ HOÀN HẢO

Nhãn hàng Tero thuộc Tập đoàn FIT consumer vừa ra mắt bộ đôi nước giặt trung tính và nước xả vải an toàn tuyệt đối cho da và sợi vải.



Việc lựa chọn chất giặt tẩy phù hợp với từng phương pháp giặt giữ rất hay bị bỏ qua, thật ra lại đóng một vai trò vô cùng quan trọng. Bên cạnh đó, khi đối mặt với những vết bẩn sẫm màu, quần áo có chất liệu đặc biệt và đồ lót đắt tiền, nhiều chị em đành ngậm ngùi hy sinh làn da mềm mại để vò tay cho dù đã có máy giặt. Thấu hiểu những trăn trở này, các chuyên gia của tập đoàn FIT đã nghiên cứu và cho ra bộ đôi sản phẩm nước giặt trung tính và nước xả Tero. Bộ đôi giặt xả SẠCH – AN TOÀN này sẽ giải quyết mọi khó khăn trong chuyện giặt giữ hàng ngày của phụ nữ.

Nếu từ trước đến nay, các chị em chỉ nghe về độ pH thấp hoặc trung tính (pH= 5-7) khi nhắc đến các sản phẩm sữa tắm, sữa dưỡng thể hay mỹ phẩm,...thì giờ đây TERO tiên phong ra mắt khái niệm hoàn toàn mới: Nước giặt trung tính pH =7 (tương đương với độ pH của nước tinh khiết), nhằm giữ cho lớp màng axit dưới da luôn khỏe mạnh. Với sản phẩm nước giặt TERO trung tính pH = 7 (tương đương với chỉ số pH của nước tinh khiết), giúp bảo vệ đôi tay cho chị em phụ nữ trong công việc giặt quần áo hằng ngày.

Giai đoạn cuối cùng trong một quy trình giặt xả hoàn hảo chính là bước lưu hương, nước xả vải TERO sử dụng công nghệ Ultra Soft thấm thấu trên từng sợi vải, giúp quần áo mềm mượt như mới, đồng thời có hạt lưu hương temptation Thụy Sĩ giữ được hương thơm lâu trong suốt 07 ngày. Khắc phục nhiều điểm bất tiện của bột giặt thông thường nhưng vẫn có mức giá rất kinh tế, đi kèm với nước xả mang đến hiệu quả gấp đôi mà vẫn vô cùng tiết kiệm chi phí, đáp ứng những yêu cầu khắt khe do người phụ nữ đặt ra. Bộ đôi sản phẩm nước giặt xả TERO, lựa chọn thông minh cho người nội trợ và phụ nữ hiện đại!

(Theo: Giadinh.net.vn)

*Bản tin IR không nằm ngoài mục đích giúp Cổ đông, Khách hàng, Báo chí, CBCNV và các bên quan tâm khác có cái nhìn toàn cảnh, từ đó, đưa ra những đánh giá đúng đắn về giá trị F.I.T.*

*Bên cạnh đó, Bản tin IR cũng thể hiện tính công khai, minh bạch, tôn trọng của F.I.T với các bên liên quan đảm bảo các mối quan hệ giữa F.I.T và các bên liên quan hiệu quả, bền vững, đa chiều.*

**Phụ trách bản tin: Trần Thị Phương Thảo - Phòng Truyền thông Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T**



Tầng 16 tòa Center - Hapulico, Số 1 Nguyễn Huy Tưởng, Phường Thanh Xuân Trung, Quận Thanh Xuân, Hà Nội.



(84-4) : 7309.4688 (109)



[thao.ttp@F.I.Tgroup.com.vn](mailto:thao.ttp@F.I.Tgroup.com.vn)



[www.F.I.Tgroup.com.vn](http://www.F.I.Tgroup.com.vn)



[www.facebook.com/F.I.Tgroup.com.vn](http://www.facebook.com/F.I.Tgroup.com.vn)