



# BẢN TIN IR

THÁNG 04 /2020

- ❖ Tầng 5 tòa Times Tower - HACCC1 Complex, số 35 Lê Văn Lương, Thanh Xuân, Hà Nội
- ❖ Tel: (84-24) 7309.4688
- ❖ Fax: (84-24) 7309.4686
- ❖ Thành lập: 08/03/2007
- ❖ Niêm yết: 26/07/2013



# MỤC LỤC

<b>FIT Cosmetics 2020: Đã đến lúc gặt hái những trái ngọt đầu tiên</b>	<b>01</b>
<b>FIT Cosmetics tiếp tục chung tay vì cộng đồng, hỗ trợ giá đặc biệt khi mua sản phẩm Dr.Clean</b>	<b>02</b>
<b>Westfood chủ động phòng chống Covid 19, ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh</b>	<b>03</b>
<b>ĐHĐCĐ Westfood: Tiếp tục tập trung phát huy các nguồn lực cho chiến lược phát triển lâu dài</b>	<b>04</b>
<b>Vikoda Soda – Nước khoáng thiên nhiên Soda đầu tiên của Việt Nam</b>	<b>05</b>
<b>Sự trở lại của Nước tăng lực khoáng Sumo – Nước tăng lực duy nhất sản xuất trên nền khoáng thiên nhiên</b>	<b>06</b>
<b>Những ưu điểm vượt trội của Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean</b>	<b>07</b>
<b>Toàn FIT chung tay tiếp sức Bệnh viện Nhiệt Đới Trung Ương chống dịch Covid 19</b>	<b>08</b>



# FIT Cosmetics 2020: Đã đến lúc gặt hái những trái ngọt đầu tiên

Trong thời gian gần đây, thương hiệu Dr. Clean trở thành một cái tên “hot trend” trên thị trường hàng tiêu dùng Việt. Ít ai biết rằng, Dr. Clean được sở hữu bởi FIT Cosmetics, một công ty thành viên thuộc Tập đoàn FIT. Sự tăng trưởng mạnh mẽ của Dr. Clean trong 3 tháng đầu năm 2020 đã giúp cho FIT Cosmetics ghi nhận được những kết quả kinh doanh đột phá, mở ra tiềm năng phát triển ấn tượng trong cả năm 2020.

Doanh thu của FIT Cosmetics bắt đầu tăng trưởng đột biến kể từ tháng 2/2020, khi dịch Covid 19 bắt đầu bùng phát tại Việt Nam. Chưa có khi nào mà nhu cầu mua nước rửa tay diệt khuẩn lại tăng mạnh mẽ như vậy. Trong đó, cái tên Dr. Clean trở thành một trong những sản phẩm được “săn lùng” nhiều nhất tại các cửa hàng, siêu thị cũng như các kênh bán hàng trực tuyến. Cụ thể, hơn 281.000 sản phẩm Dr. Clean đã được bán ra thị trường trong tháng 2/2020, góp phần đáng kể vào doanh thu tổng hơn 16,6 tỷ của FIT Cosmetics, gấp gần 4 lần so với cùng kỳ năm 2019 (4,3 tỷ). Lợi nhuận trước thuế ghi nhận con số 1,7 tỷ, một kết quả không tồi đối với một doanh nghiệp vừa trải qua cuộc tái cơ cấu toàn diện.

Kết thúc tháng 3/2020, doanh thu của FIT Cosmetics đạt 16,5 tỷ và lợi nhuận trước thuế là 1,8 tỷ. Đóng góp cho kết quả chung của quý I/2020 con số về doanh thu là 37,9 tỷ và lợi nhuận trước thuế là 389 triệu. Rõ ràng, những con số này phản ánh sự tăng trưởng rõ nét của FIT Cosmetics và mở ra một năm 2020 đầy tiềm năng.

**Dr. Clean** **Gel Rửa Tay Sạch Khuẩn** **Mới**  
**Waterless HAND SANITIZER**  
**Dưỡng Ẩm Da Tay Mềm Mại**

**Khử mùi hôi tanh**

**Không hại da tay**  
 • Không gây khô da  
 • Không gây kích ứng

**giúp làm sạch 99,9% vi khuẩn**

**Hãy bảo vệ sức khỏe bạn và gia đình bằng việc rửa tay ngay hôm nay!**  
 Fanpage: <https://www.facebook.com/drclean.com.vn/>

Có thể nói, trong khi các doanh nghiệp lớn nhỏ tại Việt Nam đều bị ảnh hưởng đáng kể bởi Covid 19, thì

FIT Cosmetics lại là một trong những doanh nghiệp hiếm hoi tìm thấy cơ hội phát triển trong đại dịch. Sẽ có những ý kiến cho rằng, FIT Cosmetics gặp may mắn vì mùa dịch bệnh chính là thời điểm vàng để thúc đẩy doanh số cho các sản phẩm chăm sóc cá nhân nói chung và nước rửa tay diệt khuẩn nói riêng. Tuy nhiên, nếu như không dựa vào năng lực sản xuất sẵn có, FIT Cosmetics đã không thể đáp ứng đủ sản lượng cung cấp ra thị trường. Đặc biệt, trong bối cảnh dịch Covid 19 lan rộng, FIT Cosmetics đã kịp thời cho tái tung dòng sản phẩm Gel rửa tay khô Dr. Clean tiện lợi giúp người dân phòng dịch hiệu quả. Với sự chủ động trong sản xuất, cộng với sự nhạy bén, nắm bắt xu hướng của thị trường, FIT Cosmetics đang cho thấy công ty đã sẵn sàng cạnh tranh với những tên tuổi lớn trong ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam.

Ngoài Dr. Clean, FIT Cosmetics còn sở hữu những thương hiệu nổi tiếng khác như: nước giặt, nước xả vải Tero, bộ sản phẩm vệ sinh nhà cửa Ocleen, sữa tắm Nuwhite,... hiện đang có mặt tại hơn 100.000 điểm bán lẻ khắp Việt Nam cũng như nhiều kênh thương mại điện tử uy tín. Sự tăng trưởng mạnh mẽ của Dr. Clean chính là bước đệm hoàn hảo để FIT Cosmetics tiếp tục đẩy mạnh những sản phẩm trọng điểm của mình. Với dây chuyền sản xuất hiện đại tại nhà máy ở Long An, cùng với sự linh hoạt trong phương án kinh doanh, FIT Cosmetics hoàn toàn chủ động trước các diễn biến phức tạp của thị trường.



Bên cạnh việc sản xuất kinh doanh, FIT Cosmetics luôn chú trọng thực hiện các hoạt động xã hội, chia sẻ trách nhiệm với cộng đồng nhằm hướng tới sự phát triển lâu dài và bền vững. Gần đây nhất, FIT Cosmetics đã tổ chức chương trình **“Cùng Dr. Clean chung tay bảo vệ sức khỏe cộng đồng – Hãy trao yêu thương, đừng trao vi khuẩn”** tại bệnh viện Nguyễn Tri Phương – TP. HCM, đã thu hút được rất nhiều sự quan tâm từ cộng đồng.

Chính thức gia nhập FIT Group từ năm 2017, sau 8 năm hoạt động với cái tên Sao Nam, FIT Cosmetics



ngày nay đã phát triển lớn mạnh và trở thành một trong những doanh nghiệp sản xuất hóa mỹ phẩm hàng đầu tại Việt Nam. Với mong muốn mang lại sự hài lòng, niềm vui và sự an tâm cho người tiêu dùng, FIT Cosmetics không ngừng nghiên cứu và phát triển những dòng sản phẩm xanh, tiện lợi và chất lượng trên nền tảng “Công nghệ Hàn Quốc, dành cho người Việt”. Năm 2020 được dự đoán sẽ là một năm đầy tươi sáng đối với FIT Cosmetics, khi công ty gặt hái những trái ngọt đầu tiên sau 3 năm tái cơ cấu toàn diện. Xét cho cùng, đó cũng là kết quả xứng đáng cho những nỗ lực, tinh thần đoàn kết và phấn đấu của toàn thể ban lãnh đạo và đội ngũ cán bộ nhân viên của công ty.

02

## **FIT Cosmetics tiếp tục chung tay vì cộng đồng, hỗ trợ giá đặc biệt khi mua sản phẩm Dr.Clean**

**Từ 01/05/2020 đến 31/05/2020, FIT Cosmetics sẽ áp dụng chính sách hỗ trợ giá đặc biệt, giảm từ 30% cho các đối tượng thuộc khối trường học, tổ chức, xí nghiệp khi mua các sản phẩm sữa rửa tay diệt khuẩn, gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean.**

Mặc dù tình hình dịch bệnh đang có dấu hiệu được kiểm soát, tính đến thời điểm sáng ngày 28/04, đã 12 ngày liên tục Việt Nam không ghi nhận thêm ca nhiễm mắc mới trong cộng đồng, tuy nhiên để bảo vệ sức khỏe cho bản thân và toàn xã hội, người dân vẫn cần duy trì các quy định về phòng, chống dịch, đặc biệt là thói quen rửa tay thường xuyên với sữa rửa tay hoặc gel sát khuẩn.

Trong bối cảnh cả nước chung sức, đồng lòng, quyết tâm chống dịch Covid-19, với tinh thần chung tay bảo vệ sức khỏe cộng đồng, từ 01/05/2020 đến 31/05/2020, FIT Cosmetics sẽ áp dụng chính sách hỗ trợ giá đặc biệt, **giảm từ 30% giá trị các đơn hàng đối với dòng sản phẩm của Dr.Clean**, bao gồm sữa rửa tay diệt khuẩn và gel rửa tay không dùng nước cho các đối tượng thuộc các khối trường học, tổ chức, xí nghiệp trên phạm vi toàn quốc.



*Các sản phẩm Dr.Clean áp dụng chính sách hỗ trợ giá*

Bên cạnh chính sách hỗ trợ giá đặc biệt, FIT Cosmetics còn khuyến khích, kêu gọi toàn xã hội chung tay

đẩy lùi dịch bệnh, đặc biệt là mỗi cá nhân cần nâng cao ý thức, chăm lo bảo vệ sức khỏe bản thân, gia đình và những người xung quanh, hướng tới một cộng đồng an toàn, khỏe mạnh.

Là thương hiệu uy tín có mặt hơn 10 năm trên thị trường với khả năng làm sạch tới 99,9% vi khuẩn gây hại, ngăn ngừa vi khuẩn xâm nhập lây bệnh qua đôi tay, Dr.Clean đã và đang cùng FIT Cosmetics nêu cao sứ mệnh chăm sóc và bảo vệ sức khỏe của người Việt, mang tới cho xã hội những giá trị tốt đẹp, bền vững. Đó cũng chính là bí quyết để thương hiệu Dr.Clean luôn được củng cố trong tâm trí người tiêu dùng, giúp FIT Cosmetics đứng vững trên thị trường trong những năm qua. Cùng với chủ trương xuyên suốt từ công ty mẹ FIT Group, FIT Cosmetics sẽ tiếp tục nghiên cứu và cho ra đời những dòng sản phẩm an toàn, chất lượng và có giá trị ưu việt hơn nữa, đưa FIT Cosmetics vươn lên một tầm cao mới, vươn lên trở thành Top 05 công ty hàng tiêu dùng hàng đầu tại Việt Nam.

## Westfood chủ động phòng chống Covid 19, ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh

03

***Dựa theo chỉ thị từ công ty mẹ là Tập đoàn FIT, Westfood đã khẩn trương hành động một cách quyết liệt các biện pháp phòng chống dịch bệnh an toàn và hiệu quả tại công ty, bảo vệ sức khỏe cho CBNV và ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh.***

Trong thời gian qua, đứng trước nguy cơ của đại dịch Covid 19, để đảm bảo ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời bảo vệ an toàn sức khỏe cho cán bộ, công nhân viên, duy trì sản xuất liên tục, đáp ứng các đơn hàng trong và ngoài nước, thực hiện công văn số 14/2020 của Tập đoàn FIT về phòng tránh dịch bệnh Covid 19 và các chỉ thị hướng dẫn của nhà nước, các cơ quan y tế về phòng chống đại dịch, Ban Giám đốc công ty đã nhanh chóng ban hành thông báo và chỉ đạo đến toàn thể cán bộ, công nhân viên triển khai các biện pháp phòng tránh dịch bệnh nhằm hạn chế tối đa việc lây nhiễm, cụ thể:

1. Cấp phát 6.100 khẩu trang y tế và 1.400 khẩu trang vải (tái sử dụng) đến toàn thể Cán bộ, công nhân viên trong công ty, bắt buộc phải đeo khẩu trang trong khuôn viên văn phòng, nhà máy và khi ra đường.
2. Bố trí các bình xịt cồn 75° xung quanh nhà máy và văn phòng để rửa tay sát khuẩn.
3. Tổ chức hơn 10 đợt uống Vitamin C cho toàn bộ công ty theo định kỳ để tăng cường sức đề kháng.
4. Triển khai đo thân nhiệt bắt buộc khi cán bộ, công nhân viên, khách hàng đến công ty làm việc, và phải thực hiện tờ khai y tế theo quy định của Công ty.
5. Công tác hướng dẫn vệ sinh, thông báo về tình hình diễn biến đại dịch Covid 19, không tụ tập đông người được tất cả các phòng, ban và phân xưởng thường xuyên đồn đốc tuyên truyền nhắc nhở để tất cả người lao động tự giác chủ động phòng chống dịch, đảm bảo sản xuất kinh doanh cho công ty. Nghiêm túc xử phạt nếu cán bộ, công nhân viên không làm theo các quy định đã ban hành.

6. Nếu dịch bệnh nghiêm trọng, sẵn sàng ngưng sản xuất để đảm bảo sức khỏe cho cán bộ, công nhân viên.



*Cán bộ, công nhân viên Westfood ra vào nhà máy bắt buộc phải vệ sinh tay*

Trả lời phỏng vấn Ban Thời sự Cần Thơ, ông Đinh Thủy Diệu Bình, Quản lý sản xuất của công ty chia sẻ: “Công ty đã cấp phát khẩu trang, bổ sung vitamin C cho các CBNV để tăng sức đề kháng, rồi đo thân nhiệt, hướng dẫn anh em rửa tay đúng cách. Đồng thời, các công cụ, dụng cụ như xít cón, vệ sinh, bảo hộ lao động được chuẩn bị đầy đủ. Công ty tạo điều kiện cho anh em như vậy, riêng bản thân mình thấy rất an tâm.”

Trong năm 2019, Westfood xuất khẩu sang 150 nước, đạt doanh thu trên 270 tỷ đồng. Đầu năm 2020, khi xuất hiện dịch bệnh Covid 19 tại Việt Nam, lượng công nhân đã giảm hơn 10%. Trước diễn biến ngày càng khó lường của đại dịch, để duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh, Ban Lãnh đạo Westfood đã quyết định đầu tư máy cân và đóng gói tự động cho sản phẩm đông lạnh IQF trên 9 tỷ đồng, công suất đạt 3600 sản phẩm/giờ, đồng thời đầu tư dây chuyền hơn 12 tỷ đồng để đóng gói ly nhựa trái cây loại 200g và 120g với công suất 5400 ly/giờ. Các công nghệ mới vừa giải quyết được tình trạng thiếu hụt lao động, vừa xử lý vi sinh hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, các mặt hàng đóng gói cũng được chuyển dịch cơ cấu từ loại lớn sang loại nhỏ dành cho thị trường bán lẻ để các kênh bán hàng online dễ phục vụ trực tiếp đến tay người tiêu dùng. Nhờ vậy mà các đối tác vẫn tiếp tục ký kết với Westfood, doanh số quý 1 đạt 73,5 tỷ, tăng 11% so với cùng kỳ năm trước.

Hiện nay, một số nước trên thế giới đã ban bố tình trạng khẩn cấp, phong tỏa để phòng chống dịch Covid 19, nên sức mua sầm và giao thương bị thu hẹp. Tình hình này gây khó khăn rất lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam tại các thị trường Châu Âu, Châu Mỹ. Tuy nhiên đây cũng là một phép thử để Westfood chủ động, linh hoạt, sáng tạo, vượt qua thử thách và mạnh mẽ hơn, đưa Westfood tiếp tục hướng



tới mục tiêu trở thành công ty sản xuất và xuất khẩu trái cây lớn nhất Việt Nam, đạt tiêu chuẩn Quốc tế, là hình mẫu xây dựng hình ảnh tin cậy của sản phẩm Nông nghiệp Việt Nam trên thị trường Quốc tế.

## **ĐHĐCĐ Westfood: Tiếp tục tập trung phát huy các nguồn lực cho chiến lược phát triển lâu dài**

04

**Ngày 27/04/2020, Đại hội đồng cổ đông CTCP Chế biến xuất khẩu thực phẩm Miền Tây (Westfood) đã chính thức diễn ra tại Hà Nội.**

Đại hội đã thông qua Báo cáo về kết quả sản xuất kinh doanh năm 2019 và kế hoạch kinh doanh 2020; Báo cáo tài chính năm 2020 đã được kiểm toán; cũng như các vấn đề khác thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng cổ đông.



Trong nửa đầu năm 2019, đặc biệt trong quý 2 Westfood đã có được kết quả lợi nhuận rất ấn tượng, vượt chỉ tiêu đề ra và tăng trưởng hơn 40% về lợi nhuận. Tuy nhiên trong nửa cuối năm 2019, West food gặp nhiều khó khăn trong việc thu mua nguyên liệu do miền Nam chứng kiến những yếu tố thời tiết bất lợi và mất mùa dẫn đến giá thu mua nhiều loại nông sản vượt định mức cho phép. Mặt hàng chủ lực là dứa tăng giá quá cao, có thời điểm tăng gấp đôi so với kế hoạch; xoài bị cạnh tranh mạnh từ khách hàng Trung Quốc thu mua với độ chín thấp so với chuẩn chế biến; đồng thời trái cây đóng lon bị cạnh tranh mạnh từ Thái Lan do giá khóm nguyên liệu thấp hơn Việt Nam; ... những nguyên nhân này khiến cho doanh thu cả năm của Westfood bị sụt giảm và kéo lợi nhuận cả năm giảm theo. Tổng doanh thu thuần thực hiện năm 2019 đạt 253 tỷ đồng, giảm 12,7% so với năm 2018, đạt 72% kế hoạch năm 2019. Mặc dù lợi nhuận sau thuế đạt 7,42 tỷ đồng, chỉ hoàn thành 35% so với kế hoạch năm nhưng đó là kết quả đến từ sự nỗ lực và quyết



tâm của Ban Lãnh đạo cùng toàn thể cán bộ, công nhân viên trong tất cả các khâu từ sản xuất cho đến kinh doanh.

Bên cạnh sự sụt giảm về doanh thu, tại thị trường nội địa, Westfood đã bắt đầu phân phối sản phẩm đến các hệ thống siêu thị lớn, mở rộng kênh phân phối và đối tượng khách hàng, tối ưu hóa mọi nguồn lực của công ty, qua đó góp phần nâng cao thương hiệu Westfood và mở ra cơ hội kinh doanh mới cho công ty. Việc trồng thử nghiệm giống dưa MD2 cũng đã ghi nhận đang gặt hái được thành công và Westfood đang tiếp tục đầu tư mở rộng dự án này.

Đầu năm 2020, cả thị trường kinh tế thế giới đều bị ảnh hưởng mạnh do tác động của đại dịch Covid 19. Hầu hết mọi quốc gia phải đối mặt với cuộc khủng hoảng nghiêm trọng chưa từng có, Việt Nam là nước chịu tác động mạnh và trực tiếp, cả phía cầu và phía cung. Trước tình hình diễn biến phức tạp của thị trường nguyên liệu và tình hình dịch bệnh hiện nay, năm 2020, Ban Lãnh đạo Westfood đã đặt ra mục tiêu với doanh thu thuần 331,03 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế 21,60 tỷ đồng. Theo kế hoạch này, Westfood sẽ tiếp tục tập trung phát huy các nguồn lực cho chiến lược phát triển lâu dài như đầu tư, nâng cấp máy móc, thiết bị để nâng cao năng lực sản xuất, phát triển các sản phẩm mới để phục vụ nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường. Để giảm thiểu thời gian gián đoạn sản xuất do tính mùa vụ của hàng nông sản, Westfood sẽ đẩy mạnh việc dự trữ nguyên liệu, tiếp tục mở rộng vườn ươm giống dưa MD2 để mở rộng vùng nguyên liệu riêng, tạo lợi thế cạnh tranh với các doanh nghiệp cùng ngành. Các chiến lược kinh doanh, bán hàng sẽ được xây dựng phù hợp, linh hoạt từng thời điểm để tối đa hóa doanh thu và lợi nhuận, tiếp tục đẩy mạnh phát triển thị trường, hoạt động bán hàng tại các nước trọng điểm như Nhật, Hàn Quốc, Mỹ, châu Âu; bên cạnh đó, Westfood cũng sẽ tiếp tục đưa các sản phẩm của công ty thâm nhập thị trường nội địa thông qua các hệ thống siêu thị lớn như Coopmart, Lotte, Emart, ... và các chuỗi cửa hàng tiện lợi như Circle K, 7eleven, ...

Năm 2020 có lẽ là năm của nhiều biến động đối với nền kinh tế Việt Nam nói chung và Westfood nói riêng, nhưng với chiến lược phát triển bền vững, sự đầu tư mạnh mẽ và định hướng đúng đắn, kịp thời từ công ty FIT mẹ cùng sự quyết tâm của BLĐ và toàn thể cán bộ, công nhân viên sẽ tạo thành sức mạnh tổng thể đưa Westfood vượt qua mọi khó khăn, thử thách, từng bước chinh phục thị trường quốc tế và nội địa với những sản phẩm chất lượng, đặt nền móng vững chắc, đưa Westfood trở thành một trong những công ty chế biến và xuất khẩu trái cây hàng đầu tại Việt Nam, và là một đối tác tin cậy, uy tín với các bạn hàng quốc tế.

## **Vikoda Soda – Nước khoáng thiên nhiên Soda đầu tiên của Việt Nam**

05

*Ra mắt từ cuối tháng 01/2020, Soda là cái tên tiếp theo gia nhập danh mục các sản phẩm mang thương hiệu Vikoda – thương hiệu nước khoáng thiên nhiên với 30 năm lịch sử hình thành và phát triển tại Việt Nam.*

Ra mắt từ thị trường từ năm 1990, thương hiệu nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh – Vikoda của CTCP Nước khoáng Khánh Hòa đã ghi dấu ấn trong tâm trí khách hàng và trở nên quen thuộc với mọi gia đình. Với mong muốn phát triển thêm các dòng sản phẩm mới từ nước khoáng thiên nhiên, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng nhưng vẫn bổ dưỡng và tốt cho sức khỏe, Vikoda đã nghiên cứu và tiếp tục cho ra mắt dòng sản phẩm Soda – thương hiệu soda độc đáo riêng biệt đầu tiên của người Việt.

Soda vốn là một loại nước uống có gas, với thành phần chính là nước không cồn và muối sodium carbonate, đây là thức uống lâu đời, vẫn được con người sử dụng từ thế kỷ XVII cho đến ngày nay. Theo đánh giá của các chuyên gia về sức khỏe, soda còn có khả năng hỗ trợ rất tốt cho hệ thống tiêu hóa và túi mật của cơ thể, giúp cải thiện hệ thống đường tiêu hóa, giảm tỷ lệ táo bón cao, làm đẹp da và chống lão hóa.



Khác với các dòng sản phẩm soda trên thị trường, Vikoda Soda là dòng sản phẩm soda đầu tiên tại Việt Nam được sản xuất từ 100% nước khoáng kiềm thiên nhiên, đóng lon tại nguồn khoáng Đảnh Thạnh quý hiếm. Với công nghệ sản xuất hiện đại, khép kín, Vikoda Soda không chỉ đem lại cảm giác sảng khoái và mát lạnh khi uống, có giá trị giải khát cao, mà còn chứa nhiều vi khoáng tự nhiên thiết yếu như Ca, Mg, K, Na... giúp tăng sức đề kháng, tốt cho sức khỏe. Ngoài việc uống trực tiếp, Vikoda Soda còn có thể kết hợp được với nhiều sản phẩm khác như trái cây, siro, kem hay sữa,... để pha chế thành nhiều hương vị và các loại đồ uống khác nhau, tạo thành đồ uống soda rất nhiều mùi vị và hấp dẫn.

Ngày nay, con người có xu hướng quan tâm đến các thức uống giải khát nhưng vẫn bổ dưỡng và tốt cho sức khỏe. Là cái tên tiếp theo gia nhập danh mục các sản phẩm mang thương hiệu Vikoda – Đảnh Thạnh, được xây dựng với hình ảnh trẻ trung, mạnh mẽ, cá tính, năng động, tự tin, thích tìm tòi cái mới, điệu nghệ như những bartender chuyên nghiệp, Vikoda Soda hứa hẹn sẽ giúp CTCP Nước khoáng Khánh Hòa mở rộng kênh phân phối và nhóm đối tượng khách hàng, góp phần củng cố và nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu Đảnh Thạnh – Vikoda, thương hiệu nước khoáng thiên nhiên với 30 năm lịch sử hình thành và phát triển tại Việt Nam. Với một đội ngũ tâm huyết cùng với sự đầu tư nghiêm túc về cả hình ảnh và chất lượng sản phẩm, Vikoda Soda cũng như các sản phẩm khác của công ty hứa hẹn sẽ đứng trước rất nhiều cơ hội để tạo sự đột phá, chiếm lĩnh thị trường Việt Nam, thực hiện sứ mệnh mang nguồn nước khoáng



thiên nhiên tuyệt vời của Việt Nam vươn ra thế giới như chiến lược mà FIT Group – công ty mẹ đã định hướng.

## Sự trở lại của Nước tăng lực khoáng Sumo – Nước tăng lực duy nhất sản xuất trên nền khoáng thiên nhiên

06

*Được nghiên cứu và phát triển từ nguồn nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh quý hiếm, nước tăng lực khoáng Sumo với mùi vị đặc trưng thơm ngon, hấp dẫn, phù hợp với khẩu vị và sức khỏe của người Việt, mang lại cảm giác sảng khoái, năng lượng tràn trề để dễ dàng chinh phục mọi mục tiêu và thách thức.*

Cuộc sống hiện đại với tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng nghiêm trọng, các loại dịch bệnh gia tăng cộng thêm áp lực công việc nặng nề khiến con người dễ rơi vào tình trạng căng thẳng, mệt mỏi và thiếu năng lượng. Đây là lúc cơ thể cần một nguồn năng lượng tiếp sức, hồi phục sức mạnh, đánh thức sự tỉnh táo để tiếp tục chinh phục mọi mục tiêu và thách thức. Là thương hiệu nước tăng lực khoáng thiên nhiên gắn liền với tuổi thơ của nhiều thế hệ, mới đây, CTCP Nước khoáng Khánh Hòa (Đảnh Thạnh – Vikoda) đã tái tung ra thị trường sản phẩm nước tăng lực khoáng Sumo với diện mạo mới hiện đại, trẻ trung cùng nhiều dòng sản phẩm đa dạng, hấp dẫn hơn, phù hợp với mọi đối tượng, mang đến cho người tiêu dùng thêm nhiều lựa chọn hơn trong cuộc sống hàng ngày.

**TỪ NGUỒN NƯỚC KHOÁNG THIÊN NHIÊN**   
Bổ sung các vi khoáng tự nhiên như Canxi, Kali, Magie, Natri,... tốt cho sức khỏe

**BỔ SUNG VITAMIN B6**   
Cho bạn một cơ thể và tinh thần căng tràn sức sống mỗi ngày

**BỔ SUNG TAURINE, INOSITOL**   
Năng lực tức thì, cho bạn cảm giác tỉnh táo, khỏe khoắn

**KHOẺ Ý CHÍ  
MẠNH BẢN LĨNH**



Theo đó, sản phẩm là kết hợp tuyệt vời, độc đáo giữa nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh giàu các vi khoáng tự nhiên như Ca, Mg, Na, K, HCO<sub>3</sub> ... và các thành phần Taurine, Inositol & vitamin B6, nước tăng lực khoáng Sumo không chỉ bổ sung năng lượng tức thì, mang lại cảm giác tỉnh táo, mà còn giúp người sử dụng trở nên khỏe khoắn, dẻo dai hơn sau khi chơi thể thao, làm việc mệt mỏi hay học tập căng thẳng. Với nước tăng lực khoáng Sumo, mỗi ngày sẽ luôn tràn đầy năng lượng, giúp con người trở nên “**Khỏe Ý Chí – Mạnh Bản Lĩnh**” hơn.



*Nước khoáng tăng lực Sumo vàng, vị cafe và vị dứa rừng cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn*

Là sản phẩm nước tăng lực của người Việt duy nhất được sản xuất trên nền khoáng thiên nhiên bởi CTCP Nước khoáng Khánh Hòa – doanh nghiệp uy tín, tên tuổi với hơn 30 năm kinh nghiệm trên thị trường nước uống, nước tăng lực khoáng Sumo không chỉ giúp đánh thức năng lượng trong cơ thể mà còn tăng sức đề kháng, tốt cho sức khỏe, tiếp nối sứ mệnh tốt đẹp mà công ty luôn hướng tới, đó là cải thiện và nâng cao sức khỏe của người Việt.

Để khẳng định uy tín của một công ty nước khoáng thiên nhiên với 30 năm lịch sử hình thành và phát triển tại Việt Nam, Đánh Thạnh – Vikoda luôn chú trọng phát triển sản phẩm dựa trên sự nghiên cứu kỹ lưỡng về thị hiếu cũng như nhu cầu của mọi đối tượng người tiêu dùng để đáp ứng các đòi hỏi ngày càng cao của thị trường. Cùng với sản phẩm nước tăng lực khoáng Sumo và các sản phẩm khác của công ty, Đánh Thạnh – Vikoda khát vọng tạo nên một thương hiệu Việt đủ vững mạnh, không chỉ đứng top đầu thị trường nước giải khát trong nước mà còn vươn tầm quốc tế, sánh vai với bạn bè trên thế giới như công ty FIT mẹ đã đầu tư và định hướng.

## **Những ưu điểm vượt trội của Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean**

*Với những ưu điểm vượt trội, ngay từ khi ra mắt, Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean nhanh chóng trở thành sản phẩm được đông đảo người dùng ưa chuộng và săn đón.*

07



Trước tình hình dịch Covid 19 đang được cả thế giới quan tâm với diễn biến ngày càng phức tạp, một trong những biện pháp bảo vệ sức khỏe bản thân và gia đình hiệu quả được khuyến cáo từ Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) là rửa tay đúng cách và thường xuyên. Hiện tại, trên thị trường lưu hành nhiều sản phẩm dung dịch nước rửa tay khô khác nhau phục vụ nhu cầu cấp thiết cho người dân, nổi bật có thể kể đến sản phẩm Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean do CTCP FIT Cosmetics sản xuất. Với những ưu điểm vượt trội so với các sản phẩm cùng loại trên thị trường, Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean đang dần chinh phục người tiêu dùng Việt:

### 1. Cấu trúc nền dạng gel bền chắc, tăng cường hiệu quả làm sạch và tiết kiệm

Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean có cấu trúc thể gel bền chắc hơn so với các sản phẩm cùng loại, nhờ đó mà gel bám vào da bám vào da lâu hơn so với dạng dung dịch lỏng, tăng thời gian tiếp xúc giữa da tay và dung dịch, giúp làm sạch vi khuẩn tốt hơn. Khi bóp gel ra bề mặt phẳng như mặt bàn gỗ, hoặc mặt kính, gel sẽ ra dạng giọt đặc. Khi cho vào lòng bàn tay, do tiếp xúc nhiệt độ cơ thể, xung quanh sẽ tan ra, phần gel ở giữa lòng bàn tay vẫn còn (hình ảnh minh họa).



Dr.Clean



Sản phẩm khác

### 2. Bổ sung vitamin E giúp da luôn mềm mịn:

Với tiêu chí làm sạch nhưng vẫn bảo vệ da tay, FIT Cosmetics đã bổ sung thành phần Vitamin E siêu dưỡng ẩm trong sản phẩm gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean, đây cũng là một trong những nguyên nhân mà Dr.Clean có dạng gel đặc hơn so với các sản phẩm thông thường, giúp cho bàn tay luôn mềm mại, mịn màng sau khi sử dụng. Đặc biệt trong mùa phòng dịch, dù rửa tay nhiều lần trong ngày với Gel rửa tay

không dùng nước Dr.Clean, da tay vẫn không bị khô hay tổn thương, đặc biệt là không tạo cảm giác sạch ảo như nhiều sản phẩm cùng loại.

### 3. Hiệu quả sạch khuẩn 99,9% đã được viện Pasteur kiểm nghiệm và chứng nhận:

Để làm sạch vi khuẩn, cần có thời gian tiếp xúc giữa vi khuẩn và sản phẩm rửa tay. Dr.Clean với cấu trúc gel đặc bám vào da tay, tạo ra thời gian phù hợp để tương tác và làm sạch khuẩn với hiệu quả 99,9% đã được Viện Pasteur kiểm nghiệm và chứng nhận, khác với các sản phẩm bay hơi nhanh khi xoa vào lòng bàn tay, không tạo hiệu quả cao trong công tác làm sạch vi khuẩn.

Ví dụ: Giả sử trên tay có 100 con vi khuẩn, dùng Dr.Clean có thể làm sạch được 99,9% vi khuẩn vì Dr.Clean bám lâu trên da tay hơn, vừa làm sạch khuẩn vừa dưỡng ẩm. Trong khi dùng các sản phẩm khác chỉ có thể làm sạch khuẩn khoảng 50% (do thời gian tiếp xúc ngắn, dung dịch bay hơi nhanh nên hiệu quả sạch khuẩn không cao).

### 4. Mùi thơm nhẹ, dễ chịu

Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean có 2 mùi hương chính là Trà xanh và Hoa Oải Hương. Mùi hương thơm được cấu thành từ các phân tử khá phức tạp, với mong muốn tránh gây kích ứng cho da tay trẻ em hoặc da nhạy cảm, tăng cường hiệu quả dưỡng ẩm giúp da mềm mịn hơn, Dr.Clean dạng gel đặc không bị bốc hơi nhanh và được thiết kế mùi hương với cường độ dịu nhẹ nhưng vẫn khử mùi hiệu quả và an toàn cho da. Nếu dùng đúng theo hướng dẫn sử dụng, xoa tay trong 15 – 20 giây sẽ giúp mùi thơm lan tỏa và kéo dài trong ít nhất 30 phút.

Là thương hiệu được yêu thích hơn 10 năm trên thị trường, Dr.Clean cũng chính là một trong những dòng sản phẩm tiên phong và nổi tiếng nhất của FIT Cosmetics. Với những ưu điểm vượt trội, ngay từ khi ra mắt, Gel rửa tay không dùng nước Dr.Clean nhanh chóng trở thành sản phẩm được đông đảo người dùng ưa chuộng và “săn đón”, đặc biệt trong bối cảnh virus Covid 19 dễ lây lan trong cộng đồng xã hội như hiện nay. Với định hướng phát triển từ công ty mẹ là FIT Group, trong thời gian tới FIT Cosmetics sẽ tiếp tục xây dựng Dr.Clean trở thành nhãn hiệu chăm sóc da tay hàng đầu Việt Nam cũng như tập trung phát triển những sản phẩm chất lượng, tốt cho sức khỏe, góp phần thực hiện sứ mệnh kết nối và bảo vệ đời sống của người Việt.

## Toàn FIT chung tay tiếp sức Bệnh viện Nhiệt Đới Trung Ương chống dịch Covid 19

08

*Hưởng ứng lời kêu gọi toàn dân ủng hộ phòng, chống dịch Covid-19 của Thủ tướng Chính phủ và Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, ngày 07/04/2020 vừa qua, đại diện Tập đoàn FIT và các công ty thành viên đã trao tặng 2000 khẩu trang y tế, hơn 1200 chai gel rửa tay khô Dr.Clean cho bệnh viện Nhiệt Đới Trung Ương 2, Hà Nội; và tiền mặt ủng hộ cho Chương trình chống dịch.*



Trong cuộc chiến “**chống dịch như chống giặc**” những ngày qua, hình ảnh đội ngũ cán bộ, y bác sĩ được ví như các chiến sĩ áo trắng đã cống hiến hết mình, không quản vất vả, hiểm nguy, tận tâm, tận lực ngày đêm túc trực, vừa hết lòng cứu chữa người bệnh, vừa làm công tác trấn an tâm lý, động viên, chăm sóc bệnh nhân để ngăn ngừa nguy cơ lây lan dịch Covid 19 đã để lại ấn tượng tốt đẹp, sâu sắc, làm lay động triệu con tim Việt Nam. Trước tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp, khó lường và có thể kéo dài, Việt Nam đang trong giai đoạn cần tập trung cao độ để phòng, chống lây nhiễm trong cộng đồng, với nguy cơ bị lây nhiễm cao, đội ngũ y tế rất cần nhận được sự bảo vệ, quan tâm của cả cộng đồng.



Chiều ngày 07/04/2020 vừa qua, thực hiện lời kêu gọi của thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc, với tinh thần tương thân tương ái sâu sắc, sẵn sàng san sẻ khó khăn, tiếp thêm nguồn lực, sức mạnh và niềm tin cho các y bác sĩ, nhân viên y tế trên tuyến đầu chống dịch tại địa bàn, đội ngũ cán bộ nhân viên CTCP Tập đoàn FIT và các công ty thành viên đã đóng góp và chung tay tiếp sức cho bệnh viện Nhiệt Đới Trung Ương 2000 khẩu trang y tế và hơn 1200 chai gel rửa tay khô Dr.Clean tại cơ sở 2, Đông Anh, Hà Nội.



Là một trong những bệnh viện tuyến đầu tại Hà Nội, tập thể đội ngũ y bác sĩ tại bệnh viện Nhiệt Đới Trung Ương cơ sở 2 đã gặp không ít khó khăn trong quá trình điều trị cho các bệnh nhân mắc Covid 19, nhất là việc bệnh nhân gặp tác dụng phụ của thuốc qua các phác đồ điều trị khác nhau, khiến các y bác sĩ thường xuyên trăn trở, nhưng với đức hy sinh, lòng dũng cảm, trí tuệ và bản lĩnh đáng tự hào của ngành y tế, bệnh viện đã điều trị khỏi cho hàng chục bệnh nhân bị lây nhiễm. Tại thời điểm trao tặng, FIT Group cũng được dịp chia sẻ niềm vui với các y bác sĩ, các bệnh nhân khi bệnh viện có thêm 11 ca nhiễm được công bố khỏi bệnh, bao gồm: BN21, BN72, BN84, BN111, BN116, BN136, BN137, BN192, BN197, BN200, BN222.

Bên cạnh việc tiếp sức cho bệnh viện Nhiệt Đới Trung Ương, với mong muốn góp sức cùng với Chính phủ, Nhà nước trong cuộc chiến đẩy lùi đại dịch, từ giữa tháng 02/2020, Ban Lãnh đạo Tập đoàn đã triển khai phong trào **“F.I.T chung tay bảo vệ sức khỏe cộng đồng”** đến toàn bộ Tập đoàn, FIT và các công ty thành viên đã nhanh chóng thực hiện các chuyển từ thiện ý nghĩa, như trao tặng sữa rửa tay cho bà con ở các bệnh viện, các cơ sở văn phòng trên địa bàn; cử các chuyên gia hướng dẫn bà con giữ gìn vệ sinh cá nhân và rửa tay đúng cách để đẩy lùi vi khuẩn, phòng tránh lây nhiễm tại bệnh viện, các chợ dân tộc thiếu số, các bà con vùng cao; phát quà và thuốc cho người dân bao gồm khẩu trang, thuốc trị cảm sốt Paracetamol, vitamin C tăng sức đề kháng ... Đồng thời, thực hiện lời kêu gọi của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Tập đoàn FIT cũng đã nhanh chóng tài trợ 20 triệu đồng, đồng hành cùng cả nước chống dịch. Trong thời gian tới, với tinh thần **“Chống dịch như chống giặc”**, Tập đoàn FIT và các công ty thành viên sẽ tiếp tục thực hiện nghiêm túc các sắc lệnh của Thủ tướng Chính phủ và Bộ Y tế, đảm bảo an toàn sức khỏe cho các cán bộ, nhân viên, tăng cường các biện pháp ứng phó, ổn định tình hình sản xuất, kinh doanh và tiếp tục chung tay vì cộng đồng chiến thắng dịch bệnh.

---

*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: Lê Khánh Huyền**

**Phòng Truyền thông Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T**



Tầng 5 tòa nhà Times Tower – HACC1 số 35 Lê Văn Lương, phường Nhân Chính, Quận Thanh Xuân, Hà Nội.



(84-4) : 7309.4688 (109)



[huyen.lk@fitgroup.com.vn](mailto:huyen.lk@fitgroup.com.vn)



[www.fitgroup.com.vn](http://www.fitgroup.com.vn)



[www.facebook.com/fitgroup.com.vn](https://www.facebook.com/fitgroup.com.vn)