



BẢN TIN IR

THÁNG 09/2020

- ❖ 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

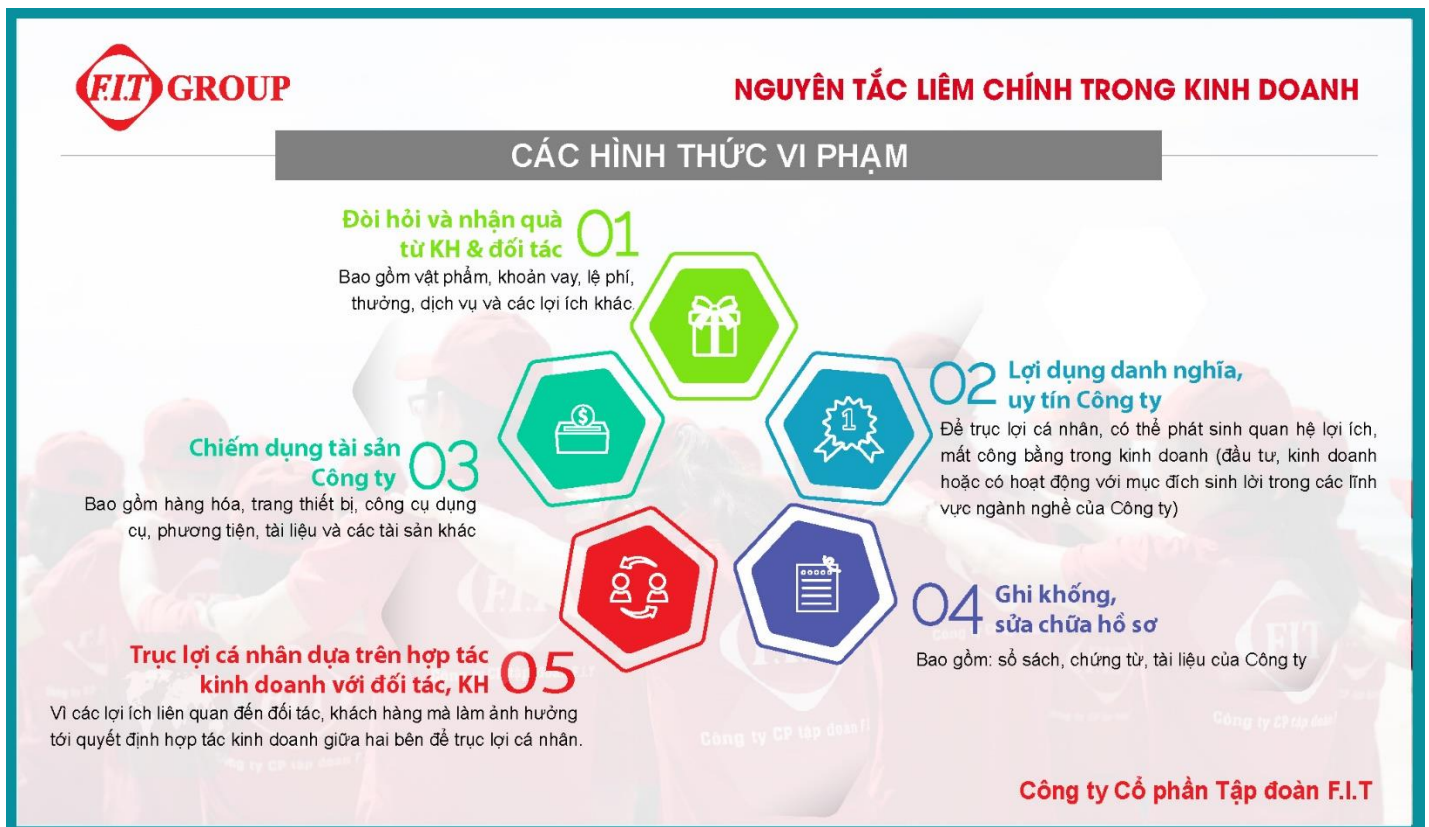
FIT đề cao tính liên chính trong kinh doanh	01
FIT Group đang ở trạng thái tài chính tốt	02
Dược Cửu Long: Chiến lược mới – thương hiệu mới	03
Dược Cửu Long tái cấu trúc để phát triển bền vững	04
Vikoda đưa thương hiệu nguồn nước khoáng thiên nhiên của người Việt vươn tầm quốc tế	05
Sinh viên Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang được tiếp cận với các sản phẩm Vikoda ngay từ ngày đầu nhập học	06

FIT đề cao tính liêm chính trong kinh doanh

Kinh doanh có đạo đức và liêm chính đã trở thành một tiêu chuẩn được công nhận toàn cầu, nhằm xây dựng niềm tin của nhà đầu tư, đối tác kinh doanh và nhân viên. Vì vậy, ngay từ khi thành lập đến nay FIT Group luôn đề cao tính liêm chính trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh của mình.

Liêm chính là 1 trong 7 nguyên tắc kinh doanh của FIT Group và được quy định và thể hiện rõ nét trong Cẩm nang văn hóa doanh nghiệp, các quy định, quy tắc ứng xử của Tập đoàn.

FIT Group lên án mọi hành vi tham nhũng, vụ lợi cá nhân sẽ được xử lý nghiêm khắc với những lãnh đạo, CBNV vi phạm nguyên tắc liêm chính trong mọi lĩnh vực, hoạt động kinh doanh của Tập đoàn. Tại FIT Group, nếu lãnh đạo, CBNV vi phạm một trong 5 quy định về nguyên tắc liêm chính trong kinh doanh sẽ bị xử lý theo hình thức kỷ luật cao nhất của Công ty.



Các hình thức vi phạm nguyên tắc liêm chính trong kinh doanh của FIT Group

FIT Group yêu cầu mỗi cán bộ, nhân viên phải hiểu và vận dụng nguyên tắc liêm chính trong kinh doanh vì họ là một người đại diện cho uy tín, thương hiệu, hình ảnh và các giá trị cốt lõi của công ty. Để duy trì nguyên tắc này, FIT Group cùng các công ty thành viên thường xuyên triển khai các hoạt động truyền bá và cam kết rộng rãi để nâng cao ý thức tuân thủ, chấp hành của từng cán bộ, nhân viên như: treo banner, áp phích tại văn phòng, nhà máy; phổ biến online thông qua email, group chat... Bên cạnh đó, mỗi CBNV của Tập đoàn đều ký cam kết nguyên tắc kinh doanh, trong đó có nguyên tắc liêm chính, cũng như bổ sung nguyên tắc liêm chính trong hợp đồng lao động.



Một số hình ảnh triển khai về tính liêm chính tại các công ty con

FIT Group luôn hướng tới mục tiêu trở thành một Tập đoàn đầu tư hiệu quả, gia tăng giá trị cho cổ đông thông qua chuỗi sản phẩm tư vấn đầu tư đa dạng, danh mục đầu tư chất lượng và nhân sự chuyên nghiệp; nhưng không đánh đổi bằng sự liêm chính. Sự trung thực, chính trực và liêm chính cùng với hệ thống giá trị cốt lõi đã trở thành chìa khóa duy trì sự phát triển bền vững của FIT Group và uy tín của Tập đoàn đối với khách hàng, đối tác, cổ đông và cả cộng đồng. Đó là nền tảng giúp FIT Group ngày càng lớn mạnh, trưởng thành, vượt qua mọi sóng gió và trở thành một trong những doanh nghiệp có nền tảng đạo đức kinh doanh vững mạnh, góp phần vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế Việt Nam cũng như toàn xã hội.

02

FIT Group đang ở trạng thái tài chính tốt

Tình trạng tài chính của Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T (HoSE: FIT) đang trong trạng thái rất tốt khi tiền và các tài sản đầu tư tài chính ngắn hạn luôn ở mức rất cao.

Trong bối cảnh dịch bệnh Covid – 19 diễn biến phức tạp, nhiều doanh nghiệp phải giảm quy mô sản xuất và đối mặt với nguy cơ phá sản thì FIT lại có được cơ cấu tài chính vô cùng đáng mơ ước. Đây là thành quả của quá trình tích lũy và kiểm soát chi tiêu liên tục nhiều năm liền. Thậm chí ở thời điểm khó khăn FIT còn có thể tiếp tục mở rộng đầu tư sản xuất hay đầu tư vào những dự án tiềm năng.

Lợi nhuận sau thuế của FIT trong nửa đầu năm 2020 tăng gần gấp 4 lần cùng kỳ, đạt hơn 40 tỷ trong 6 tháng đầu năm. Kết quả này là thành quả của cả quá trình tái cấu trúc trước đó giúp cho lợi nhuận gộp tăng trưởng so với cùng kỳ mặc dù doanh thu giảm nhẹ. Dịch bệnh cũng là cơ hội để tập đoàn cơ cấu tổ chức lại hệ thống bán hàng ở các công ty thành viên qua đó tiết giảm đáng kể chi phí bán hàng.

Hoạt động của công ty mẹ: Nhận biết được diễn biến phức tạp của tình hình dịch bệnh vẫn còn tiếp diễn, công ty mẹ đã quyết liệt chỉ đạo các công ty thành viên có những kịch bản đối phó phù hợp, thay đổi các chương trình bán hàng tại các công ty thành viên cho phù hợp với diễn biến của nền kinh tế. Bên cạnh đó các lãnh đạo của tập đoàn cùng với các lãnh đạo tại các công ty thành viên rà soát cắt giảm các chi phí phù hợp với kết quả doanh thu.

Bên cạnh đó, nắm bắt được nhu cầu và sự luân chuyển nhanh về dòng vốn, FIT đã đẩy mạnh các hoạt động, sản phẩm tài chính giúp doanh thu và lợi nhuận từ hoạt động này có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong quý II/2020. Trong quý chi phí tài chính ghi âm 4 tỷ do FIT tiến hành hoàn nhập dự phòng lên đến gần 9 tỷ.



FIT Group là tập đoàn đa ngành đang sở hữu các công ty tiềm năng tăng trưởng cao

Mảng Dược Phẩm: Trong quý II/2020 vừa qua doanh thu của mảng dược phẩm có phần chững lại ở hầu như tất cả các mảng, trong đó mảng ETC là lĩnh vực chịu ảnh hưởng mạnh nhất.

So với quý I, doanh thu của mảng OTC không tăng trưởng mạnh như trong quý I, lũy kế doanh thu mảng OTC đạt được kế hoạch đề ra và tăng trưởng nhẹ so với thực hiện năm 2019. Mảng ETC có diễn biến kém tích cực hơn khi tình hình dịch bệnh đã ảnh hưởng tới một số kế hoạch đấu thầu thuốc.

Mảng Capsule vẫn hoạt động tích cực mặc dù gặp nhiều xáo trộn về đơn hàng của các đối tác. Doanh thu chưa đạt kì vọng nhưng vượt hơn 3% so với cùng kỳ năm trước.

Mảng vật tư y tế vẫn tiếp tục tăng trưởng, do thực hiện việc tiết kiệm chi phí và đẩy mạnh bán các sản phẩm có biên lợi nhuận cao nên lợi nhuận gộp của mảng vật tư y tế có cải thiện rõ rệt. Đây cũng là mảng rất còn rất nhiều tiềm năng tăng trưởng và công ty đang lên kế hoạch mở rộng, xây dựng nhà máy mới.

Mảng Nông Nghiệp: Đây là mảng chịu ảnh hưởng rõ nét từ việc đình trệ trong logistic khiến cho nhiều nông sản gặp khó trong quá trình xuất khẩu. Bên cạnh đó giá nông sản có lúc xuống rất thấp khiến doanh nghiệp chủ động không tham nhập hàng để sản xuất, tuy nhiên với những chính sách nhất quán trong toàn tập đoàn về việc tiết giảm giá vốn, lợi nhuận gộp và lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh gần như giữ nguyên so với cùng kỳ năm 2019:

Westfood: Trong quý II/2020 doanh thu vẫn duy trì ổn định ở mức cao, tính chung 6 tháng đầu năm thì doanh thu đạt được 45% kế hoạch năm và tăng trưởng so với cùng kỳ. Trong quý, Westfood cũng chủ động tăng thu mua và chọn thời điểm phù hợp để mua các nguyên liệu, chủ yếu là hoa quả, phục vụ chế biến. Điều này giúp cho giá vốn của Westfood được kiểm soát rất tốt và lợi nhuận đạt 49% kế hoạch năm. Như vậy Westfood là mảng có sự tăng trưởng về lợi nhuận khá rõ nét mặc dù lĩnh vực chế biến nông sản chịu

nhieu tác động xấu từ tình hình dịch Covid-19. Trong quý II, Westfood bắt đầu có được những đơn hàng sản phẩm mới và các dây chuyền đóng cup mới bắt đầu đi vào hoạt động.

Vikoda: Quý II/2020 là quý Vikoda có được sự cải thiện rõ nét về kết quả kinh doanh so với quý I năm nay. Kết quả tăng trưởng doanh thu phần nào có được do trong quý II Việt Nam đã khá thành công trong việc đẩy lùi dịch bệnh, giúp lượng khách du lịch tại các địa bàn trọng điểm của Vikoda hồi phục trở lại. Tuy doanh thu có suy giảm nhưng với việc thắt lưng buộc bụng, đặc biệt là với việc cắt giảm chi phí các chương trình marketing không còn phù hợp đã giúp cho lợi nhuận của doanh nghiệp rất tích cực trong quý II, tăng trưởng mạnh so với quý I năm nay.

HPC: Mảng hàng tiêu dùng nhanh với các sản phẩm chăm sóc cơ thể và vệ sinh nhà cửa có những chuyển biến tích cực trong quý I và được tiếp nối sang quý II năm nay. Tính chung 6 tháng đầu năm, các sản phẩm thuộc về chăm sóc cá nhân (Personal Care) có tăng trưởng hơn 50%, tuy nhiên các sản phẩm chăm sóc gia đình (Home Care) giảm nhẹ 10% so với cùng kỳ. Trong số các sản phẩm Personal Care thì sản phẩm nước rửa sát khuẩn duy trì doanh số ở mức cao và được người tiêu dùng ưa chuộng.

Năm 2020, FIT đặt mục tiêu tăng trưởng khá tham vọng với doanh thu thuần từ hoạt động kinh doanh là 1.383,5 tỷ đồng, tăng 16% so với năm 2019, tổng lợi nhuận trước thuế là 171,3 tỷ đồng, tăng 43% so với năm 2019, tổng lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 136,2 tỷ đồng, tỷ suất lợi nhuận sau thuế/doanh thu thuần dự kiến đạt 9,8%.

03

Dược Cừu Long: Chiến lược mới – thương hiệu mới

Hình ảnh của một thương hiệu trong tâm trí của khách hàng hầu như sẽ là những ấn tượng về phần nhìn được thể hiện qua hệ thống các yếu tố trong bộ nhận diện thương hiệu – nổi bật là logo. Sau đó mới kể đến các yếu tố bên cạnh như những ấn tượng về chất lượng sản phẩm, các quảng cáo truyền thông hay yếu tố về con người, nhà sáng lập... Không chỉ đơn giản là một hình ảnh, logo còn đóng vai trò linh hồn, là biểu tượng cho thương hiệu và đóng vai trò then chốt trong việc tạo ấn tượng với khách hàng, từ đó, tiếp tục con đường khẳng định tên tuổi của doanh nghiệp, tổ chức. Trong thời gian qua, Dược Cừu Long (DCL) vừa



vừa thay đổi logo với sứ mệnh “For Health – For Life”. Ông Võ Xuân Vinh – Phó Tổng Giám đốc chia sẻ về lý do Dược Cừu Long thay đổi logo này.

PV: Chào anh, được biết Dược Cừu Long đã chính thức thay đổi logo từ ngày 14/08/2020. Mong anh cho biết tại sao Dược Cừu Long lại thay đổi nhận diện thương hiệu trong thời điểm này?

và định vị của Dược Cửu Long trên thị trường. Các bao bì sản phẩm của Dược Cửu Long trong thời gian sắp tới sẽ thay đổi, đồng nhất với bộ nhận diện thương hiệu của Công ty và có nhiều điểm nổi bật dựa trên các tiêu chí “dễ nhìn – dễ biết – dễ thấy”. Kế hoạch thay đổi bao bì sản phẩm, theo lộ trình dự kiến sẽ hoàn tất vào Quý II/2021.

PV: Xin cảm ơn ông

04

Dược Cửu Long tái cấu trúc để phát triển bền vững

Lũy kế 6 tháng đầu năm 2020, Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (DCL) lãi 27 tỷ đồng trong khi cùng kỳ lỗ hơn 5 tỷ đồng. Có được kết quả đáng khích lệ này phải kể đến việc DCL đã mạnh tay tái cấu trúc lại doanh nghiệp cho phù hợp với định hướng phát triển trong thời gian tới.

Điểm đáng chú ý trong quá trình tái cấu trúc của DCL là giải thể những công ty con hoạt động không hiệu quả. Cụ thể, DCL vừa hoàn tất thủ tục giải thể Công ty TNHH MTV Dược phẩm Mekong. Công ty có trụ sở chính tại TP. Vĩnh Long, tỉnh Vĩnh Long. Công ty TNHH MTV Dược phẩm Mekong, được thành lập vào năm 2010, trước khi DCL trở thành thành viên của Tập đoàn tài chính F.I.T.



Tại thời điểm thành lập, Ban lãnh đạo cũ đã xây dựng để phân phối các sản phẩm tại Vĩnh Long. Tuy nhiên, hiện nay Công ty đang có đơn vị làm mạng lưới phân phối tại Vĩnh Long đó là Trung tâm Dược (Chi nhánh Công ty Dược Cửu Long). Do đó, DCL quyết định giải thể Công ty con này.

Trước đó, trong năm 2019, DCL cũng đã thoái vốn khỏi Công ty cổ phần Dược phẩm Euvipharm, vì kinh doanh kém hiệu quả. Euvipharm là nhà máy sản xuất 1,2 tỷ đơn vị sản phẩm/ca/năm cho hầu hết các dạng bào chế phổ biến bao gồm cả các sản phẩm kháng sinh bột, viên sủi, và các sản phẩm đòi hỏi môi trường sản xuất đặc biệt.

Tháng 8/2020, DCL thay đổi logo nhằm phù hợp với các chiến lược trong thời gian sắp tới. Trong đó nổi bật với phần logotype “**For Health – For Life**” – khẳng định DCL sẽ tiếp tục kết nối và phát triển không

ngừng để mang lại những giá trị đóng góp cho sức khỏe cộng đồng.

Dự án mở rộng giai đoạn 4 của nhà máy sản xuất Capsule với tổng công suất lên đến 7,9 tỷ nang/năm với tổng vốn đầu tư dự kiến 130 tỷ đồng. Đây là nhà máy có tính năng và công suất vượt trội với thiết bị phân loại nang tự động nhằm nâng cao tỷ lệ tự động hoá khâu phân loại khuyết tật nang lên đến 85%. Xây dựng mới nhà máy Vật tư y tế thông qua Công ty cổ phần Thiết bị y tế Benovas với công suất 480 triệu sản phẩm/năm. Để nâng cao hiệu quả kinh doanh, trong năm 2020 và những năm tiếp theo DCL sẽ tiếp tục tập trung mở rộng và phát triển hệ thống bán hàng, đào tạo nâng cao nhân sự, tập trung xây dựng nhóm hàng chiến lược, có doanh số lớn và lợi nhuận cao hoặc những dòng sản phẩm khác biệt, ít đối thủ cạnh tranh.

Tính tới 30/6/2020, tổng tài sản tăng 2,9% lên mức 1.761,4 tỷ đồng. Trong đó, tiền và đầu tư tài chính ngắn hạn là 904,1 tỷ đồng, chiếm 51,3% tổng tài sản; tài sản cố định là 306,9 tỷ đồng, chiếm 17,4% tổng tài sản; các khoản phải thu là 248 tỷ đồng, chiếm 14,1% tổng tài sản; tồn kho là 247,7 tỷ đồng, chiếm 14,1% tổng tài sản.

Năm 2020, Dược Cửu Long đạt mục tiêu kinh doanh tiếp tục tăng trưởng mạnh với doanh thu thuần là 844 tỷ đồng, tăng 12% so với năm 2019; lợi nhuận trước thuế là 104,5 tỷ đồng, lợi nhuận gộp 279 tỷ đồng.

Vikoda đưa thương hiệu nguồn nước khoáng thiên nhiên của người Việt vươn tầm quốc tế

05

Vừa qua, thương hiệu nước khoáng thiên nhiên Đánh Thạnh – Vikoda của CTCP Nước khoáng Khánh Hòa vinh dự xuất hiện trên ấn phẩm “Chào Việt Nam” do Tạp chí du lịch Việt Nam ban hành.

“Chào Việt Nam” là ấn phẩm Tiếng Anh của Tạp chí Du lịch (Tổng cục Du lịch) xuất bản mỗi năm 1 lần. Đây là ấn phẩm quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, giúp người đọc, đặc biệt là các du khách quốc tế để họ hiểu sâu hơn về một Việt Nam đặc sắc, diệu kỳ với tiềm năng phong phú, đa dạng.

Vinh dự xuất hiện trên ấn phẩm “Chào Việt Nam”, Thương hiệu Đánh Thạnh – Vikoda sẽ tiếp cận gần hơn với đối tượng khách hàng là người nước ngoài. Qua đó, giúp họ có thêm lựa chọn đồ uống khi đi Việt Nam du lịch và làm việc. Ngoài ra còn giúp các sản phẩm Đánh Thạnh – Vikoda vươn ra khỏi lãnh thổ Việt Nam đến với các thị trường khu vực và thế giới.

Nước khoáng thiên nhiên Đánh Thạnh – Vikoda được đánh giá là nguồn khoáng thiên nhiên quý hiếm của Đông Nam Á bởi có độ pH từ 8.5 đến 9.0 mang tính kiềm tự nhiên. Đây được xem là độ pH lý tưởng để trung hòa các axit dư thừa do ăn uống các loại thực phẩm độc hại chứa nhiều axit, ngăn chặn sự phát triển của các tế bào ung thư, tiêu diệt các gốc tự do dư thừa, hỗ trợ phòng và điều trị bệnh tốt hơn hẳn so với các loại nước uống thông thường.



Thương hiệu Đánh Thanh Vikoda trên ấn phẩm “Chào Việt Nam” của Tạp chí Du lịch

Sử dụng công nghệ khai thác ở độ sâu 220m trong lòng đất, nhiệt độ tại vòi lên đến 72°C và đóng chai trực tiếp ngay tại nguồn theo quy định của Bộ Y tế, Đánh Thanh Vikoda đảm bảo chất lượng đồng nhất và trọn vẹn sự tinh túy của nguồn khoáng kiềm thuần thiên nhiên quý hiếm. Sử dụng nước khoáng thiên nhiên Đánh Thanh Vikoda thường xuyên không chỉ giúp thay đổi chất lượng nguồn nước ăn uống trực tiếp, mà còn giúp bổ sung các nguyên tố vi lượng thiết yếu, nâng cao sức đề kháng cho cơ thể, giúp cơ thể luôn khỏe mạnh.

Cùng với sự xuất hiện trên ấn phẩm “Chào Việt Nam” của Tạp chí Du lịch Việt Nam, nước khoáng thiên nhiên Đánh Thanh Vikoda một lần nữa đã khẳng định uy tín và tên tuổi của mình, không chỉ tại Việt Nam mà còn vươn tầm quốc tế.

Sinh viên Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang được tiếp cận với các sản phẩm của Vikoda ngay từ ngày đầu nhập học

06

Nhằm giúp sinh viên Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang tiếp xúc được với những nguyên liệu pha chế ngay từ ngày đầu nhập học, Vikoda đã tài trợ Soda dùng pha chế cho Chương trình chào tân sinh viên nhập học đợt 1 của nhà trường

Đợt 1 năm học 2020 – 2021, Trường Cao Đẳng Du lịch Nha Trang chào đón hơn 1.000 sinh viên K13 của 8 ngành nghề đào tạo. Chương trình đào tạo của nhà trường có tới 80% thực hành, giúp cho các sinh viên

nắm bắt được những kiến thức thực tế dễ dàng tìm được việc làm sau khi ra trường.

Trường Cao Đẳng Du lịch Nha Trang là một trong 10 ngôi trường đào tạo nghề du lịch hàng đầu của Việt Nam. Trong các năm qua, với chất lượng giảng dạy và chương trình học thực tế, trường đã khẳng định được vị thế là một trong những cơ sở đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Du lịch tỉnh Khánh Hòa.



Gian hàng cung cấp nước uống cho tân sinh viên

Góp mặt tại lễ nhập học của tân sinh viên K13 Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang, CTCP Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) đem tới cho các gian hàng nước uống của nhà trường sản phẩm cao cấp của công ty là Vikoda Soda, một trong những nguyên liệu chuyên sử dụng để pha chế trong các khách sạn, resort cao cấp. Vikoda Soda là thương hiệu soda độc đáo riêng biệt đầu tiên của người Việt, được sản xuất từ 100% nước khoáng kiềm thiên nhiên, đóng lon tại nguồn khoáng Đảnh Thạnh có độ pH 8.5 quý hiếm.



Sản phẩm Soda của Vikoda trong các lớp học pha chế của trường

Ngoài việc uống trực tiếp, Vikoda Soda có thể kết hợp được với nhiều sản phẩm khác để pha chế thành nhiều hương vị và các loại đồ uống khác nhau, tạo thành đồ uống soda rất nhiều mùi vị hấp dẫn. Sản phẩm Soda của Vikoda đã được Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang chọn làm nguyên liệu pha chế dạy cho các sinh viên Khoa quản trị Nhà hàng và phục vụ trong các sự kiện của tỉnh Khánh Hòa mà trường có tham gia.

Với bề dày lịch sử hơn 30 năm phát triển, Vikoda đã tạo dựng được niềm tin vững chắc cho người tiêu dùng bởi chất lượng sản phẩm, đặc biệt là nguồn khoáng tự nhiên với độ kiềm cao mang lại sức khỏe cho người sử dụng. Là công ty con thuộc Tập đoàn F.I.T, Vikoda thường xuyên tham gia các chương trình vì cộng đồng, góp phần phát triển kinh tế, văn hóa, giáo dục tại địa phương. Trước đó, Vikoda cũng tham gia tài trợ cho cuộc thi pha chế cũng như ngày hội tuyển sinh của Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang.


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 – HACCI số 35 Lê Văn Lương, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Hà Nội.

 (84-4) : 7309.4688 (109)

 huyen.lk@fitgroup.com.vn

 www.fitgroup.com.vn

 www.facebook.com/fitgroup.com.vn