

**CÔNG TY CP NƯỚC GIẢI KHÁT  
CHƯƠNG DƯƠNG**

CHUONG DUONG BEVERAGES  
JOINT STOCK COMPANY

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM  
Independence - Freedom - Happiness

Số (No.): 17A/CV-CD

TP. HCM, ngày 20 tháng 04 năm 2022  
HCM City, 20 April 2022

V/v: Phương án khắc phục kết quả kinh doanh thua  
lỗ năm 2021

Re.: Plan to recover from the negative business  
results in 2021

**Kính gửi: SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN TP. HỒ CHÍ MINH**  
**Respectfully to: HO CHI MINH CITY STOCK EXCHANGE STATE**

Cũng như tất cả các công ty khác trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh, Chương Dương trải qua năm 2021 với đầy thách thức do ảnh hưởng của dịch Covid. Đại dịch bùng phát vào tháng 4/2021 và kéo dài đến tháng 9/2021 với mức độ nghiêm trọng còn hơn năm 2020. Đại dịch có tốc độ lây lan và tỷ lệ tử vong cao, chính quyền phải áp dụng lệnh phong tỏa, chuỗi sản xuất - cung ứng bị đứt gãy, gây ảnh hưởng đến toàn bộ nền kinh tế Việt Nam. Theo báo cáo của Tổng Cục Thống kê Việt Nam, tăng trưởng GDP giảm năm thứ hai liên tiếp xuống còn 2,58% trong năm 2021 và tỷ lệ thất nghiệp tăng vọt lên 3,98%, cao nhất trong gần một thập kỷ qua. Báo cáo của Infocus Mekong Research cho thấy chỉ số niềm tin người tiêu dùng giảm sâu hơn năm 2020. Trong tình hình kinh tế ảm đạm, Chương Dương, giống như hầu hết các công ty khác trong ngành hàng tiêu dùng nhanh và nước giải khát không cồn, cũng bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch.

*Like all other FMCG companies, CDBECO faced another very challenging Covid stricken year in 2021. The Covid outbreak starting as early as Apr 2021 through to Sep 2021 was more severe than that 2020. Plagued with very high infection rates, deaths, lockdowns, and disruptions to supply chain and production, the entire economy of Vietnam suffered from the fall out. As reported by the General Statistics Office of Vietnam, GDP growth dropped for the second year in a row to 2.58% in 2021 and unemployment rate soared to 3.98%, the highest in nearly a decade. Infocus Mekong Research reported that consumer confidence dipped to levels lower than 2020. Amid the economic gloom, CDBECO like most of FMCG industry and Non-Alcoholic Beverage (NAB) industries also fell victim to the pandemic.*

Mặc dù có những trở ngại phát sinh từ chiến sự tại Ukraine và biện pháp phong tỏa chống dịch Covid tại Trung Quốc, năm 2022 là cơ hội tốt để Chương Dương phục hồi khi nền kinh tế của Việt Nam đang có những tiến triển tích cực.

*Despite the head winds of the war in Ukraine and the Covid lockdown in China, 2022 will be a good opportunity for CDBECO to bounce back as the Vietnam economy improves.*



Tiếp nối những tiến bộ đạt được trong Quý 3/2021, Chương Dương sẽ tiếp tục nỗ lực để đạt kết quả kinh doanh tốt hơn khi môi trường kinh doanh cải thiện trong năm 2022, thông qua:

*Following up on the improvements achieved over Quarter 3 2021, CDBECO will continue to strive for better performance as the business environment improves in 2022. This will be done by:*

**1. Tối ưu giá vốn hàng bán / Optimizing Cost of Goods (COGS):**

- Chương Dương sẽ tiếp tục phối hợp với công ty mẹ để tối ưu hơn nữa chi phí giá vốn đồng thời giảm thiểu khả năng bị tăng giá nguyên vật liệu & bao bì.
- Để giảm chi phí năng lượng, Chương Dương sẽ triển khai và hoàn thành dự án điện năng lượng mặt trời trong năm 2022.
- *CDBECO will continue to work with our parent company to further optimize COGS and mitigate the rising costs of packaging & raw materials.*
- *To reduce our electricity costs, CD will embark on and complete our solar energy project in 2022.*

**2. Tăng độ phủ địa lý trong năm 2022 / Better geographical coverage in 2022:**

- Để phục hồi sản lượng bị mất trong hai năm đại dịch Covid, Chương Dương sẽ khôi phục và tăng độ phủ bán hàng cũng như mạng lưới phân phối tại khu vực TP. HCM trở lại mức trước đại dịch.
- Để mở rộng phân phối và tăng sản lượng, Chương Dương sẽ tiếp tục phát triển kinh doanh tại các đô thị loại 2.
- *To regain loss sales volume over the 2 years of Covid pandemic, CDBECO will regain and grow sales coverage and distribution to pre-pandemic levels in Ho Chi Minh City.*
- *To enlarge distribution & sales volume growth, CDBECO will continue to develop sales in the major 2nd tier cities*

**3. Nâng cấp đội ngũ kinh doanh / Upgrading the sales team:**

- Chương Dương sẽ xây dựng lại đội ngũ quản lý kinh doanh.
- Chương Dương sẽ tiếp tục tuyển dụng, phát triển và / hoặc khôi phục đội ngũ kinh doanh. Công tác này bao gồm việc tuyển dụng số lượng nhân viên kinh doanh phù hợp để cải thiện độ bao phủ thị trường.
- Tiếp tục đào tạo nhân viên kinh doanh để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cả về kiến thức lẫn kỹ năng thực tế.
- *CDBECO will refresh the sales and commercial leadership.*
- *CDBECO will continue to recruit, develop and /or rejuvenate the sales team. This will include right sizing the sales team for improved market coverage.*
- *Continuous training of sales staff to improve professional skills both in class & in field will be implemented.*



**4. Hoàn thiện hệ thống phân phối / *Refinement & growth of the distribution system:***

- Tiếp tục hoàn thiện và phát triển hệ thống phân phối.
- Tăng cường đầu tư để tiếp cận các cấp độ khác nhau trong hệ thống phân phối, tức là các đại lý và điểm bán lẻ tại kênh Truyền thống.
- Tiếp tục phát triển kinh doanh tại Kênh MT và tăng cường sự hiện diện tại các đối tác MT phù hợp.
- Chương Dương sẽ dành thêm nỗ lực và nguồn lực để đem các nhãn hàng của mình đến gần hơn và dễ tiếp cận hơn đối với người tiêu dùng cuối.
- Tiếp tục khai thác các cơ hội kinh doanh trực tuyến khả thi.
- *Refinements and growth of the distribution system will continue.*
- *More investments will be made to reach out to different levels of the distribution value chain, i.e. dealers & retail outlets in the general trade.*
- *CDBECO will also continue to grow the Modern Trade (MT) business and develop greater presence at suitable MT partners*
- *Greater effort and resources will be committed to make CDBECO brands closer and more accessible to end consumers*
- *Continue to explore more feasible online sales opportunities.*

**5. Đem lại sức sống mới và phát triển các nhãn hàng / *Continue the revitalization and development of brands:***

Các nỗ lực phát triển thương hiệu sau đây sẽ được triển khai trong năm 2022 và tiếp tục duy trì trong năm 2023:

*The following brand development efforts will be implemented in 2022 and continued into 2023:*

- Tiếp tục nỗ lực tái kết nối với người tiêu dùng qua hệ thống phân phối bán lẻ tốt hơn, tăng cường độ phủ hình ảnh và tương tác (trực tuyến và ngoại tuyến) để thúc đẩy người tiêu dùng duy trì sử dụng sản phẩm.
- Triển khai bán kết hợp sản phẩm.
- Triển khai lịch trình marketing toàn diện.
- Phát triển và ra mắt dòng sản phẩm nước giải khát tốt cho sức khỏe.
- Triển khai các kế hoạch phát triển kinh doanh để giúp Chương Dương vững bước trong năm 2022 và những năm sau nữa.
- *Continue efforts to re-connecting with consumers through better retail distribution, visibility and engagement (on and off line) to drive renewed consumption.*
- *Follow through with the implement a portfolio approach.*
- *Implement a comprehensive marketing calendar.*
- *Develop and launch a healthier range of beverages.*
- *Set in motion business development plans to take CDBECO beyond 2022.*

Chúng tôi tin rằng những biện pháp này sẽ giúp Chương Dương phục hồi và kinh doanh có lãi trở lại.

*We are quietly confident that these measures will help CDBECO to recover and return back to profitability.*

Trân trọng.

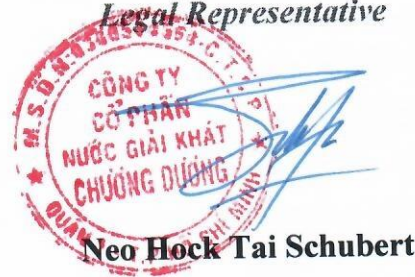
*Respectfully yours,*

**NGƯỜI ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT**

*Legal Representative*

**Nơi nhận / Recipients:**

- Như trên / *As above;*
- Lưu VT / *Company Archive.*



**Neo Hock Tai Schubert**