



CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG
BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
NĂM 2019

Đà Lạt, tháng 7 năm 2020

I. Thông tin chung**1. Thông tin khái quát**

Tên Công ty:	Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng
Tên tiếng Anh:	Lam Dong foodstuffs Joint – Stock Company
Tên viết tắt:	Ladofoods
Trụ sở chính:	Số 31, Ngô Văn Sở, phường 9, TP.Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng
Điện thoại:	02633 520 290
Fax:	02633 825 291
Website:	www.ladofoods.com
Giấy chứng nhận ĐKKD:	Số 5800408245 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Lâm Đồng cấp lần đầu ngày 05/1/2004, cấp thay đổi lần 22 ngày 09/07/2020.
Vốn điều lệ:	146.571.500.000 đồng
Vốn chủ sở hữu (31/3/2020)	190.311.485.758 đồng
Mã cổ phiếu:	VDL
Sàn giao dịch:	HNX

2. Quá trình hình thành và phát triển**a. Quá trình hình thành và phát triển**

Công ty cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng có tiền thân là Công ty Thực phẩm Lâm Đồng được thành lập trên cơ sở sáp nhập 2 đơn vị: Xí nghiệp rượu Đà Lạt (xưởng rượu Lafaro của người Pháp xây dựng đầu thế kỷ 20) và Xí nghiệp Thực phẩm Đà Lạt vào năm 1990. Năm 1992, UBND tỉnh Lâm Đồng đã ra quyết định số 985/QĐ-UB thành lập doanh nghiệp nhà nước Công ty Thực phẩm Lâm Đồng.

Năm 2004: Công ty chính thức chuyển sang hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần.

Năm 2007: Công ty thực hiện niêm yết cổ phiếu trên Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội với mã chứng khoán là VDL.

Năm 2012: Tổng công ty quản lý và kinh doanh vốn Nhà nước (SCIC) chuyển nhượng số cổ phần nắm giữ cho cổ đông bên ngoài, Công ty trở thành công ty cổ phần không có vốn nhà nước. Thành lập Công ty Chế biến Điều Xuất khẩu Lâm Đồng, trụ sở tại Huyện ĐạHuoi - Lâm Đồng.

Năm 2015: Đánh dấu sự tăng trưởng của Ladofoods khi đầu tư mở rộng nhà máy sản xuất rượu vang trên khuôn viên 6ha tại Phát Chi, Trạm Hành, Đà Lạt – địa điểm cao nhất tại Đà Lạt, đảm bảo khí hậu quanh năm mát mẻ, ổn định cho việc lên men rượu - với công suất 5 triệu lít/năm. Hệ thống dây chuyền máy móc hiện đại, khép kín cùng đội ngũ chuyên gia, kỹ thuật có chuyên môn đã đảm bảo đưa đến khách hàng những chai vang có chất lượng tốt nhất, an toàn sức khỏe;

- Thành lập Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận để triển khai thực hiện dự án đầu tư vùng nguyên liệu nho rượu chất lượng cao.

Trải qua gần 30 năm xây dựng và phát triển, các sản phẩm rượu vang của Ladofoods với thương hiệu Vang Đà Lạt, Chateau Dalat đã trở thành thương hiệu vang nội địa hàng đầu tại Việt Nam

và xuất khẩu sang các nước khác như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Trung Quốc, Thái Lan, Campuchia...

Quá trình tăng vốn của Công ty

- + Lần thứ nhất vào tháng 12/2009: Công ty phát hành cổ phiếu tăng vốn điều lệ từ 12.000.000.000 đồng lên 21.529.400.000 đồng;
- + Lần thứ 2 vào tháng 1/2011: Công ty thực hiện trả cổ phiếu thưởng và trả cổ tức bằng cổ phiếu nâng vốn điều lệ của Công ty lên 31.288.400.000 đồng;
- + Lần thứ 3 vào tháng 1/2013: Công ty thực hiện trả cổ phiếu thưởng 82% và trả cổ tức bằng cổ phiếu 18% nâng vốn điều lệ của Công ty lên 62.574.610.000 đồng;
- + Lần thứ 4 vào tháng 07/2014: Công ty thực hiện trả cổ tức bằng cổ phiếu (tỷ lệ 25%) và phát hành cổ phiếu thưởng (tỷ lệ 2,1:1) từ nguồn thặng dư vốn cổ phần, vốn khác của chủ sở hữu, quỹ đầu tư phát triển và lợi nhuận sau thuế chưa phân phối. Tổng số cổ phiếu sau khi phát hành là 10.801.339 Cổ phần, nâng vốn điều lệ của Công ty lên 108.013.390.000 đồng.
- + Lần thứ 5 vào tháng 7/2015: Công ty thực hiện trả cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu (tỷ lệ 15%). Tổng số cổ phiếu sau khi phát hành là 12.421.418 cổ phần.
- + Lần thứ 6 vào tháng 6/2016: Công ty thực hiện trả cổ tức năm 2015 bằng cổ phiếu (tỷ lệ 18%). Tổng số cổ phiếu sau khi phát hành là 14.657.150 cổ phần.

b. Một số giải thưởng đạt được

- + Huân chương lao động hạng I, II, III; Đơn vị Anh hùng lao động trong thời kỳ đổi mới .
- + Giải thưởng HVNCLC (2001 - 2019) và Top 100 sản phẩm tốt nhất do người tiêu dùng bình chọn năm 2010.
- + GTCLVN liên tục các năm từ 2005 - 2008 của Bộ KH-CN; Giải bạc CLQG 2009, 2010, 2016 của Chính phủ.
- + Giải Thưởng Sao Vàng Đất Việt 2003, 2005, 2007 - 2009 do UBTW Hội Các Nhà DN Trẻ VN chứng nhận.
- + Cúp Vàng vì sự nghiệp bảo vệ môi trường Việt Nam (2008, 2009). LADOFOODS được chứng nhận đạt danh hiệu thương hiệu xanh bền vững năm 2009, 2010; Đạt thành tích xuất sắc trong xây dựng, phát triển thương hiệu và tham gia hội nhập kinh tế quốc tế 2009.
- + Biểu trưng “Doanh nghiệp tiêu biểu năm 2013” - “Cờ thi đua xuất sắc dẫn đầu khối thi đua 2013” - “Tập thể lao động xuất sắc 2012 - 2013”
- + Bằng khen của Hiệp hội rượu, bia, nước giải khát Việt nam “Đã có nhiều thành tích xuất sắc trong sản xuất kinh doanh và đóng góp vào sự phát triển của Hiệp hội giai đoạn 2010 - 2015”. Bằng khen về “Thành tích chấp hành tốt các chính sách pháp luật thuế” 2012 - 2013. Bằng khen “Đã có thành tích xuất sắc trong thực hiện cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2009 - 2014”.
- + Doanh nghiệp tiêu biểu - Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa nhiều năm liền 2012 - 2015.
- + “Đặc sản rượu Vang Đà Lạt® của tỉnh Lâm Đồng được công nhận vào top 5 đặc sản nổi tiếng Việt Nam theo bộ tiêu chí công bố giá trị đặc sản Việt Nam” năm 2012; “Chai rượu Vang lớn nhất Việt Nam” năm 2015.
- + Giải bạc tại cuộc thi Vang quốc tế Cathay Pacific 2016, Giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại San Fansisco Mỹ.

- + Vang Đà Lat và Chateau Dalat là hai sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia năm 2018 do Chính phủ trao tặng.
- + Top 10 Công ty đồ uống uy tín năm 2019.
- + Kỷ lục Hàm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam.

c. Ngành nghề kinh doanh và địa bàn kinh doanh

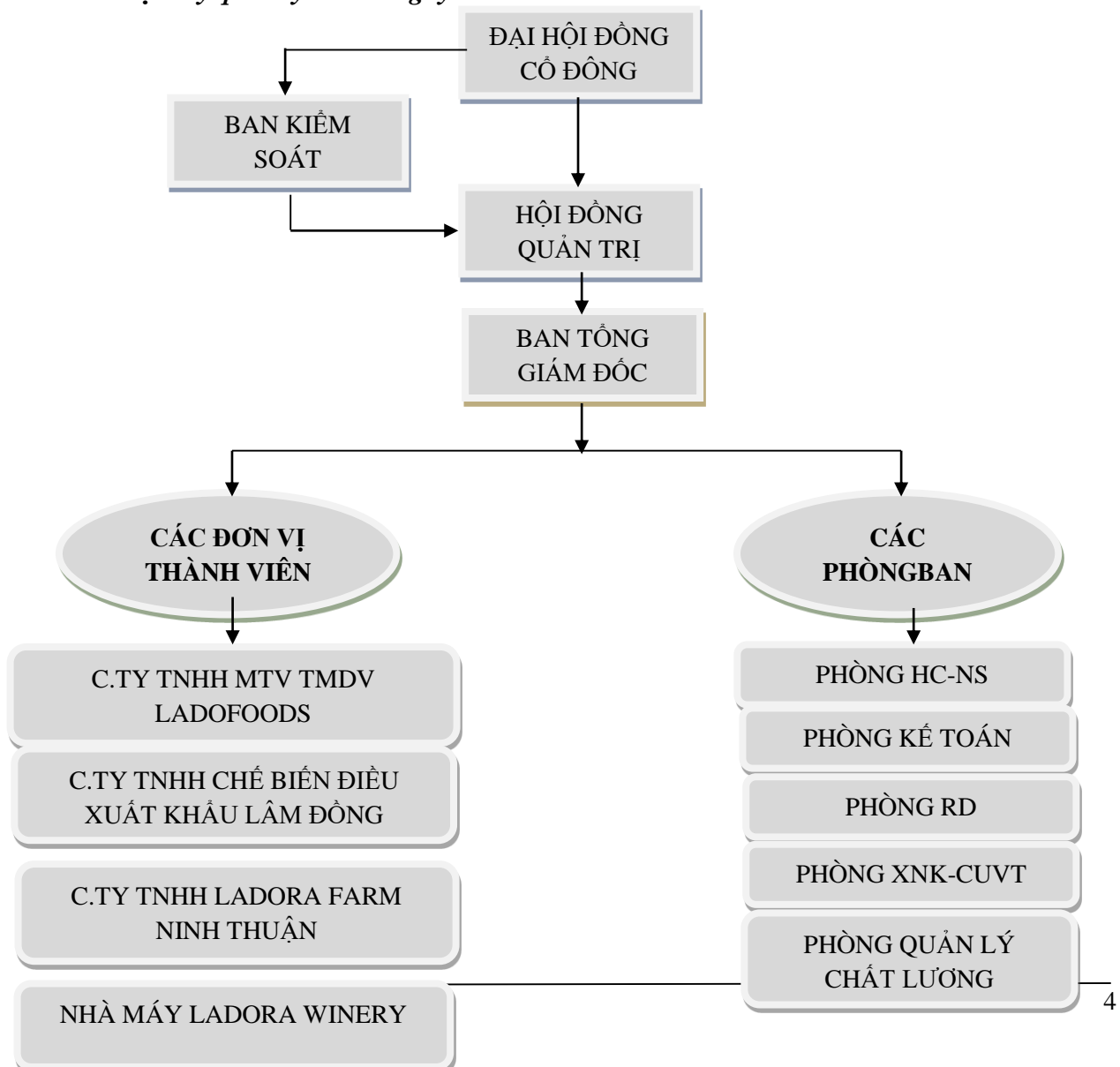
- Ngành nghề kinh doanh chính: Chế biến rượu vang các loại, nhân điều xuất khẩu và các loại nông sản thực phẩm.
- Địa bàn kinh doanh: Công ty có địa bàn kinh doanh trên phạm vi cả nước và xuất khẩu.

3. Thông tin về mô hình quản trị, tổ chức kinh doanh và bộ máy quản lý

a. Cơ cấu bộ máy quản trị của Công ty

Hiện tại, Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng đang áp dụng theo mô hình tổ chức của công ty cổ phần. Mô hình quản trị này được xây dựng dựa trên mục tiêu phát triển chiến lược kinh doanh của Công ty, tuân thủ theo các quy định của Pháp luật Việt Nam và các quy định tại Điều lệ Công ty. Qua quá trình phát triển và ngày càng kiện toàn bộ máy quản lý, hiện bộ máy quản lý của Công ty có cơ cấu tổ chức như sau:

Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty:



❖ **Đại hội đồng cổ đông**

Gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết và là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của công ty, có quyền quyết định tỷ lệ trả cổ tức hàng năm; phê chuẩn báo cáo tài chính hàng năm và ngân sách tài chính cho năm tài chính tiếp theo; thảo luận và thông qua Báo cáo của Ban kiểm soát, báo cáo của Hội đồng quản trị, kế hoạch phát triển ngắn hạn và dài hạn của công ty; bầu và bãi miễn thành viên HĐQT, BKS; bổ sung và sửa đổi điều lệ; quyết định loại và số lượng cổ phần phát hành; sáp nhập hoặc chuyển đổi công ty; tổ chức lại và giải thể công ty...

❖ **Hội đồng quản trị**

HĐQT là cơ quan quản lý cao nhất của công ty giữa hai kỳ đại hội cổ đông, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định mọi vấn đề có liên quan đến mục đích, quyền lợi của công ty - trừ những vấn đề thuộc thẩm quyền của ĐHĐCĐ.

❖ **Ban kiểm soát**

Là cơ quan trực thuộc Đại hội đồng cổ đông, do Đại hội đồng cổ đông bầu ra, chịu trách nhiệm trước Đại hội đồng cổ đông trong thực hiện các nhiệm vụ được giao. Ban Kiểm soát có nhiệm vụ giám sát Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc trong việc quản lý và điều hành công ty, kiểm soát hoạt động kinh doanh, báo cáo tài chính của công ty. Ban kiểm soát hoạt động độc lập với Hội đồng Quản trị và bộ máy điều hành của Ban tổng Giám đốc.

❖ **Tổng Giám đốc**

Tổng Giám đốc Công ty do HĐQT bổ nhiệm và bãi nhiệm. Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm trực tiếp trước HĐQT về việc tổ chức, quản lý, điều hành toàn diện các hoạt động hằng ngày của công ty theo Nghị quyết, Quyết định của HĐQT và Đại hội đồng cổ đông.

❖ **Các phòng ban, Nhà máy**

- Phòng Hành chính nhân sự;
- Phòng Kế toán;
- Phòng Công nghệ và Nghiên cứu Phát triển (RD);
- Phòng Xuất nhập khẩu và Cung ứng Vật tư;
- Phòng Quản lý chất lượng;
- Nhà máy Ladora Winery.

4. Các công ty con và công ty liên kết**4.1. Công ty con**

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Lĩnh vực kinh doanh	Chiếm tỷ lệ (%)
01	Công ty TNHH MTV TMDV Ladofoods	42/20 Nguyễn Giản Thanh, Phường 15, Quận 10, TP.HCM	Cung cấp các dịch vụ bán hàng, tiêu thụ sản phẩm của Công ty và mở rộng hoạt động kinh doanh thương mại	100
02	Công ty TNHH Chế biến Điều XK Lâm Đồng	Khu phố 2, Thị trấn Mađaguôi, Đạ Huoai, Lâm Đồng	Sản xuất, chế biến nhân điều xuất khẩu	100

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Lĩnh vực kinh doanh	Chiếm tỷ lệ (%)
03	Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận	Xã Nhơn Sơn, huyện Ninh Sơn, tỉnh Ninh Thuận	Trồng nho rượu, phát triển vùng nguyên liệu, cung cấp nguyên liệu trái nho cho Nhà máy Ladora Winery	100

4.2. Công ty liên kết: Không có

5. Định hướng phát triển

Với mục tiêu xây dựng, phát triển Ladofoods trở thành thương hiệu hàng đầu Việt Nam trong ngành chế biến rượu vang và các sản phẩm từ nho, đưa thương hiệu Vang Đà Lạt trở thành thương hiệu vang thay thế các sản phẩm vang nhập khẩu tại phân khúc khách hàng phổ thông, trung bình, luôn hướng đến bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Đồng thời đưa thương hiệu Chateau Dalat trở thành thương hiệu quốc gia, vươn tầm khu vực và quốc tế.

Ladofoods xây dựng các mục tiêu chiến lược như sau:

Sản phẩm

Sáng tạo, linh hoạt và đi trước đón đầu, tạo sự khác biệt hóa. Đầu tư cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm; nghiên cứu phát triển sản phẩm mới có giá trị cao và lợi thế cạnh tranh. Cung cấp sản phẩm chất lượng cao, luôn thỏa mãn, đáp ứng được nhu cầu, mong muốn, thị hiếu đa dạng của khách hàng trong và ngoài nước.

Thị trường

Luôn dẫn đầu thị trường vang và các sản phẩm nước trái cây có nguồn gốc từ nho. Hợp tác chặt chẽ với đối tác trên tinh thần tin tưởng, tôn trọng, bình đẳng vì sự thành công của khách hàng và của công ty

Mục tiêu tăng trưởng 20 - 30% hàng năm, thị phần vang nội chiếm trên 80% thị phần.

Mở rộng thị trường xuất khẩu trong khu vực, châu Mỹ, châu Âu.

Thương hiệu

Tăng nhận diện thương hiệu, truyền tải các giá trị cảm xúc tới khách hàng. Hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu và bảo vệ thương hiệu.

Vùng nguyên liệu nho

Phát triển, mở rộng vùng nguyên liệu nho với 100ha của doanh nghiệp và 300ha liên kết với nông dân. Gắn kết phát triển vùng nguyên liệu với việc nâng cao đời sống người dân địa phương, hướng dẫn, giới thiệu nông dân các kỹ thuật trồng, chăm sóc nho, bao tiêu sản phẩm đầu ra..

6. Các rủi ro

Ngoài các yếu tố rủi ro chung về kinh tế vĩ mô như tăng trưởng kinh tế, lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái... tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của mọi loại hình doanh nghiệp, thì hoạt động của Ladofoods còn chịu tác động của một số rủi ro đặc thù dưới đây:

Rủi ro về thị trường

Yếu tố thị trường tác động mạnh nhất đến hoạt động của Ladofoods là sự cạnh tranh từ các hãng rượu vang nhập khẩu, có thương hiệu và nhiều kinh nghiệm đặc biệt là khi Việt Nam đang

thực hiện điều chỉnh các chính sách thuế theo cam kết WTO và các hiệp định thương mại trong thời gian tới.

Với dân số trẻ và tốc độ tăng trưởng kinh tế qua các năm cùng sự thay đổi trong lối sống, tiêu dùng chuyển đổi dần từ đồ uống có cồn quen thuộc (rượu mạnh, bia) sang vang, thị trường Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường vang giàu tiềm năng phát triển. Các sản phẩm vang nhập khẩu được dự báo sẽ tăng mạnh trong thời gian tới, từ đó sẽ gia tăng mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp.

Ladofoods với lợi thế là đơn vị vang nội địa duy nhất tại Việt Nam được đầu tư một cách hệ thống từ vùng nguyên liệu đến công nghệ sản xuất cùng đội ngũ chuyên gia nước ngoài, các sản phẩm Vang Đà Lạt, Chateau Dalat đang ngày càng được phân khúc khách hàng trung và cao cấp ưa chuộng và luôn duy trì được vị thế vang Việt đứng đầu. Đồng thời các sản phẩm Vang của Ladofoods nhận được sự đón nhận tốt từ khách nước ngoài (Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Thái Lan,...). Tận dụng lợi thế này, Ladofoods không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, đẩy mạnh công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường, kiểm soát điểm bán và tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng để có được kế hoạch thị trường phù hợp.

Rủi ro về nguyên vật liệu

Nguyên liệu chính phục vụ cho sản xuất của Ladofoods là từ nho rượu và nho Cadinal trồng tại Ninh Thuận. Những rủi ro về thời tiết như hạn hán, mưa... sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến sản lượng nguyên liệu. Do đó, Công ty có thể gặp rủi ro khi nguồn nguyên liệu, giá nguyên liệu biến động bất thường dẫn đến khan hiếm và giá nguyên liệu tăng cao. Ngoài ra, giá cả một số vật liệu (chai, nút bấc,...) phụ thuộc vào giá nhập khẩu trên thế giới.

Để hạn chế rủi ro này, Công ty đã thực hiện đầu tư thành công vùng nguyên liệu nho rượu tại Ninh Thuận và liên kết với các hộ nông dân mở rộng diện tích vùng nguyên liệu nho rượu, duy trì mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp, bao tiêu sản phẩm.

Đối với các nguyên vật liệu khác, Ladofoods cũng đa dạng hóa các nhà cung cấp trong và ngoài nước thông qua việc tổ chức đánh giá và tìm kiếm mở rộng các nhà cung cấp nhằm hạn chế tối đa rủi ro cung ứng cho sản xuất.

Ladofoods cũng đẩy mạnh công tác nghiên cứu, dự báo thị trường, lập kế hoạch cung ứng nguyên vật liệu phù hợp với hoạt động sản xuất và thị trường. Đồng thời luôn đảm bảo mức dự trữ nguyên liệu ổn định, an toàn cho hoạt động sản xuất.

Rủi ro về chính sách pháp luật

Hoạt động kinh doanh của Ladofoods chịu sự điều chỉnh của nhiều luật và chính sách quản lý của Nhà nước như luật doanh nghiệp, luật thương mại, luật đầu tư, các luật thuế, luật môi trường, luật an toàn thực phẩm.... Trong đó, các quy định về thuế tiêu thụ đặc biệt ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động và hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Ngoài ra, hoạt động kinh doanh của công ty cũng liên quan đến các quy định của pháp luật quốc tế trong các hoạt động mua các vật tư như chai, bấc do điều kiện trong nước chưa sản xuất đáp ứng được yêu cầu và các quy định xuất khẩu sản phẩm. Điều này, đòi hỏi công ty phải có hiểu biết về các luật pháp quốc tế cũng như quy định về thương mại quốc tế để có thể giao dịch với các tổ chức, doanh nghiệp trên thế giới.

Khi hệ thống các luật, chính sách của Nhà nước và các nước có sự thay đổi sẽ gây tác động đến hoạt động của doanh nghiệp. Để hạn chế những rủi ro, Công ty thường xuyên cập nhật thông tin hướng dẫn về thuế. Định kỳ rà soát lại các giao dịch và việc kê khai các loại thuế phát sinh.

Năm 2019, Luật phòng chống tác hại của bia rượu đã được Quốc hội ban hành và có hiệu lực từ ngày 1/1/2020. Đi kèm theo đó, cuối năm 2019, Chính phủ ban hành Nghị định 100/2019/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt, có hiệu lực từ ngày 1/1/2020 cũng đã tác động đến sản lượng tiêu thụ bia rượu.

Bên cạnh sản phẩm chính là rượu vang, Công ty cũng liên tục nghiên cứu, phát triển sản phẩm để đưa ra thị trường các sản phẩm mới, hướng đến sức khỏe người tiêu dùng như các sản phẩm từ mật ong, nho hay các đặc sản của vùng Đà Lạt – Tây nguyên.

Rủi ro khác

Một số rủi ro khác mang tính bất khả kháng, bất thường khả năng xảy ra thấp nhưng nếu xảy ra sẽ tác động lớn và nghiêm trọng đến kết quả hoạt động của Công ty như động đất, lụt bão, chiến tranh, dịch bệnh...

Từ đầu năm 2020, thế giới và Việt nam đang phải đối mặt với nhiều thách thức và khó khăn khi dịch viêm phổi cấp Covid -19 lan rộng toàn cầu. Dịch cúm Covid 19 đã gây ra ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành du lịch do sự hạn chế đi lại, gây gián đoạn các chuỗi cung ứng và hoạt động kinh doanh, sức tiêu thụ của người dân giảm từ đó tác động đến mức độ tiêu thụ và hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Trước tác động đó, Công ty đã triển khai các biện pháp ứng phó giảm thiểu những tác động từ thách thức trên, đảm bảo an toàn sức khỏe cho tất cả cán bộ công nhân viên.

7. Vị thế của doanh nghiệp

Theo hiệp hội Rượu bia & nước giải khát, có hơn 15 công ty trong nước chuyên sản xuất và nhập khẩu rượu vang. Trong đó nổi trội trong lĩnh vực sản xuất rượu vang có 3 công ty sản xuất cạnh tranh trực tiếp với Ladofoods là Công ty cổ phần rượu bia Đà Lạt (Dabeco), Công ty TNHH Vĩnh Tiến, Công ty cổ phần Vang Thăng Long. Các công ty này cạnh tranh chủ yếu tại phân khúc sản phẩm có giá thấp và trung bình.

Tại phân khúc này, thương hiệu Vang Đà Lạt vẫn đang là thương hiệu dẫn đầu về chất lượng và chiếm thị phần lớn (60% thị phần trong số các nhãn hiệu vang nội), phủ rộng khắp các tỉnh thành cả nước và đã xuất khẩu sang nhiều nước. Cùng sự thay đổi về mẫu mã, cải tiến chất lượng, các sản phẩm Vang Đà Lạt vẫn đang là thương hiệu vang nội hàng đầu tại Việt Nam.

Đối với phân khúc sản phẩm cao cấp, mặc dù vang ngoại nhập vẫn đang chiếm ưu thế, nhưng với các sản phẩm Chateau Dalat đã khẳng định được chất lượng trên thị trường và nhận được đánh giá cao về chất lượng từ các quan chức ngoại giao, nhà khách chính phủ và các bộ ban ngành.

Vị thế:

- + **Thị phần:** Đối với thị trường sản xuất vang nội, Ladofoods là một trong những công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam và cũng là đơn vị, tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt với hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước.
- + **Sản lượng:** Sản lượng sản xuất và tiêu thụ đạt mức: 2,5 – 3 triệu lít/năm, hướng đến mục tiêu sản xuất 5.000.000 lít/năm
- + **Hệ thống phân phối:** phủ 100% thị trường 63 tỉnh thành trên toàn quốc, phủ 100% hệ thống siêu thị có giấy phép buôn bán rượu và hệ thống các nhà hàng, khách sạn 4sao, 5 sao, với hơn 30.000 điểm bán trên toàn quốc.
- + **Thị trường xuất khẩu:** các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Campuchia, Singapore, Lào, Trung Quốc, Đài Loan... trong đó Nhật chiếm hơn 50% doanh số. Đang tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước trong khu vực châu Á, châu Mỹ, châu Âu.
- + Sản phẩm vang của Ladofoods cũng là sản phẩm vinh dự được Chính phủ sử dụng tại **Apec 2006 và Apec 2017**

- + **Nguyên liệu nho rượu:** Là đơn vị đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam đến hiện tại đã đầu tư thành công vùng nguyên liệu nho rượu theo mô hình nông nghiệp công nghệ cao, ứng dụng kỹ thuật canh tác nho theo hàng rào (cọc) của châu Âu
- + **Phân khúc sản phẩm vang cao cấp:** Ladofoods là đơn vị tiên phong và duy nhất tại Việt Nam đã tạo ra sản phẩm vang Chateau Dalat – phân khúc trung và cao cấp.

Sản phẩm Chateau Dalat Signature Shiraz – sản phẩm vang Việt đầu tiên đã đạt giải bạc tại cuộc thi vang quốc tế Hong Kong International Wine & Spirit, đạt giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại San Francisco, Mỹ.

Đây là sản phẩm đầu tiên của Việt Nam tham gia và đạt giải tại một quốc tế về rượu vang, lần đầu tiên đánh dấu sản phẩm Vang Việt Nam trên bản đồ vang thế giới của Ladofoods.

Đây là bước đầu thành công cho khát vọng của tập thể cán bộ công nhân viên Ladofoods trong việc “ghi vang Việt trên bản đồ vang thế giới”.

Năm 2018, sản phẩm Chateau Dalat và Vang Đà Lạt được Chính phủ công nhận là sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia năm 2018, khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành sản xuất vang nội của Ladofoods.

Đối với lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều, bằng thương hiệu sản phẩm nhân điều xuất khẩu – Ladocashew, vị thế cùng uy tín của công ty không ngừng được giữ vững và nâng cao, luôn được Bộ Công thương xếp loại doanh nghiệp xuất khẩu uy tín liên tục 2001 - 2017.

II. Tình hình hoạt động kinh doanh

1. Hoạt động sản xuất kinh doanh chính

1.1. Sản xuất rượu vang

Nhà máy sản xuất

Thụ hưởng bí quyết làm vang của người Pháp đã tích lũy và mang đến Việt Nam từ đầu thế kỷ 20, Ladofoods đã giữ gìn và phát triển, mang đến cho người tiêu dùng những chai vang có chất lượng, chứa đựng hồn phách tinh tế, lãng mạn của cao nguyên Đà Lạt. Đó là sự kết hợp giữa nghệ thuật ủ vang truyền thống với công nghệ tiên tiến được chuyển giao bởi các chuyên gia đến từ cái nôi rượu vang Châu Âu.



Tận dụng điều kiện thiên nhiên ưu đãi cho Đà Lạt, nhà máy làm vang nằm trên khuôn viên hơn 5 hecta đặt tại Điểm công nghiệp Phát Chi - Thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng – nơi có vị trí địa lý cao nhất tại Đà Lạt (hơn 1.600m so với mặt nước biển), khí hậu quanh năm mát mẻ tạo môi trường phù hợp đều suốt quanh năm cho việc lên men rượu vang. Hệ thống máy móc thiết bị hiện đại từ châu Âu với dây chuyền tự động, khép kín theo nguyên tắc một chiều, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng mới nhất (HACCP - ISO 22000), công suất đạt 5 triệu lít sản phẩm/năm.

Trong từng giai đoạn làm vang các chuyên gia, kỹ thuật viên của Ladofoods luôn kiểm soát chặt chẽ, đảm bảo chất lượng vang theo các thông số, chỉ tiêu quy định. Những chai vang đưa ra thị trường đều được đảm bảo ổn định, đạt chất lượng tốt nhất.

Vùng nguyên liệu

Rượu vang là loại đồ uống được lên men từ nho nên để làm ra những chai vang ngon thì giống nho và trái nho đóng vai trò quan trọng hàng đầu. Khác với những trái nho ăn quả, nho làm rượu vang có trái nhỏ hơn, ngọt hơn, nhiều hạt, vỏ dày. Những trái nho đưa vào sản xuất đều được lựa chọn kỹ, chùm nho chín đều, không sâu bệnh, trái nho đạt độ chín, độ chất tối nhất để đảm bảo chất lượng từng chai vang.



Bên cạnh nguyên liệu nho Cardinal của Ninh Thuận, bằng tư duy hoàn toàn mới và cùng sự thấu hiểu mỗi loại nho sẽ tạo nên hương vị đặc trưng khác nhau cho vang, Ladofoods đã dày công nghiên cứu, đưa về những giống nho phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng Việt Nam.

Ladofoods là Công ty duy nhất ở Việt Nam phát triển vùng nguyên liệu nho rượu và áp dụng thành công phương pháp canh tác nho cọc theo phương pháp châu Âu tại Ninh Thuận. Những trái nho rượu thu hoạch đã đáp ứng các yêu cầu về độ đường (độ Brix trên 20), độ chất phù hợp để tạo ra những chai vang ngon.



Để đạt được thành công này, Ladofoods đã gởi rất nhiều mẫu đất sang châu Âu phân tích và chọn giống nho vang thích hợp nhất với thổ nhưỡng Việt Nam để phát triển. Lựa chọn phương pháp trồng nho theo kiểu hàng rào (cọc) giúp vườn luôn thông thoáng, ít sâu bệnh, chất lượng quả cao, lá và chùm quả được tiếp xúc tối đa với ánh nắng mặt trời.

Các quá trình làm đất, hệ thống nước tưới, trồng cây, tỉa cành, phun thuốc, thu hoạch được thực hiện với quy trình chặt chẽ và khoa học thông qua hệ thống máy móc hiện đại (máy cày đa năng, hệ thống tưới nhỏ giọt, hệ thống thiết bị theo dõi thời tiết, độ ẩm của đất...) và sự giám sát của các chuyên gia châu Âu và trong nước, giúp tăng năng suất lao động cũng như đồng đều về chất lượng cho từng cây trồng.

Hầm vang Đà Lạt – Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất tại Việt Nam

Năm 2019 đánh dấu bước ngoặt mới trên chặng đường phát triển của Ladofoods khi Ladofoods khai trương Hầm vang Đà Lạt – hầm vang chuẩn châu Âu duy nhất tại Việt Nam, điểm đến du lịch mới cho những người yêu vang và du khách đến Đà Lạt.

Lễ khai trương Dự án Du lịch đánh dấu một bước tiến mới trong hành trình phát triển lâu dài và bền vững của Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng. Đồng thời,



đây cũng là một mốc son mới của Ladofoods trong hành trình mang giá trị châu Âu đến cho người tiêu dùng Việt Nam.



Hầm Vang Đà Lạt nằm trong khuôn viên hơn 5 hecta của công ty Ladofoods. Các kiến trúc sư từ Châu Âu đã căn cứ vào cảnh quan đồi núi và các yếu tố góc cạnh của địa hình để thiết kế kiến trúc Hầm vang với hình dáng hữu cơ của các chiếc lá hình Elip - đại diện cho triết lý trồng nho và làm rượu vang của Ladofoods, chú trọng trong việc làm ra những chai vang tuyệt hảo chuẩn mực quốc tế, an toàn cho sức khỏe và thân

thiện với môi trường.

Hầm Vang Đà Lạt mang phong cách châu Âu bán cổ điển, kết hợp giữa tính truyền thống Châu Âu của hầm rượu vang và sự sang trọng đẳng cấp của khu thử nếm rượu, và là một sản phẩm du lịch độc đáo nơi đây, kết hợp giữa văn hóa rượu vang của Châu Âu với cái hồn lãng mạn của Đà Lạt.

Khu vực tham quan gồm 4 tầng kiến trúc: Hầm ủ vang dưới lòng đất, Khu vực trưng bày và giới thiệu sản phẩm (tầng trệt), Phòng thử nếm rượu vang (tầng 1), Sân thượng (tầng 2).

Hầm vang Đà Lạt của Ladofoods đã được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam (VietKings) trao tặng kỷ lục Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam. Không cần phải đến châu Âu xa xôi, ngay tại Hầm Vang Đà Lạt, du khách có thể tận mắt chứng kiến quy trình ủ vang trong thùng gỗ sồi, tìm hiểu lịch sử hơn hai thập kỷ làm vang của Ladofoods.

Sản phẩm

Mỗi loại vang đều có một công thức, bí quyết riêng từ thời gian ủ, nhiệt độ ủ, loại men, loại nho, tỷ lệ phối trộn giữa các loại nho... để tạo màu sắc, hương vị đặc trưng (độ chua, độ ngọt, độ tannin (chát), độ cồn và phức hợp hương được tạo ra từ quá trình lên men).

Đến nay, Công ty đã đem đến thị trường nhiều dòng sản phẩm vang từ phổ thông đến dòng cao cấp được giới chuyên môn và những người sành vang đánh giá cao. Trong đó, tiêu biểu là các dòng sản phẩm Vang Đà Lạt và dòng vang Việt cao cấp – vang Chateau Dalat đầu tiên trên thị trường.

- Dòng sản phẩm phổ thông - Vang Đà Lạt gồm có các sản phẩm các loại: Vang đà lạt Dankia, Classic, Export, Superior, Premium, Excellence...

- Ladofoods là đơn vị duy nhất được UBND thành phố Đà Lạt chấp thuận được sử dụng địa danh “Đà Lạt” trong việc đăng ký nhãn hiệu “Vang Đà Lạt”.

Dòng sản phẩm Vang Đà Lạt được vinh dự sử dụng tại APEC 2006

- Dòng sản phẩm cao cấp - Chateau Dalat với các sản phẩm đáp ứng cho phân khúc sản phẩm trung và cao cấp. Đây là sản phẩm vang cao cấp đầu tiên và duy nhất của Việt Nam được lên men 100% từ những trái nho rượu (nho Shirah, nho Cabernet Sauvignon...) được trồng theo phương pháp canh tác cộc, công nghệ cao và ủ trong gỗ sồi, đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, sánh ngang với các loại vang nhập.

Dòng sản phẩm Chateau Dalat được vinh dự sử dụng tại APEC 2017, sản phẩm Vang của Việt Nam duy nhất đạt giải tại các cuộc thi vang quốc tế.

Hình ảnh sản phẩm:

Dòng sản phẩm	Phân khúc thị trường	Năm đưa ra thị trường	Thông tin
<p>Vang Đà Lạt</p> 	Phổ thông	1999	<p>Vang Đà Lạt - được lên men từ Nho Cardinal (giống nho phổ biến tại Ninh Thuận)</p> <p>Gồm 08 sản phẩm các loại.</p> <p>Ladofoods luôn khẳng định vị thế vang nội hàng đầu trên thị trường với mạng lưới phân phối phủ khắp toàn quốc.</p>
<p>Vang Chateau Dalat</p> 	Trung và cao cấp	2008	<p>Chateau Dalat được lên men từ Nho rượu (Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz, Chardonay, Sauvignon Blanc)</p> <p>Chateau Dalat là thành quả của quá trình nghiên cứu, thử nghiệm nhiều năm của Công ty từ lựa chọn giống nho, canh tác, phát triển vùng nguyên liệu nho rượu đến kỹ thuật làm vang theo các tiêu chuẩn thế giới.</p> <p>Gồm 13 sản phẩm các loại.</p>
<p>Vang Nouvo Sangria</p> 	Phổ thông, trung, cao cấp	2017	<p>Nouvo Sangria là loại vang có thể uống cùng đá, lên men từ nho rượu và ngâm, ủ cùng các loại trái cây. Đây là sản phẩm sản xuất theo công thức từ Tây Ban Nha.</p> <p>Gồm Sangria đỏ và Sangria trắng.</p>

Dòng sản phẩm	Phân khúc thị trường	Năm đưa ra thị trường	Thông tin
<p>Vang Mật ong – Mật ong</p> 	Phổ thông, trung, cao cấp	2019	<p>Vang mật ong là sản phẩm vang mật ong cao cấp, lên men tự nhiên 100% bằng mật ong, được thực hiện lên men theo phương pháp lên men lạnh, nên vẫn giữ được nguyên vẹn vi lượng, khoáng chất và thành phần bổ dưỡng của mật ong.</p> <p>Cũng như sản xuất rượu vang từ nho, vang mật ong cũng phải tuân theo một quy trình nghiêm ngặt kéo dài hàng năm và được ủ trong thùng gỗ sồi để gia tăng hương vị và độ sánh ngọt của Mật Ong</p>

Ngoài các sản phẩm vang, công ty còn có các dòng nước trái cây và các sản phẩm khác từ nho như Vivazz – Sparkling juice, nước trái cây...

Mạng lưới tiêu thụ

Công ty có mạng lưới tiêu thụ rộng khắp trong nước với trên 30.000 điểm bán là các cửa hàng, siêu thị, nhà hàng, khách sạn...

Kênh phân phối truyền thống (GT): Sản phẩm của Công ty đã phủ khắp 64 tỉnh thành cả nước. Các nhà phân phối đều có tiềm lực tài chính tốt, nhiều kinh nghiệm trong kinh doanh rượu, hệ thống bán hàng rộng.

Kênh phân phối siêu thị (MT): Tại tất cả các hệ thống siêu thị và hầu hết các cửa hàng tiện lợi đều có sự hiện diện của sản phẩm vang của công ty.

Kênh nhà hàng, khách sạn (Horebar): Năm 2017, bên cạnh sản phẩm Vang Đà Lạt, dòng sản phẩm cao cấp Chateau Dalat đã xuất hiện tại các nhà khách, nhà hàng, khách sạn, sân bay trên toàn quốc như Nhà khách chính phủ, phòng chờ hạng thương gia, khu vực cách ly quốc tế tại sân bay quốc tế Nội Bài, nhà khách chính phủ, UBND tỉnh, Anna Mandara Resort & Spa... và các nhà hàng, khách sạn, resort khác toàn quốc.

Ngoài ra, các sản phẩm rượu vang còn được xuất khẩu sang các nước khác như Nhật Bản, Singapore, Malaysia, Hàn Quốc, Thái Lan, Lào, Campuchia ...

1.2. Lĩnh vực sản xuất điều

Với thương hiệu Ladocashew, sản phẩm nhân điều của Công ty được xuất khẩu trực tiếp sang các nước châu Âu (Anh, Hà Lan, Canada, Ý, Đức, Bỉ..), Mỹ, Úc,... với trên 30 nhà nhập khẩu nước ngoài.



Doanh thu của Công ty vẫn đến chủ yếu từ hoạt động xuất khẩu, chiếm trên 90% tổng doanh thu. Một số thị trường tiêu thụ chính của Công ty: Mỹ, châu Âu, Úc, Trung Quốc, Nhật Bản...

Trong đó, Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu của Công ty với ưu điểm tần suất mua hàng đều, thanh toán nhanh, chi phí một số khách hàng thấp hơn Châu Âu.

2. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2019

Căn cứ Nghị Quyết của Đại hội đồng Cổ đông và từ tình hình thực tế, Hội đồng Quản trị đã ban hành các Nghị Quyết và giao Ban Tổng giám đốc triển khai thực hiện với kết quả đạt được như sau:

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	2018	KH 2019	TH 2019	So sánh (%)	
						2019/2018	TH/KH
1	Doanh thu	Tỷ đồng	463,8	550	309,7	66,8%	56,3%
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	22,17	26,6	20,7	93,4%	77,8%

Kết thúc năm tài chính 2019, doanh thu bán hàng đạt 309,7 tỷ đồng, tương ứng 56,3% kế hoạch và 66,8% cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 20,7 tỷ đồng, tương ứng 77,8% kế hoạch và 93,4% cùng kỳ.

Nguyên nhân chính dẫn đến doanh thu, lợi nhuận của Công ty không đạt theo kế hoạch năm đã đề ra:

- Tại mảng rượu: Khi Nghị định 100/2019/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt có hiệu lực từ ngày 1/1/2020 rơi vào giai đoạn bán hàng cao điểm của ngành rượu bia (tết nguyên đán) đã ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ của Công ty. Đặc biệt là ảnh hưởng từ dịch cúm Covid 19 đã tác động mạnh đến hoạt động của hầu hết các lĩnh vực và tác động nghiêm trọng đến ngành du lịch, nhà hàng, sức tiêu thụ giảm. Từ đó làm giảm doanh thu rượu năm 2019, Công ty đã thực hiện các biện pháp ứng phó giảm thiểu tác động của dịch Covid đến hoạt động của Công ty.

- Tại mảng điều: Năm 2019 mặc dù thị trường Điều đã có tín hiệu khả quan hơn năm 2018, tuy nhiên đây vẫn tiếp tục là năm khó khăn của ngành điều, tiềm ẩn nhiều rủi ro khi lượng cung hàng đang vượt cầu, mức giá bán của công ty phụ thuộc biến động giá điều trên thế giới. Do đó, công ty xác định ưu tiên mục tiêu đảm bảo an toàn vốn lên hàng đầu khi đưa ra các quyết định kinh doanh. Doanh thu năm 2019 giảm hơn 40% so với cùng kỳ nhưng hoạt động hiệu quả hơn, có lợi nhuận trong khi năm 2018 hoạt động này lỗ.

3. Tình hình tổ chức thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh

3.1. Quản lý tài chính

Xây dựng kế hoạch tài chính theo định kỳ, đảm bảo nguồn vốn đáp ứng nhu cầu của công ty với chi phí sử dụng vốn thấp nhất.

Giám sát việc thực hiện các kế hoạch tài chính, chi phí và quản lý vốn tại các công ty, kịp thời điều chỉnh phù hợp hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Thực hiện kiểm toán độc lập năm tài chính theo đúng quy định. Thực hiện theo ủy quyền của Nghị quyết ĐHCĐ 2019, Hội đồng quản trị đã thực hiện lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính năm 2019 của Công ty là Công ty TNHH Hãng kiểm toán AASC.

Thực hiện thanh toán cổ tức năm 2018 bằng tiền mặt (tỷ lệ chi trả 10%) theo Nghị quyết ĐHCĐ thường niên năm 2019 theo đúng quy định.

Thực hiện công tác báo cáo, công bố thông tin, công khai kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội theo quy định.

3.2. Hoạt động các lĩnh vực

6.1.1. Lĩnh vực rượu vang và đồ uống khác

Hoạt động sản xuất – cung ứng

Bằng việc kiểm soát nghiêm ngặt các quy trình, công đoạn sản xuất, các sản phẩm của Ladofoods đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng theo các tiêu chuẩn Việt Nam cũng như tiêu chuẩn châu Âu.

Trong năm thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng, máy móc thiết bị, nâng cao trình độ năng lực, kinh nghiệm cho đội ngũ cán bộ công nhân viên tại nhà máy và các đơn vị thành viên, đảm bảo mục tiêu chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hoạt động cung ứng tương đối ổn định về nguồn cung và giá, nguyên liệu đáp ứng kịp thời nhu cầu sản xuất. Các trường hợp nhà cung cấp không đáp ứng được các tiêu chuẩn chất lượng, Công ty đều yêu cầu xử lý khắc phục hoặc chấm dứt hợp đồng, chuyển sang nhà cung cấp mới.

a) Quản lý công nghệ, sản xuất, chất lượng:

Là công ty sản xuất Vang dẫn đầu không những về thị phần mà còn về công nghệ sản xuất hiện đại theo tiêu chuẩn châu Âu cùng những kỹ thuật, bí quyết làm vang riêng, các quy trình sản xuất của Ladofoods luôn được đảm bảo theo những tiêu chuẩn cao nhất và không để xảy ra các sự cố về chất lượng sản phẩm. Các sản phẩm trước khi đưa ra thị trường đều được đội ngũ kỹ thuật kiểm tra các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh đảm bảo.

▪ Hệ thống quản lý chất lượng:

Xác định hệ thống quản lý chất lượng là một trong những yếu tố quan trọng quyết định chất lượng cũng như thỏa mãn các nhu cầu khách hàng, Ladofoods luôn duy trì cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng. Hiện nay, bên cạnh áp dụng phần mềm quản trị doanh nghiệp (ERP), Ladofoods áp dụng hệ thống quản lý an toàn thực phẩm theo phiên bản ISO 22000:2018 – HACCP và các tiêu chuẩn hiện hành theo quy định của pháp luật.

▪ Quản lý công nghệ

Hoạt động quản lý công nghệ luôn được công ty theo dõi, kiểm soát chặt chẽ việc thực hiện theo đúng quy định của Công ty. Tiếp nhận và giải quyết kịp thời các sự cố phát sinh trong quá trình sản xuất, ban hành quy định an toàn trong quản lý, sử dụng các vật tư, nguyên vật

liệu. Trong năm 2019, đơn vị cũng đã đưa ra phương án dùng bã men làm phân bón tại vùng nguyên liệu, giảm chi phí xử lý môi trường của Công ty. Các hoạt động đầu tư, trang bị thiết bị, máy móc sản xuất thực hiện theo đúng kế hoạch đề ra.

▪ **Nghiên cứu, thử nghiệm, phát triển sản phẩm**

- Hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm luôn được Công ty chú trọng và đẩy mạnh nhằm đa dạng hóa các sản phẩm đồng thời không ngừng tìm tòi, ứng dụng các kỹ thuật trên thế giới để cải thiện chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, phát triển sản phẩm phù hợp với xu hướng, thị hiếu tiêu dùng của khách hàng.
- Trong năm, Ladofoods tiếp tục thử nghiệm và đã thực hiện cải thiện chất lượng dòng sản phẩm Vang Đà Lạt, đưa sản phẩm ra thị trường năm 2019 - 2020. Bên cạnh cải thiện chất lượng các sản phẩm đang có, Công ty đã hoàn thành và đưa ra thị trường các sản phẩm mới:
 - + Vang mật ong: Vang mật ong được lên men 100% bằng mật ong, bằng công nghệ lên men lạnh nên vẫn giữ được nguyên vẹn vi lượng, khoáng chất và thành phần bổ dưỡng của mật ong.
Sản phẩm vang mật ong đáp ứng cho phân khúc khách hàng trung và cao cấp với thiết kế sang trọng.
 - + Mật ong đóng chai: Sản phẩm mật ong đóng chai với 03 dòng sản phẩm mang đặc trưng của vùng cao nguyên Lâm Đồng. Các sản phẩm này đều được tiêu thụ tại phân khúc khách hàng trung và cao cấp.
 - + Các sản phẩm vang từ Ý với 03 sản phẩm, thiết kế sang trọng, được đưa ra thị trường vào quý 4/2020, giúp đa dạng hóa các dòng sản phẩm của Công ty, tăng thêm sự lựa chọn cho khách hàng.
- Trong quá trình nghiên cứu phát triển các dòng sản phẩm, công ty luôn có sự hợp tác, trao đổi, hỗ trợ từ các chuyên gia nước ngoài để đảm bảo tạo ra các sản phẩm đúng chất lượng quốc tế.

b) Hoạt động bán hàng

- Đối với thị trường sản xuất vang nội, Ladofoods tiếp tục giữ vị thế là công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam và cũng là đơn vị, tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt với hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước.
- Các sản phẩm vang và nước uống của Công ty đã phủ rộng khắp và hầu hết tại kênh siêu thị và cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc cũng như hệ thống kênh bán hàng truyền thống trên 63 tỉnh thành. Đặc biệt là kênh phân phối siêu thị (MT) được chú trọng và phát triển mở rộng.
- Cơ cấu sản phẩm tiếp tục có sự chuyển dịch tăng tỷ trọng các dòng sản phẩm trung, cao cấp của Công ty: vang Chateau Dalat và Sangria – Vang uống với đá. Dòng sản phẩm Chateau Dalat luôn được các cơ quan, bộ ban ngành tin tưởng và lựa chọn sử dụng trong các sự kiện quan trọng.
- Tuy nhiên, giai đoạn quý 1/2020, do ảnh hưởng của dịch Covid 19, sức tiêu thụ của ngành rượu bia giảm mạnh, đặc biệt tại các khu vực thị trường du lịch, dẫn đến tốc độ tiêu thụ hàng hóa giảm, lượng hàng tồn kho tại Nhà phân phối và điểm bán cao.

Năm 2019 – 2020 có thể được coi là năm nhiều biến động đến hoạt động bán hàng của công ty nói riêng và ngành sản xuất kinh doanh bia rượu nói chung. Trước những khó khăn này,

Công ty đã kịp thời đưa ra các giải pháp ứng phó: rà soát, đánh giá lại từng vùng, kênh thị trường, sản phẩm trọng tâm để đưa ra chính sách bán hàng phù hợp. Kiểm soát chặt chẽ các chi phí hoạt động.

c) Hoạt động truyền thông

Trong năm, nổi bật nhất là truyền thông sự kiện khai trương hầm vang Đà Lạt – Điểm du lịch vang Đà Lạt – đạt kỷ lục hầm vang lớn nhất tại Việt Nam và kết hợp tổ chức Hội nghị khách hàng toàn quốc tại Đà Lạt.

Các chương trình truyền thông được duy trì và đẩy mạnh vào giai đoạn chuẩn bị trước mùa vụ cao điểm. Các hoạt động tập trung khẳng định vị thế nhà làm vang số 1 của Ladofoods tại thị trường vang nội với các thông điệp:

+ Nhà làm vang số 1 tại Việt Nam

+ Thương hiệu vang Việt nội địa đầu tiên tại Việt Nam và phổ biến nhất tại Việt Nam (thết hiện tính tin cậy,

+ Sản phẩm Vang Đà Lạt, Chateau Đà Lạt gắn liền với chất lượng, chuẩn mực quốc tế.

+ Vang gắn với du lịch vang, văn hóa vang, văn hóa truyền thống thông qua tham quan Hầm vang Đà Lạt – Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam được thiết kế theo phong cách châu Âu.

Các thông điệp truyền thông được truyền tải qua các kênh truyền thông đa dạng như Sản xuất TVC và quảng cáo TVC trên VTV1 – Chuyển động 24h cho nhãn hiệu Chateau Dalat vào khung giờ 18h30 – 19h00, quảng cáo phát thanh trên VOV giao thông khu vực HCM, HN cho nhãn hiệu vang mật ong, quảng cáo LCD cho tất cả các nhãn (vang DaLat, Chateau Dalat, Sangria, vang mật ong) tại sân bay, siêu thị; quảng cáo biển tấm lớn tại Đà Lạt và các hoạt động truyền thông Digital.

d) Hoạt động đầu tư

Năm 2019 đánh dấu bước ngoặt mới trên chặng đường phát triển của Ladofoods khi Ladofoods khai trương Hầm vang Đà Lạt – hầm vang chuẩn châu Âu duy nhất tại Việt Nam, điểm đến du lịch mới cho những người yêu vang và du khách đến Đà Lạt.

Lễ khai trương Dự án Du lịch đánh dấu một bước tiến mới trong hành trình phát triển lâu dài và bền vững của Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng. Đồng thời, đây cũng là một mốc son mới của Ladofoods trong hành trình mang giá trị châu Âu đến cho người tiêu dùng Việt Nam

Trong khuôn viên hơn 5 hecta của công ty tại Phát Chi – Đà Lạt, Hầm vang Đà Lạt hiện ra như mô phỏng chiếc lá hình Elip, chỉ sử dụng vật liệu bê tông, kính và gỗ tự nhiên; thể hiện rõ nét thông điệp thân thiện với môi trường của Ladofoods đồng thời chứa đựng sự tinh tế, lãng mạn của văn hóa cao nguyên Đà Lạt.

Lấy cảm hứng từ triết lý trông nho và dựa trên địa hình, cảnh quan đồi núi, các kiến trúc sư Châu Âu đã thiết kế Hầm Vang Đà Lạt theo phong cách châu Âu bán cổ điển, kết hợp giữa tính truyền thống Châu Âu của hầm rượu vang và sự sang trọng đẳng cấp của khu thử nếm rượu, và là một sản phẩm du lịch độc đáo nơi đây, kết hợp giữa văn hóa rượu vang của Châu Âu với cái hồn của Đà Lạt.

Hầm vang Đà Lạt của Ladofoods đã được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam (VietKings) trao tặng kỷ lục Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam.

Hầm vang Đà Lạt không chỉ một lần nữa khẳng định vị thế nhà làm vang số 1 tại Việt Nam của Ladofoods mà đây còn là nơi thể hiện niềm tự hào, tình yêu mãnh liệt của Ladofoods với những chai vang Việt, khát vọng mang đến cho những người Việt những chai vang chuẩn

mực, ngang hàng thế giới. Qua đó, giúp Ladofoods lan tỏa hơn nữa hình ảnh thương hiệu, tác động đến cảm xúc của khách hàng về một thương hiệu đáng tin cậy, đáng tự hào của Việt Nam.

Trong giai đoạn tiếp theo Ladofoods tiếp tục triển khai mở rộng hoạt động du lịch vang tại vùng nguyên liệu nho vang tại Ninh Thuận. Qua dự án này, người tiêu dùng sẽ được cảm nhận một cách đầy đủ, chân thực về một nhà làm vang chuyên nghiệp từ vùng nguyên liệu đến quá trình ủ vang, đưa ra thị trường những chai vang chất lượng nhất.

e) Hoạt động Vùng nguyên liệu nho vang chất lượng cao

- Ladofoods đã mạnh dạn đầu tư và áp dụng sáng tạo kỹ thuật trồng nho theo phương pháp trồng cọc của châu Âu vào điều kiện đặc thù về môi trường khí hậu tại Việt Nam từ năm 2012.
- Vùng nguyên liệu nho vang được áp dụng kỹ thuật canh tác hiện đại, sử dụng công nghệ cao vào chăm sóc nho như (hệ thống tưới nhỏ giọt, máy cày chuyên dụng (xới đất, cắt cành, làm cỏ, phun thuốc)...), sử dụng máy theo dõi thời tiết kết nối internet, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hoàn toàn có nguồn gốc hữu cơ (BIO) theo tiêu chuẩn của châu Âu...
- Hiện tại doanh nghiệp đã thực hiện 25ha và tiến tới 100ha trong 5 năm tới. Công ty cũng đã được UBND tỉnh Ninh Thuận chấp nhận mở rộng dự án lên 300 ha.

Các định mức sản xuất, quy trình kỹ thuật, kiểm soát, quản lý vùng nguyên liệu đã được xây dựng, điều chỉnh trong năm. Cây nho sinh trưởng, phát triển tốt, ít sâu bệnh, chất lượng quả tốt (độ Brix trên 20) đáp ứng được yêu cầu sản xuất vang chất lượng cao.

- Các hoạt động chăm sóc cây được thực hiện và kiểm soát theo đúng các quy trình kỹ thuật. Cây nho phát triển tốt, trái chín đạt tiêu chuẩn chất lượng.
- Trong năm, kết hợp với chuyên gia nho vang tại châu Âu và trong nước, công ty thực hiện các khảo nghiệm phương pháp, công thức phân bón để đánh giá và điều chỉnh phương án chăm sóc phù hợp với sự phát triển của cây nho, điều chỉnh bổ sung các hàm lượng chất cho cây và đất.
- Các giống nho ăn quả mới được trồng thử nghiệm từ năm 2018 được đánh giá tốt về khả năng sinh trưởng và năng suất. Chùm trái to và chắc, đẹp mắt, độ Brix gần 26.
- Các công tác chăm sóc, bảo dưỡng máy móc thiết bị tại vườn duy trì và đảm bảo hoạt động ổn định. Công ty đã đầu tư mới hệ thống theo dõi thời tiết để cung cấp các dữ liệu cần thiết phục vụ công việc chăm sóc vườn nho; lắp đặt hệ thống hẹn giờ tự động để chảy nước ban đêm nhằm tiết kiệm tiền điện và tăng giờ tưới.

6.1.2. Lĩnh vực sản xuất chế biến điều xuất khẩu

Hoạt động sản xuất

- Nguyên liệu: Tình hình thu mua nguyên liệu trong nước vụ 2019 so với 2018 bước đầu có thuận lợi hơn. Sản lượng thì đạt theo kỳ vọng và tiến độ thu mua, chất lượng ổn định trong suốt quá trình mùa vụ, tỷ lệ hao hụt sau sơ chế thấp hơn năm 2018. Đối với nguyên liệu nhập khẩu, giá cao nên Công ty nhập cầm chừng một phần sản xuất, một phần để kinh doanh.
- Do ảnh hưởng giá nguyên liệu không ổn định, để đảm bảo hiệu quả sản xuất và an toàn vốn hoạt động của Công ty, Công ty sắp xếp bố trí hợp lý hoạt động sản xuất, tiết giảm các chi phí, cân đối hoạt động sản xuất và thị trường đầu ra.

Hoạt động bán hàng

Sản lượng và doanh thu năm 2019 thấp do thời điểm mùa vụ thu hoạch giá điều thô cao, giảm chậm trong khi giá nhân giảm theo chiều đi xuống không phục hồi, do đó mất cân đối, không ký bán thị trường khác như Mỹ, Âu mà đa số bán thị trường Trung Quốc và Nhật để có giá tốt hơn.

Trong quý 1/2020, do dịch cúm viêm đường hô hấp Covid 19, thị trường Trung Quốc ngưng mua từ tháng 12 và ngay dịp tết nguyên đán là thời điểm tiêu thụ tốt nhất lại bị đóng băng nên sản lượng tiêu thụ của Công ty giảm mạnh so với cùng kỳ.

Năm 2019, hoạt động bán hàng tập trung vào 3 thị trường chính là Mỹ, Nhật và TQ, các thị trường khác như Âu, Úc giảm do giá bán không cân đối được với giá nguyên liệu đầu vào.

3. Tổ chức và nhân sự

3.1. Danh sách ban điều hành

STT	Họ tên	Chức danh	Số cổ phần sở hữu	Ghi chú
1	Ông Đỗ Thành Trung	Chủ tịch HĐQT kiêm TGD	324.822	Thôi giữ chức vụ TGD từ ngày 1/7/2020
2	Bà Phạm Thu Hiền	Tổng Giám đốc Công ty	0	Bổ nhiệm từ ngày 1/7/2020
3	Bà Phan Thị Cúc Hương	Giám đốc tài chính	18.103	
4	Ông Phan Anh Tú	Kế toán trưởng	708	

Tóm tắt lý lịch

Ông Đỗ Thành Trung – Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc. Thôi giữ chức vụ Tổng Giám đốc từ ngày 1/7/2020

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 05/11/1972

Nơi sinh : Tân Dân, Khoái Châu, Hưng Yên

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Tân Dân, Khoái Châu, Hưng Yên .

Địa chỉ thường trú : Trung Hòa, Nhân Chính, Hà Nội.

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế (MBA)

Chức vụ hiện nay : Chủ tịch HĐQT

Chức vụ tại tổ chức khác: Phó Chủ tịch HĐQT kiêm TGD Công ty CP Megram, Chủ tịch HĐQT Công ty CP Dược thiết bị y tế Đà Nẵng.

Bà Phan Thị Cúc Hương – Giám đốc tài chính. Bổ nhiệm ngày 1/3/2017.

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 19/3/1967

Nơi sinh : Thừa Thiên Huế

Quốc tịch : Việt Nam
 Quê quán : Đà Lạt
 Địa chỉ thường trú : 50 hẻm Ngô Quyền, TP Đà Lạt
 Điện thoại liên lạc : 0263.3520290
 Trình độ văn hoá : 12/12
 Trình độ chuyên môn : Cử nhân tài chính kế toán
 Chức vụ hiện nay : Giám đốc tài chính

Ông Phan Anh Tú – Kế toán trưởng

Giới tính : Nam
 Ngày tháng năm sinh : 07/10/1973
 Nơi sinh : Đà Lạt
 Quốc tịch : Việt Nam
 Quê quán : Đà Lạt
 Địa chỉ thường trú : Yersin, Phường 10, Đà Lạt
 Điện thoại liên lạc : 0263.3520290
 Trình độ văn hóa : 12/12
 Trình độ chuyên môn : Cử nhân tài chính kế toán
 Chức vụ hiện nay : Kế toán trưởng

3.2. Số lượng cán bộ công nhân viên

Tổng số lao động đến 31/3/2020 là 238 người. Trong đó:

STT	Trình độ	Số lượng
1	ĐH trở lên	59
2	Cao đẳng	13
3	Trung cấp	28
4	Khác	138

Ưu thế của Công ty trong việc sản xuất rượu vang chính là đội ngũ kỹ sư, chuyên gia làm vang được đào tạo và làm việc trong môi trường vang chuyên nghiệp tại nhiều quốc gia như Pháp, Ý, Thụy Sĩ.... Trong quá trình nghiên cứu, phát triển các sản phẩm cũng như phát triển vùng nguyên liệu của Công ty luôn có sự hợp tác, trao đổi, theo dõi sát sao của các chuyên gia nước ngoài để đảm bảo tạo ra các sản phẩm đúng tiêu chuẩn quốc tế.

3.3. Chính sách

a. Chính sách đào tạo

Đào tạo là nhiệm vụ trọng tâm trong chính sách phát triển nguồn nhân lực của Công ty. Hàng năm dựa trên kế hoạch đào tạo, phát triển nhân lực, Công ty thực hiện đào tạo hội nhập, đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, Đào tạo kỹ năng mềm, Bồi dưỡng và phát triển thể hệ lãnh đạo tương lai, nhân lực kế cận.

Chính sách đào tạo được thực hiện nhất quán từ cấp độ cơ bản đến chuyên sâu thông qua các chương trình đào tạo nội bộ và qua các đơn vị tư vấn đào tạo chuyên nghiệp.

b. Chính sách tuyển dụng

Mục tiêu tuyển dụng của công ty là thu hút nhân tài đáp ứng yêu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh, đảm bảo chất lượng nhân sự. Việc tuyển dụng lao động được thực hiện dựa trên bản mô tả công việc và tiêu chuẩn chức danh công việc.

c. Chính sách sáng tạo

Để kịp thời khen thưởng nhằm động viên tinh thần sáng tạo của CBCNV đồng thời quản lý, sử dụng có hiệu quả các sáng kiến, sáng chế, Công ty đã xây dựng các quy định, quy chế về việc đăng ký, tổ chức đánh giá khen thưởng và quản lý, sử dụng các sản phẩm trí tuệ.

d. Chính sách đãi ngộ

Để phát huy được mọi tiềm năng, năng lực, tạo động lực thúc đẩy của mỗi cá nhân, Công ty xây dựng chiến lược đãi ngộ tổng thể bao gồm đãi ngộ tài chính và phi tài chính. Hệ thống lương thưởng được thiết kế khoa học, có tính động, định hướng theo hiệu quả làm việc, đảm bảo công bằng nội bộ và có tính cạnh tranh cao.

Công ty luôn trân trọng và đánh giá cao những nỗ lực, sáng tạo, sự tận tâm và thành quả từng thành viên mang lại và cam kết ghi nhận bằng các cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp, được tôn vinh và khẳng định bản thân với tất cả các thành viên.

4. Hệ thống quản lý chất lượng

- Theo dõi, duy trì việc vận hành hệ thống tại các bộ phận theo tiêu chuẩn ISO 22000 - HACCP.
- Đã thực hiện đánh giá nội bộ công tác quản lý chất lượng tại các bộ phận theo đúng kế hoạch: hệ thống đáp ứng tốt phục vụ cho quản lý sản xuất.

5. Tình hình tài chính

a. Tình hình tài chính

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2018	2019	% tăng giảm
1. Tổng giá trị tài sản	228.092	264.364	15,90%
- Tài sản ngắn hạn	163.989	193.415	17,9%
- Tài sản dài hạn	64.103	70.950	10,7%
2. Vốn chủ sở hữu	190.311	192.418	1,1%
3. Nợ phải trả	37.781	71.946	90,4%
4. Doanh thu	463.810	309.735	-33,2%
5. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	21.243	20.564	-3,2%
6. Lợi nhuận khác	928	165	-82,2%
7. Lợi nhuận trước thuế	22.171	20.730	-6,5%
8. Lợi nhuận sau thuế	16.686	16.764	0,5%

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2019 - VDL)

So với năm 2018, tổng tài sản năm 2019 tăng 36,2 tỷ đồng tương ứng tăng 15,9%, trong đó tài sản ngắn hạn tăng 29,4 tỷ đồng, tài sản dài hạn tăng gần 7 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ lần lượt là 17,9% và 10,7%. Nguyên nhân chủ yếu do:

- Giá trị hàng tồn kho tăng: Tại mảng điều, đánh giá nguyên liệu vụ mùa năm 2020 chất lượng tốt và giá cả thấp hơn so với cùng kỳ, cân đối với các hợp đồng đầu ra nên công ty đã tăng thu mua nguyên liệu điều. Tại mảng rượu, do ảnh hưởng của dịch Covid 19 nên ảnh hưởng thị trường tiêu thụ vang nên giá trị tồn kho cuối kỳ cao hơn so với đầu năm.

- Tài sản dài hạn năm 2019 tăng do trong năm đầu tư hoàn thành xây dựng dự án hầm vang Đà Lạt và tiếp tục đầu tư vùng nguyên liệu nho vang.

Tình hình nguồn vốn của công ty ổn định, đảm bảo nhu cầu hoạt động trong năm, không phát sinh các khoản nợ phải trả quá hạn, chậm thanh toán.

b. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2019	Năm 2018
I	Chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
1	Hệ số thanh toán ngắn hạn	lần	2,72	4,52
1	Hệ số thanh toán nhanh	lần	0,4	1,64
II	Cơ cấu vốn			
1	Nợ phải trả/Tổng tài sản	%	27,2	16,6
2	Nợ phải trả/vốn chủ sở hữu	%	37,4	19,9
III	Chỉ tiêu năng lực hoạt động			
1	Vòng quay hàng tồn kho	Lần	2,28	3,95
2	Doanh thu thuần/tổng tài sản	lần	1,25	1,87
IV	Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
1	Hệ số lợi nhuận sau thuế /DT thuần	%	5,5	3,6
2	Hệ số lợi nhuận sau thuế /VCSH	%	8,7	8,8
3	Hệ số LN sau thuế /TTS	%	6,8%	6,8%
4	Hệ số LN từ HĐKD/DT thuần	%	6,7%	4,6%

(Nguồn: Công ty cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng)

Trong năm mặc dù chịu ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19 nhưng các chỉ tiêu khả năng sinh lời của công ty vẫn duy trì được ổn định, gần như không biến động so với cùng kỳ năm 2018. Khả năng thanh toán đảm bảo, không phát sinh các khoản nợ xấu, nợ chậm thanh toán.

c. Tình hình nợ phải trả

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2018
I	Nợ ngắn hạn	71.060	36.294
1	Phải trả người bán ngắn hạn	12.935	5.786
2	Người mua trả tiền trước ngắn hạn	11	11.297
3	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	3.693	5.051
4	Phải trả người lao động	4.492	3.114
5	Chi phí phải trả ngắn hạn	74	311
6	Phải trả ngắn hạn khác	736	580
7	Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	48.811	9.833
8	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	308	321
II	Nợ dài hạn	886	1.487
1	Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	425	845
2	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	461	642
III	Tổng	71.946	37.781

(Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất năm 2019 – CTCP thực phẩm Lâm Đồng)

Tình hình chi trả thanh toán các khoản nợ đến hạn của công ty luôn được đảm bảo và thực hiện theo đúng thỏa thuận, quy định và được các đối tác tin tưởng hợp tác lâu dài, đặc biệt trong hoạt động với ngân hàng, công ty luôn được xếp hạng tín dụng cao. So với cùng kỳ năm trước, nợ phải trả của công ty tăng chủ yếu do tăng khoản vay ngân hàng do tập trung thu mua nguyên liệu điều đầu năm 2020 khi vào mùa nguyên liệu trong nước.

6. Kế hoạch phát triển trong thời gian tới

6.1. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh rượu vang

6.1.1. Công tác tổ chức sản xuất

- Nhà máy sản xuất chủ động lập kế hoạch, tiến độ sản xuất linh hoạt, nhịp nhàng. Xây dựng cơ cấu tiêu thụ sát với nhu cầu thực tế của thị trường, đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu khách hàng, khai thác tối đa các cơ hội kinh doanh.
- Quản lý tốt chi phí hoạt động, hàng tồn kho, vật tư, nguyên vật liệu, máy móc thiết bị; sản xuất sản phẩm có chất lượng ổn định, đạt các tiêu chuẩn quy định, giảm thiểu tối đa các sản phẩm lỗi ra thị trường; kiểm soát định mức chi phí sản xuất hợp lý.
- Bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn lao động; bố trí, phân công lao động hợp lý, khoa học, hiệu quả, sắp xếp kế hoạch phù hợp, tối đa hóa năng suất và tiết giảm các chi phí trước ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19.
- Duy trì, cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng.

6.1.2. Nghiên cứu, phát triển sản phẩm

- Tiếp tục nghiên cứu, phát triển các dòng sản phẩm mới với mục đích đa dạng hóa danh mục sản phẩm trên cơ sở phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng và nhu cầu của khách hàng.
- Giám sát chặt chẽ các quy trình công nghệ sản xuất, bảo đảm chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn.

6.1.3. Công tác cung ứng vật tư, nguyên liệu

- Đề xuất các giải pháp thu mua kịp thời, có tính toán hiệu quả cho các vật tư, nguyên liệu trọng yếu: trái nho, trái dâu tằm, bao bì... để bảo đảm kế hoạch sản xuất trong năm.

- Đánh giá ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19 và cập nhật liên tục tình hình thị trường vật tư, tìm kiếm nhà cung cấp mới đảm bảo không bị gãy nguồn cung, đáp ứng kịp thời yêu cầu của sản xuất với chi phí thấp nhất.
- Tiếp tục phát triển, mở rộng vùng nguyên liệu nho rượu của Công ty đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, đảm bảo nguồn nguyên liệu đáp ứng nhu cầu tăng trưởng của Công ty trong các năm tiếp theo.

Duy trì và ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các nông dân, đại lý đảm bảo ổn định nguồn cung và giá nguyên liệu. Đồng thời áp dụng các biện pháp kiểm tra, giám sát chặt chẽ chất lượng nguyên liệu đầu vào theo đúng tiêu chuẩn. Tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật trồng, chăm sóc nho rượu cho các hộ dân liên kết và nông dân trong vùng.

6.1.4. Công tác thị trường

- Đánh giá và điều chỉnh phương án kinh doanh phù hợp trong hoàn cảnh thị trường tiếp tục bị ảnh hưởng bởi dịch cúm Covid 19. Đẩy mạnh tập trung vào các dòng sản phẩm có biên lợi nhuận cao, khu vực thị trường, khách hàng trọng tâm. Tiếp tục mở rộng hệ thống bao phủ tại các thị trường tỉnh.
- Tập trung khai thác mạnh thị trường nội địa. Linh động trong chính sách bán hàng. Phát triển các sản phẩm mới cho các thị trường. Mở rộng phát triển kênh MT.
- Tích cực xây dựng hình ảnh thương hiệu của Công ty trên thị trường bằng việc thực hiện các chiến lược quảng bá thông qua các phương tiện truyền thông và có cam kết về hiệu quả.

6.2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều

Năm 2020, HĐQT và ban lãnh đạo Công ty xác định là năm tiếp tục khó khăn cho ngành điều khi mà cung vượt cầu, rui ro giá cả diễn biến bất thường cũng như dịch cúm Covid 19 vẫn đang tiếp tục ảnh hưởng đến các nước trên thế giới.

Vì vậy, mục tiêu đề ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh điều là bảo đảm an toàn vốn cho công ty. Các chính sách điều hành đảm bảo linh hoạt với diễn biến thị trường. Tìm kiếm, cập nhật thông tin thị trường kịp thời.

7. Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu

a. Cổ phần

Tổng số cổ phần đang lưu hành : 14.657.150 cổ phần

Loại cổ phần : Cổ phần phổ thông

Số lượng cổ phần chuyển nhượng tự do : 14.657.150 cổ phần

Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 0 cổ phần

b. Cơ cấu cổ đông (tính đến thời điểm 20/12/2019)

STT	Cổ đông	Số lượng cổ phiếu	Tỷ lệ sở hữu
			(%)
I	Trong nước	14.537.004	99,18%
1	Cổ đông là cá nhân trong nước	1.387.662	9,47%
2	Cổ đông là tổ chức trong nước	13.149.342	89,71%
	<i>Trong đó:</i>		
	<i>Nhà nước</i>	0	0

II	Nước ngoài	120.146	0,82%
1	Cổ đông là cá nhân nước ngoài	105.972	0,72%
2	Cổ đông là tổ chức nước ngoài	14.174	0,10%
	Cộng	14.657.150	100%

c. Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn cổ phần của công ty (tính đến thời điểm 20/12/2019)

STT	Tên cổ đông	Số CP sở hữu	Tỷ lệ (%)
1	Công ty Cổ phần Megram	7.475.282	51
2	CTCP GTNfoods	5.613.217	38,3
	Cộng	13.088.499	89,3

d. Tình hình thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu: Không có

e. Giao dịch cổ phiếu quỹ: Không có.

f. Các chứng khoán khác: Không có.

8. Báo cáo tác động liên quan đến môi trường và xã hội của công ty

Hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và cung cấp đồ uống, thực phẩm, Ladofoods luôn ý thức và cam kết chính sách về bảo vệ môi trường qua việc đáp ứng tốt các yêu cầu về hệ thống xử lý nước thải, khí thải, chất thải, tiêu thụ năng lượng trong quá trình vận hành, “xanh hóa” nhà máy sản xuất, gia tăng tìm kiếm đầu tư các thiết bị, công nghệ giúp tiết kiệm năng lượng để giảm thiểu tối đa tác động đến môi trường.

Công ty cũng luôn cập nhật các văn bản quy định, tiêu chuẩn an toàn và sức khỏe người lao động trong sản xuất và kiểm soát chặt chẽ chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm đối với tất cả các sản phẩm nhằm đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng.

Định kỳ hàng năm gửi mẫu cho các Trung tâm Môi trường kiểm tra chất lượng môi trường không khí, chất lượng nước thải và lập báo cáo công tác bảo vệ môi trường gửi Sở Tài nguyên Môi trường đúng quy định; Thực hiện báo cáo đánh giá tác động môi trường của các dự án đầu tư và các hồ sơ pháp lý về mặt môi trường đầy đủ theo yêu cầu pháp luật quy định và các báo cáo về công tác môi trường theo yêu cầu của các cơ quan chức năng.

Quản lý nguồn nguyên liệu

Công ty đã ban hành yêu cầu kỹ thuật đối với tất cả các nguyên liệu đầu vào. Các nguyên liệu đầu vào trước khi được đưa vào sử dụng đều được kiểm soát chặt chẽ bởi bộ phận kiểm soát chất lượng. Định kỳ, Ladofoods tổ chức đánh giá định kỳ nhà cung cấp để đảm bảo chất lượng nguồn nguyên liệu đầu vào.

Tiêu thụ năng lượng

Trong những năm qua, Công ty luôn quan tâm đến vấn đề tiết kiệm năng lượng trong sản xuất, liên tục nâng cấp, đầu tư thiết bị sản xuất để tiết kiệm điện. Việc đầu tư hệ thống máy móc đồng bộ và công nghệ sản xuất hiện đại, nhập khẩu từ Ý, Đức... cùng quy trình sản xuất khép kín giúp đảm bảo chất lượng sản phẩm và giảm tiêu hao năng lượng.

Ngoài ra, do vị trí nhà máy nằm ở khu vực có vị trí địa lý cao nhất tại Đà Lạt, khí hậu quanh năm mát mẻ, nên nhiệt độ lên men rượu được duy trì ổn định, giúp công ty giảm việc sử dụng năng lượng điện.

Ngoài ra, nhà máy sử dụng nhiên liệu tái tạo (vỏ hạt điều) trong quá trình sản xuất vừa tiết kiệm chi phí vừa bảo vệ môi trường.

Tiêu thụ nước

Công ty đã thay đổi quy trình công nghệ trong sản xuất nhằm giảm thiểu nguồn nước sử dụng cũng như nguồn nước thải ra môi trường.

Nghiên cứu và đầu tư dự án tái sử dụng nước thải, góp phần tiết kiệm nguồn nước, bảo vệ môi trường.

Xử lý chất thải

Hiện nay, nhà máy đã thu gom bã trái cây cung cấp lại cho nông dân làm phân bón và sử dụng làm phân bón tại vùng nguyên liệu nho rượu. Các mảnh thủy tinh được thu gom tái chế trong xây dựng. Đồng thời công ty sử dụng công nghệ sinh học hai giai đoạn kỵ khí – hiếu khí để xử lý nước thải công nghiệp và nước thải sinh hoạt, tuyệt đối không gây ảnh hưởng môi trường. Thay đổi quy trình công nghệ trong sản xuất nhằm giảm thiểu nguồn nước sử dụng cũng như nguồn nước thải. Nghiên cứu và đầu tư dự án tái sử dụng nước thải, góp phần tiết kiệm nguồn nước, bảo vệ môi trường.

Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường

Ladofoods luôn ý thức bảo vệ môi trường đến từng cán bộ công nhân viên. Các nhà máy đều có hệ thống xử lý nước thải, chất thải rắn theo quy định. Việc vận hành, quản lý hệ thống xử lý nước thải tuân theo quy định của pháp luật. Chất thải rắn được thu gom và hợp đồng với các đơn vị có chức năng xử lý.

Số lần bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường: Không
 Tổng số tiền do bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường: Không

9. Báo cáo liên quan đến trách nhiệm đối với cộng đồng địa phương

Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty gắn kết hài hòa với hoạt động xã hội. Năm 2019 Công ty đã phối hợp, hỗ trợ cùng địa phương các hoạt động động phát triển cộng đồng, từ thiện.

III. Đánh giá của Hội đồng quản trị về hoạt động của Công ty**1. Đánh giá của Hội đồng quản trị về hoạt động của Ban Tổng Giám đốc**

Năm 2019, Hội đồng quản trị đánh giá Ban lãnh đạo đã có nhiều nỗ lực trong việc tổ chức, triển khai các hoạt động kinh doanh theo các Nghị quyết, quyết định của ĐHCĐ và HĐQT. Ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19 đã ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh năm 2019 của công ty. Trước tình hình đó, ban điều hành đã kịp thời xây dựng và triển khai các phương án ứng phó cho năm 2020, đảm bảo an toàn và hiệu quả hoạt động của công ty.

Tại các cuộc họp đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, HĐQT đều mời thành viên Ban tổng giám đốc, BKS tham gia để giải trình các công việc đã thực hiện và đưa ra giải pháp, phương hướng hoạt động phù hợp.

Trong quá trình điều hành, từ tình hình thực tế khi có những việc phát sinh thuộc quyền quyết định của Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc đều gửi Tờ trình xin ý kiến và được sự thống nhất của Hội đồng quản trị để triển khai thực hiện theo đúng quy định của Pháp luật.

Ban Tổng giám đốc công ty đã triển khai thực hiện đầy đủ nội dung Nghị quyết, Quyết định của Hội đồng quản trị ban hành, nỗ lực thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra. Thực hiện báo cáo và tuân thủ chặt chẽ các quy định về quản trị công ty.

2. Kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2020

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2019	Kế hoạch 2020	KH 2020/TH 2019 (%)

1	Doanh thu	Tỷ đồng	309,7	388	125,3%
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	20,7	12	58,0%

Dịch bệnh Covid 19 đang tác động nghiêm trọng đến tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế trên thế giới cũng như tại Việt Nam. Với việc dịch bệnh tiếp tục diễn biến phức tạp, tác động tiêu cực của dịch bệnh đến các mặt của kinh tế còn kéo dài, chưa thể đánh giá cụ thể được.

Trước tình hình này, Công ty đã thực hiện đánh giá những ảnh hưởng tiềm năng của dịch Covid 19 đến hoạt động của Công ty, xây dựng các phương án ứng phó, giảm thiểu tối đa các tác động liên quan cũng như duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh, đảm bảo đời sống cán bộ công nhân viên.

Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2020 sẽ được Hội đồng quản trị trình Đại hội đồng cổ đông thường niên.

IV. Quản trị Công ty

1. Hội đồng quản trị

a. Thành viên và cơ cấu của HĐQT

STT	Họ tên	Chức vụ	Số lượng CP sở hữu	Ghi chú
1	Ông Đỗ Thành Trung	Chủ tịch HĐQT	324.822	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016
2	Ông Nghiêm Văn Thắng	Phó Chủ tịch HĐQT (Thành viên HĐQT không điều hành)	0	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016
3	Ông Nguyễn Văn Việt	Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT độc lập)	8.724	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016
4	Ông Milan Novosad	Thành viên HĐQT	0	Bổ nhiệm ngày 28/4/2018
5	Bà Phạm Thu Hiền	Thành viên HĐQT điều hành	0	Bổ nhiệm ngày

Tóm tắt lý lịch

Ông Đỗ Thành Trung – Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc từ ngày 1/4/2018. Thôi giữ chức vụ TGD từ ngày 1/7/2020.

Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành

Ông Nghiêm Văn Thắng – Phó chủ tịch HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 16/02/1978

Nơi sinh : Xã Mỹ Trì, Huyện Từ Liêm, Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Xã Mỹ Trì, Huyện Từ Liêm, Hà Nội

Địa chỉ thường trú : Xóm 2, Thôn Phú Đô, Xã Mỹ Trì, Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Kỹ sư Hóa thực phẩm - ĐH Bách khoa Hà Nội

Chức vụ hiện nay : Phó chủ tịch HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Thành viên HĐQT CTCP GTNFoods

Ông Nguyễn Văn Việt - Thành viên HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 01/11/1954

Nơi sinh : Đà Lạt

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Phù Cát, Bình Định

Địa chỉ thường trú : 145/8 Phan Đình Phùng Đà Lạt

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Kỹ sư cơ khí

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Không

Ông Milan Novosad – Thành viên HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 08/02/1961

Nơi sinh : Česká Republika, Cộng Hòa Séc

Quốc tịch : Cộng Hòa Séc

Quê quán : Cộng Hòa Séc

Địa chỉ thường trú : Česká Republika, Cộng Hòa Séc

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân quản trị kinh doanh

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Phó chủ tịch HĐQT Tập đoàn Elmich a.s tại Séc, Chủ tịch HĐQT CTCP Megram

Bà Phạm Thu Hiền – Thành viên HĐQT. Bổ nhiệm Tổng Giám đốc Công ty từ ngày 1/7/2020

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 25/08/1979

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Việt Nam

Địa chỉ thường trú : Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế - Tài chính

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Thành viên HĐQT, Phó Tổng Giám đốc CTCP Megram, Thành viên HĐQT CTCP Dược – Thiết bị y tế Đà Nẵng.

b. Các tiểu ban thuộc HĐQT: Không có

c. Hoạt động của HĐQT

Trong năm 2019, Hội đồng quản trị đã tổ chức các cuộc họp (bao gồm họp trực tiếp và xin ý kiến Hội đồng quản trị bằng văn bản) để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2018 và triển khai thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2019 và Nghị quyết, quyết định của Đại hội đồng cổ đông.

Trong các cuộc họp của Hội đồng quản trị, tùy theo nội dung công việc, Hội đồng Quản trị phân công cho thành viên Hội đồng Quản trị hoặc Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm triển khai thực hiện.

Ngoài các buổi họp trực tiếp định kỳ, tùy thuộc vào tình hình cụ thể những sự việc phát sinh cần có ý kiến thống nhất của các thành viên, Hội đồng Quản trị thực hiện việc trao đổi lấy ý kiến qua các buổi họp trực tuyến, điện thoại, email...

Tất cả các vấn đề, các giải pháp liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đều được các thành viên HĐQT thống nhất ra Nghị quyết, Quyết định và Ban Tổng Giám đốc triển khai thực hiện.

Trong năm 2019, Hội đồng quản trị đã thông qua một số nội dung chính sau:

- Thông qua kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2019 và kế hoạch hoạt động năm 2020;
- Thông qua việc tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019;
- Lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính;
- Đánh giá và thông qua kết quả, kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh hàng quý của Công ty;
- Thông qua việc đầu tư thiết bị dây chuyền sản xuất của Công ty;
- Triển khai dự án Dự án phát triển phần mềm và triển khai cải thiện hệ thống ERP giai đoạn 1 với đối tác Oracle – Net Suite;
- Thông qua hạn mức tín dụng và việc vay vốn ngân hàng tại NHTM cổ phần Ngoại thương Việt Nam;
- Bổ nhiệm Tổng Giám đốc phù hợp quy định của pháp luật về quản trị công ty đại chúng
- Các công việc khác thuộc thẩm quyền của Hội đồng quản trị.

Trong năm, Công ty đã hoàn thành việc thực hiện chi trả cổ tức năm 2018 với tỷ lệ 10% theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019.

2. Ban kiểm soát

a. Thành viên và cơ cấu Ban kiểm soát

STT	Họ tên	Chức vụ	Số lượng CP sở hữu	Ghi chú
1	Bà Mai Thị Thương Huyền	Trưởng ban KS	0	Bổ nhiệm TV BKS ngày 29/7/2019
2	Ông Trần Việt Thắng	Thành viên BKS	683	Bổ nhiệm ngày 9/4/2016
3	Bà Nguyễn Thị Anh Xuân	Thành viên BKS	0	Bổ nhiệm ngày 9/4/2016

Sơ yếu lý lịch BKS

Bà Mai Thị Thương Huyền – Trưởng BKS. Bầu Trưởng ban kiểm soát ngày 2/8/2019.

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 13/3/1987

Nơi sinh : Quảng Xương, Thanh Hóa

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Thanh Hóa

Địa chỉ thường trú : KĐT Đại Thanh, Tả Thanh Oai, Thanh Trì, Hà Nội

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Trưởng BKS CTCP Megram

Ông Trần Việt Thắng – Thành viên BKS

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 06/02/1973

Nơi sinh : Bắc Ninh

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Thừa Thiên Huế

Địa chỉ thường trú : Xuân Thủy, P Thảo Điền, Q2 TP HCM

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân Tài Chính Kế toán

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác:

Bà Nguyễn Thị Anh Xuân - Thành viên BKS

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 30/05/1988

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Hà Nội

Địa chỉ thường trú : Quận Hoàng Mai, Hà Nội.

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Thành viên BKS CTCP Megram

b. Hoạt động của ban kiểm soát

Trong năm, Ban kiểm soát đã duy trì nhiệm vụ hoạt động kiểm tra thường xuyên các hoạt động sản xuất kinh doanh thông qua hồ sơ, tài liệu, chứng từ và tham dự các cuộc họp của Hội đồng quản trị, Ban điều hành Công ty, bao gồm:

- Kiểm tra quá trình xây dựng và thực hiện kế hoạch SXKD tại công ty mẹ và các công ty con.
- Kiểm tra việc xây dựng và thực hiện các quy chế, quy định của Công ty.
- Kiểm tra việc thực hiện Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông năm 2019.
- Kiểm tra việc công bố thông tin theo quy định của công ty đại chúng và các quy định của Pháp luật.
- Kiểm tra kế hoạch dòng tiền, chi phí hàng tháng và báo cáo kết quả kinh doanh tháng, quý, năm của Công ty theo kế hoạch.

Các ý kiến của Ban kiểm soát trao đổi, thống nhất cùng ban điều hành và HĐQT, từ đó đưa ra các phương án nâng cao hiệu quả hoạt động của Công ty. Ngoài các cuộc họp định kỳ, các thành viên Ban kiểm soát thường xuyên trao đổi công việc qua email, điện thoại,... cùng ban điều hành, HĐQT để giải quyết kịp thời các công việc phát sinh đột xuất.

3. Các giao dịch, thù lao và các khoản lợi ích của Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát

a. Lương thưởng, thù lao và các khoản lợi ích khác: Không.

b. Giao dịch cổ phiếu của cổ đông nội bộ

Stt	Người thực hiện giao dịch	Quan hệ với người nội bộ	Số cổ phiếu sở hữu đầu kỳ		Số cổ phiếu sở hữu cuối kỳ		Lý do tăng, giảm (mua, bán, chuyển đổi, thưởng...)
			Số cổ phiếu	Tỷ lệ (%)	Số cổ phiếu	Tỷ lệ (%)	
1	Trần Ngọc Huệ	Em/Chị ông Trần Việt Thắng – TV BKS	0	0	109.400	0,75	Mua cổ phiếu
2	Nguyễn Thị Mai Lan	Mẹ ông Trần Việt Thắng	0	0	135.500	0,93	Mua cổ phiếu
3	Nguyễn Văn Việt	Thành viên HĐQT	18.724	0,13	8.724	0,06	Bán cổ phiếu

4	Nghiêm Văn Thắng	Phó Chủ tịch HĐQT	21.549	0,15	0	0	Bán cổ phiếu
5	Công ty cổ phần GTNFoods	Cổ đông lớn, người liên quan cổ đông nội bộ	5.130.096	35	5.613.217	38,3	Mua cổ phiếu

- c. **Giao dịch khác (giao dịch cổ đông lớn):** Không
- d. **Hợp đồng hoặc giao dịch với cổ đông nội bộ:** Mượn và hoàn trả tiền mượn ông Đỗ Thành Trung – Chủ tịch HĐQT kiêm TGD.
- e. **Việc thực hiện quy định về quản trị Công ty:** Công ty thực hiện theo các quy định quản trị công ty của pháp luật, Điều lệ và các quy chế quản trị đối với công ty niêm yết.

V. Báo cáo tài chính

1. Tổ chức kiểm toán

Công ty TNHH Hãng kiểm toán AASC

Địa chỉ : Số 01 Lê Phụng Hiểu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel : (84.24) 3824 1990

Fax : (84.24) 3825 3973

Email : aasc@aasc.com.vn

2. Báo cáo tài chính được kiểm toán

Báo cáo tài chính năm đã được kiểm toán bao gồm: Bảng cân đối kế toán; Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh; Báo cáo lưu chuyển tiền tệ; Bản thuyết minh Báo cáo tài chính theo quy định của pháp luật về kế toán và kiểm toán.

Địa chỉ công bố báo cáo tài chính kiểm toán công ty mẹ và hợp nhất năm 2019: www.ladofoods.vn.

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG



ĐỖ THÀNH TRUNG