



20+ năm

NÂNG TẦM CHUẨN SỐNG VIỆT



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN

2023

MỤC LỤC



CHƯƠNG 1

GIỚI THIỆU TẬP ĐOÀN NAGAKAWA

Thông điệp Tổng Giám đốc	04
Thông tin chung	08
Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi	09
Các dấu mốc phát triển	10
Danh hiệu, Giải thưởng	12
Ngành nghề kinh doanh	14
Địa bàn kinh doanh	21
Mô hình quản trị và bộ máy quản lý	22

CHƯƠNG 2

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2023

Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh	33
Tình hình đầu tư, tình hình thực hiện các dự án	35
Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu	37
Định hướng phát triển	40
Báo cáo phát triển bền vững	48



CHƯƠNG 3

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Báo cáo quản trị doanh nghiệp	56
Báo cáo của Ban Giám đốc	60
Báo cáo kết quả hoạt động của hội đồng quản trị năm 2023	64
Quản trị rủi ro	72
Các hoạt động đầu tư cộng đồng và phát triển cộng đồng	74

CHƯƠNG 4

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Tình hình tài chính	82
Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu	82
Bảng cân đối kế toán hợp nhất	84
Bảng kết quả kinh doanh	88
Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất	89



BÀ NGUYỄN THỊ HUYỀN THƯƠNG

Kính thưa Quý Cổ đông, khách hàng, đối tác và toàn thể cán bộ nhân viên;

Năm 2023, nền kinh tế thế giới, trong đó có Việt Nam, tiếp tục chịu nhiều ảnh hưởng do xung đột địa chính trị và đứt gãy chuỗi cung ứng; tăng trưởng GDP, thương mại và đầu tư sụt giảm; kinh tế toàn cầu tăng trưởng chậm, lạm phát neo ở mức cao; nhiều nền kinh tế lớn duy trì chính sách tiền tệ thắt chặt, lãi suất cao; cầu tiêu dùng yếu, nợ xấu tăng; các thị trường tài chính, tiền tệ đặc biệt là thị trường bất động sản tiềm ẩn nhiều rủi ro; thời tiết cực đoan, thiên tai và biến đổi khí hậu gây hậu quả nghiêm trọng...

Đối mặt và vượt qua rất nhiều khó khăn bất định, Nagakawa đã bước qua 2023 với tâm thế không chùn bước, sẵn sàng thích nghi và tận dụng mọi nguồn lực, lợi thế cạnh tranh để hoàn thành 102% kế hoạch kinh doanh đặt ra. Với bản lĩnh, trí tuệ, kinh nghiệm và sự tận tâm của hàng nghìn CBNV Nagakawa, một lần nữa Tập đoàn Nagakawa lọt Top 50 doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam, tăng 54 hạng trong Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam, tiếp tục vươn tầm,

THÔNGIỆP TỔNG GIÁM ĐỐC

"Tiếp nối truyền thống hơn 20 năm đáng tự hào, năm 2024, tập thể cán bộ công nhân viên Nagakawa tiếp tục không ngừng sáng tạo và đổi mới trong việc cung cấp các dịch vụ và sản phẩm tiện nghi bằng sự thấu hiểu mọi nỗi lo, quan tâm mọi nhu cầu và chịu trách nhiệm đến cùng vì chất lượng cuộc sống của gia đình Việt".



Doanh thu:
2.140,625 Tỷ VNĐ
↑ 12 % so với cùng kỳ



Lợi nhuận sau thuế
25,150 Tỷ VNĐ
↑ 7 % so với cùng kỳ

gia tăng vị thế và năng lực công nghệ, năng lực cạnh tranh trong mọi lĩnh vực kinh doanh của Tập đoàn.

2023 – Tận tâm bền gắn kết

Kim chỉ nam cho mọi hoạt động của Tập đoàn Nagakawa là 4 giá trị cốt lõi: Tận tâm, Sáng Tạo, Thân thiện và Tin cậy. Chọn chủ đề xuyên suốt 2023 là "Tận tâm Bền gắn kết", Nagakawa hiểu rằng càng khó khăn và càng nhiều thử thách thì sự tận tâm của mỗi cá nhân với công ty, với công việc của mình, chính là nhân tố quan trọng để gắn kết một tập thể bền vững, cùng nhau hoàn thành mục tiêu tăng trưởng cao hơn so với con số đã cam kết với quý cổ đông.

Kiên tâm với chiến lược "Lấy khách hàng làm trung tâm", năm 2023 Nagakawa tiếp tục tạo ra sự khác biệt cả về sản phẩm lẫn dịch vụ và thương hiệu,

không ngừng sáng tạo và đổi mới trong việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ tiện nghi, an toàn với sức khỏe bằng sự thấu hiểu mọi nỗi lo, quan tâm mọi nhu cầu và trách nhiệm đến cùng vì chất lượng cuộc sống của gia đình Việt. Với kinh nghiệm hơn 20 năm chuyên gia trong ngành Điện Lạnh, Nagakawa tiếp tục khẳng định uy tín trên thị trường điều hòa dân dụng và gây tiếng vang trong thị trường điều hòa trung tâm công suất lớn với việc liên tục đứng top sản phẩm điều hòa thương mại bán chạy nhất trong mùa cao điểm Quý 2/2023. Vượt qua những thương hiệu quốc tế với lịch sử lâu đời, Nagakawa liên tục trúng thầu cung cấp hệ thống điều hòa trung tâm cho các công trình trọng điểm quốc gia.

2024 – Sáng tạo đổi mới để phát triển trường tồn

Với tinh thần lạc quan và nhiệt huyết cháy bỏng, Nagakawa đang bước sang năm 2024 bằng quyết tâm sáng tạo và đổi mới. Tiếp tục đặt những mục tiêu lớn với khát vọng nâng tầm chuẩn sống Việt, Nagakawa nỗ lực chuyển mình để thích nghi nhanh với các nhu cầu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng, không chỉ cung cấp sản phẩm dịch vụ chất lượng, mà còn mang đến một hành trình trải nghiệm tuyệt vời cho người tiêu dùng Việt.

Nagakawa ưu tiên tăng trưởng thị phần bằng chiến lược mở rộng kênh phân phối và củng cố sức mạnh thương hiệu trong việc chú trọng các hoạt động Marketing dưới tuyến, đảm bảo hình ảnh tại các điểm bán và việc hỗ trợ đào tạo tới từng thợ lắp đặt, bảo hành. Hơn 10.000 điểm bán và 600 trạm bảo hành ủy quyền toàn quốc sẽ luôn là cánh tay nối dài đắc lực, đưa hàng triệu sản phẩm Nagakawa tới người tiêu dùng. Trong năm 2024, Nagakawa sẽ tiên phong ứng dụng các giải pháp AI Marketing vào nghiên cứu dữ liệu, thấu hiểu khách hàng, từ đó đưa ra những chính sách kinh doanh và nội dung truyền thông thu hút khách hàng tiềm năng, tối ưu trải nghiệm khách hàng và góp phần tích cực trong quá trình

chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành khách hàng trung thành, yêu quý thương hiệu Nagakawa.

Với bề dày kinh nghiệm và sự thấu hiểu sâu sắc thị trường, kiến trúc, điều kiện địa lý, khí hậu, thói quen và văn hóa vùng miền của người tiêu dùng, trong dài hạn Nagakawa tiếp tục nỗ lực nghiên cứu đầu tư, ứng dụng công nghệ hiện đại để đưa ra những bộ sản phẩm chất lượng và thẩm mỹ vượt trội, trang bị nhiều công nghệ tiên tiến, tiện nghi trong từng tính năng và tối đa giá trị, lợi ích khách hàng được nhận. Tự tin tiếp nối dấu ấn ấn tượng trong năm 2023, Nagakawa sẽ cho ra mắt những bộ sản phẩm mới 2024 cạnh tranh bền bỉ về chất lượng, sang trọng về kiểu dáng và nâng tầm thương hiệu Nagakawa với những sản phẩm thuộc phân khúc hàng trung và cao cấp. Mặc dù kinh tế toàn cầu và Việt Nam còn nhiều ẩn số, nhưng với định hướng chiến lược rõ ràng và linh hoạt, Hội đồng quản trị tin tưởng Nagakawa sẽ bền ý chí, nỗ lực sáng tạo và đổi mới để hoàn thành xuất sắc kế hoạch đề ra cho 2024, đưa Nagakawa ngày càng phát triển vững mạnh và mang lại hiệu quả cao nhất cho đồng vốn đầu tư của các cổ đông.

Thay mặt Hội đồng Quản trị và Ban điều hành, tôi xin gửi lời tri ân sâu sắc tới các Quý cổ đông, các nhà đầu tư, đối tác, khách hàng và CBNV đã, đang và sẽ tiếp tục song hành cùng Nagakawa chinh phục những đỉnh cao mới.

Kính chúc quý vị sức khỏe, thành công và hạnh phúc!

NGUYỄN THỊ HUYỀN THƯƠNG
TỔNG GIÁM ĐỐC



CHƯƠNG 01



GIỚI THIỆU TẬP ĐOÀN NAGAKAWA

Thông tin chung

Tâm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi

Các dấu mốc phát triển

Danh hiệu, Giải thưởng

Địa bàn kinh doanh

Ngành nghề kinh doanh

Mô hình quản trị và bộ máy quản lý

Hội đồng Quản trị

Ban Điều hành

Thông tin chung

Tên Công ty	: CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA
Tên Tiếng Anh	: NAGAKAWA GROUP JOINT STOCK COMPANY
Mã cổ phiếu	: NAG
Vốn điều lệ	: 316.465.410.000 đồng
Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp	: 2500217389
Địa chỉ	: Khu 9, Phường Phúc Thắng, Thành phố Phúc Yên, Tỉnh Vĩnh Phúc
Điện thoại	: 0211 3873 568
Fax	: 0211 3548 020
Website	: www.nagakawa.com.vn

Tầm nhìn

Nagakawa mong muốn trở thành người bạn đồng hành đáng tin cậy nhất, kiến tạo cuộc sống tiện nghi cho mỗi gia đình Việt.

Sứ mệnh

Tập đoàn Nagakawa luôn không ngừng sáng tạo và đổi mới trong việc cung cấp các dịch vụ và sản phẩm tiện nghi bằng sự thấu hiểu mọi nỗi lo, quan tâm mọi nhu cầu, trách nhiệm đến cùng vì chất lượng cuộc sống của gia đình Việt.

Chiến lược “Customer Centric”

Lựa chọn theo đuổi chiến lược Customer Centric - “lấy khách hàng làm trung tâm”, Nagakawa mong muốn không chỉ cung cấp sản phẩm dịch vụ chất lượng, mà còn mang đến một hành trình trải nghiệm tuyệt vời cho từng khách hàng.

Giá trị cốt lõi



TẬN TÂM

Mỗi sản phẩm đều xuất phát từ cái “tâm” của những con người Nagakawa. Sản phẩm chỉ thực sự nhận được sự hài lòng từ bản thân Nagakawa thì khi đó mới được đưa ra thị trường phục vụ khách hàng.



THÂN THIỆN

Nagakawa cung cấp những sản phẩm thân thiện và phục vụ đại đa số gia đình Việt. Thân thiện còn là tinh thần của người Nagakawa, là gần gũi, hiểu khách, là thiện chí sẻ chia, hợp tác với cổ đông, đối tác và khách hàng.



SÁNG TẠO

Sáng tạo là động lực của sự phát triển và tạo ra dấu ấn riêng của Nagakawa. Nagakawa không ngừng cải tiến, đổi mới công nghệ nhằm đem đến những sản phẩm hoàn hảo, chất lượng cao với mức giá tốt nhất.



TIN CẬY

“Tin cậy” là nền tảng xuyên suốt quá trình hình thành và phát triển của Nagakawa. Lời nói luôn đi đôi với hành động; luôn nỗ lực để đảm bảo đúng các cam kết với cán bộ nhân viên, cổ đông, đối tác và người tiêu dùng.

CÁC DẤU MỐC PHÁT TRIỂN

2002

Công ty Liên doanh Nagakawa Việt Nam thành lập năm 2002 tại tỉnh Vĩnh Phúc.

2007

Công ty Liên doanh Nagakawa Việt Nam chính thức chuyển đổi hình thức sở hữu thành Công ty Cổ phần theo Quyết định số 853/QĐ-UBND ngày 21/03/2007 UBND tỉnh Vĩnh Phúc; hoạt động theo mô hình Công ty Cổ phần theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 1903000273 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc cấp ngày 21/03/2007.

2009

Ngày 22/09/2009 Công ty Cổ phần Nagakawa Việt Nam chính thức niêm yết 10 triệu cổ phiếu trên Sở Giao dịch chứng khoán Hà Nội. Đây là mốc son quan trọng đánh dấu một bước ngoặt lịch sử trong quá trình phát triển của Nagakawa Việt Nam.

2010

Ngày 25/09/2010, Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam nhận được quyết định số 651/QĐ-SGDHN của Sở giao dịch Chứng khoán Hà Nội về việc chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 1.000.000 cổ phiếu phát hành trả cổ tức năm 2009 theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2010/NQ-ĐHĐCĐ.

2012

Ngày 16/02/2012, Sở GDCK Hà Nội đã có quyết định số 70/QĐ-SGDHN chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 2.500.000 cổ phiếu phát hành theo Giấy chứng nhận chào bán cổ phiếu ra công chúng số 762/UBCK-GCN. Ngày 31/8/2012 Sở GDCK Hà Nội đã có quyết định số 436/QĐ-SGDHN chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 14.849.578 cổ phiếu.

2017

Ngày 21/09/2017 kỷ niệm 15 năm thành lập Công ty, Nagakawa chính thức đầu tư vào ngành Gia dụng và chuyển đổi hình thức Công ty, trở thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa. Đây là bước thành công lớn, đánh dấu 15 năm hình thành và phát triển của Nagakawa

2019

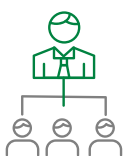
Năm 2019, Tập đoàn Nagakawa đã gia nhập “cuộc chơi 4.0” bằng việc bắt tay với những sàn thương mại điện tử lớn, đưa sản phẩm Nagakawa đến với đông đảo người tiêu dùng trên cả nước.

Đồng thời, chính thức ra mắt website bán hàng trực tuyến shop.nagakawa.com.vn, trở thành doanh nghiệp phát triển kênh thương mại điện tử đi đầu trong ngành Điện lạnh - Gia dụng - Thiết bị nhà bếp cao cấp.

2017 - 2019



2012



2002 - 2010



2020

Tập đoàn Nagakawa chính thức ra mắt bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp bao gồm 3 dòng sản phẩm chính: Bếp điện từ, máy hút mùi và máy rửa bát góp phần hoàn thiện hệ sinh thái nhà bếp của Nagakawa.

Năm 2020 Tập đoàn Nagakawa ra mắt Chiến lược thương hiệu mới "An tâm toàn diện" với mục tiêu "Lấy khách hàng làm trung tâm"

2021

Tập đoàn Nagakawa được WorldBank (Ngân hàng Thế giới) và Bộ Tài nguyên & Môi trường lựa chọn là nhà sản xuất tham gia dự án: "Loại trừ sử dụng công nghệ HCFC-22 và chuyển đổi sang công nghệ HFC-32 trong sản xuất điều hòa không khí tại Việt Nam".

2022

Ngày 23/08/2022 Sở GDCK Hà Nội đã có quyết định số 585/QĐ-SGDHN chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 13.965.400 cổ phiếu phát hành theo Giấy chứng nhận chào bán cổ phiếu ra công chúng số 148/GCN-UBCK ngày 30/05/2022.

Ngày 02/11/2022 Sở GDCK Hà Nội đã có quyết định số 774a/QĐ- SGDHN chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 998.517 cổ phiếu phát hành trả cổ tức năm 2021 theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG ngày 12/02/2022.

Ngày 01/12/2022 nhà máy Nagakawa thứ 2 tại Hưng Yên đã chính thức đi vào hoạt động.

2023

Ngày 06/11/2023, thành lập Công ty CP Công nghệ cao Nagakawa.

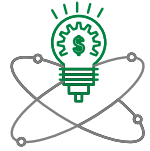
2020 - 2021



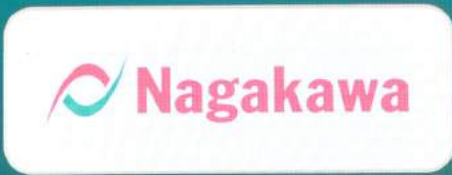
2022



2023



Danh hiệu, Giải thưởng



CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA



TOP 50

DOANH NGHIỆP TĂNG TRƯỞNG XUẤT SẮC NHẤT VIỆT NAM NĂM 2023

CHIẾN DỊCH MARKETING

VÌ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NĂM 2023

TOP 500

DOANH NGHIỆP TĂNG TRƯỞNG NHANH NHẤT VIỆT NAM 2023

TOP 100 SẢN PHẨM & DỊCH VỤ

TỐT NHẤT CHO GIA ĐÌNH VÀ TRẺ EM NĂM 2023

GIẢI THƯỞNG KHÁC

- Bằng khen Tập thể lao động xuất sắc năm 2023 của tỉnh Vĩnh Phúc
- Top 500 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam 2022
- Top 50 doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam năm 2022
- Top 10 Vietnam Awards năm 2022
- Bằng khen cho tập thể và cá nhân có thành tích xuất sắc trong phong trào thi đua Doanh nhân và sự phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Vĩnh Phúc nhiệm kỳ 2017 – 2022
- Bằng khen Doanh nghiệp tiêu biểu có đóng góp lớn cho Ngân sách Nhà nước của tỉnh Vĩnh Phúc và chấp hành chính sách pháp luật về thuế năm 2022
- Thương hiệu xanh trong CMCN 4.0
- Nhà máy thân thiện với môi trường
- Doanh nhân tiêu biểu vì sự nghiệp bảo vệ môi trường (Tổng giám đốc)
- Top 50 Doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam năm 2021
- Top 500 Doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam năm 2021
- Top 100 sản phẩm, dịch vụ tốt nhất cho gia đình, trẻ em năm 2021
- Top 100 thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2021
- Thương hiệu xanh trong Cách mạng Công nghiệp 4.0
- Doanh nhân tiêu biểu vì sự nghiệp bảo vệ môi trường
- Nhà máy xanh thân thiện môi trường
- Top 500 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2020
- Top 500 Doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam năm 2019
- Top 10 Thương hiệu vàng vì sức khỏe người Việt năm 2019
- Cup vàng Sản phẩm thương hiệu chất lượng cao và quyền sử dụng dấu hiệu 2018
- Top 10 Sản phẩm, thương hiệu chất lượng cao năm 2018
- Giải thưởng Thương hiệu gia đình tin dùng năm 2017
- Top 10 Thương hiệu tiêu biểu châu Á – Thái Bình Dương



Ngành nghề và địa bàn kinh doanh

**01**

NGÀNH HÀNG ĐIỆN LẠNH

- Điều hòa dân dụng
- Điều hòa thương mại công suất lớn

Hơn 20 năm phát triển, Tập đoàn Nagakawa không ngừng đổi mới và sáng tạo với mong muốn đưa đến tay người tiêu dùng Việt những sản phẩm hiện đại, tiện nghi, thân thiện với môi trường, đem lại những giải pháp về chất lượng không khí tối ưu nhất cho người sử dụng.

Liên tục cải tiến trong khâu nghiên cứu và phát triển sản phẩm, Nagakawa ứng dụng những công nghệ mới, tính năng mới, bắt kịp xu thế, đi trước đón đầu nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu ngày càng cao của người sử dụng. Tính năng lọc không khí với màng lọc 5 lớp diệt khuẩn tối ưu, công nghệ Inverter tiết kiệm điện chỉ từ 1kwh/ đêm... cùng hàng loạt các tính năng công nghệ khác được trang bị cho điều hòa không khí thế hệ mới của Nagakawa.

Với thông điệp "Vượt kỳ vọng, thỏa ước mong", Nagakawa mong muốn đưa đến cho người tiêu dùng những sản phẩm điều hòa không khí công nghệ cao, với giá cả hợp lý, góp phần nâng tầm cuộc sống của mỗi gia đình Việt.



● Nhà thầu cơ điện lạnh

Chuỗi sản phẩm điện lạnh của Nagakawa gồm đầy đủ các dòng điều hòa dân dụng đến điều hòa thương mại. Đối với điều hòa thương mại, Nagakawa cung cấp hệ thống điều hòa công nghệ cao VRF thế hệ mới, có thể kết nối với hệ thống BMS dành cho tòa nhà thông minh. Với dải công suất trải dài từ 1 HP - 144 HP, Nagakawa đáp ứng mọi không gian cũng như mọi nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Bằng sự khẳng định về chất lượng trong những năm qua, sản phẩm điều hòa không khí thương hiệu Nagakawa đang ngày càng chiếm được lòng tin của người tiêu dùng. Hệ thống điện lạnh của Nagakawa đã có mặt tại khắp mọi nơi, tại các công trình lớn trên khắp cả nước như Trung tâm chính trị - hành chính TP Hải Phòng, Khách sạn 5 sao Central Thanh Hóa, Khách sạn Mường Thanh Thanh Hóa, Khu vui chơi giải trí Tuần Châu Hà Nội, Ngân hàng NN & PTNT – CN Phúc Yên, Viện Hàn Lâm Khoa học và Công nghệ, Viện Thiết kế Tàu Quân Sự,...

Tâm An tại bếp



THIẾT BỊ NHÀ BẾP CAO CẤP

02

NGÀNH HÀNG THIẾT BỊ NHÀ BẾP CAO CẤP

Nhằm hoàn thiện hệ sinh thái của gia đình Việt, góp phần mang đến cho người tiêu dùng một không gian bếp tiện nghi - sang trọng - đẳng cấp, Tập đoàn Nagakawa đã cho ra mắt bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp với những tính năng ưu việt, sử dụng công nghệ tiên tiến nhất trong ngành bếp thế giới. Cùng với thông điệp "Tâm an tại bếp", Nagakawa mang đến cho người sử dụng các sản phẩm Bếp an toàn để người sử dụng an tâm tạo ra những món ăn ngon trong không gian bếp nhà mình.

Hướng tới mục tiêu trở thành vị trí số một trong ngành Thiết bị nhà bếp cao cấp tại Việt Nam, mỗi con người tại Nagakawa đang nỗ lực hết mình trong quá trình sản xuất, chú trọng trong từng khâu từ nghiên cứu đến phát triển kỹ thuật hay nguyên vật liệu... Sản phẩm tích hợp nhiều công nghệ hiện đại, trở thành những công cụ đắc lực trong căn bếp gia đình bạn. Vượt lên trên cả phạm vi của việc thưởng thức một món ăn hoàn chỉnh chính là cảm giác được làm chủ không gian, nơi tạo ra những món ăn cho người thân yêu.

- Bếp điện từ
- Máy hút mùi
- Máy rửa bát
- D-Combine



Chuỗi các sản phẩm trong bộ Thiết bị nhà bếp cao cấp bao gồm: Bếp điện từ thông minh, Máy hút mùi, Máy rửa bát và sản phẩm D-Combine tích hợp 6 in 1: bếp điện từ tích hợp, máy hút mùi, máy sấy, chậu rửa, máy xay rác, máy lọc nước,... Các thiết bị được sản xuất và thiết kế với các công nghệ tiên tiến nhất, đa dạng chủng loại mang đến cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn với chất lượng vượt trội. Bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp 2024 của Nagakawa sẽ trở thành người bạn đồng hành tin cậy nhất của gia đình, xóa đi mọi cản trở trong việc nấu nướng, đem lại cảm giác an nhiên thư thái cho người nội trợ mỗi khi vào bếp.

Không chỉ chú trọng ở khâu sản xuất chất lượng, đối với những sản phẩm có tần suất sử dụng cao và yêu cầu ổn định như sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp, Nagakawa cung cấp cho khách hàng dịch vụ bảo hành 5 sao lên đến 5 năm thông qua thẻ kích hoạt bảo hành điện tử giúp tiết kiệm thời gian và công sức cho khách hàng.

Gia dụng
**VÌ SỨC KHỎE
NGƯỜI VIỆT**



AN TOÀN - BỀN BỈ

03

NGÀNH HÀNG GIA DỤNG

Với định hướng nâng tầm thương hiệu ngành gia dụng lên phân khúc trung cao cấp, ngành hàng gia dụng của Nagakawa sẽ tập trung phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm tuân theo tiêu chí đảm bảo an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng. Lấy trọng tâm là sự hài lòng của khách hàng, Tập đoàn Nagakawa triển khai hàng loạt các hoạt động hướng tới người tiêu dùng, hoàn thiện hệ thống dịch vụ và hỗ trợ tối đa tới khách hàng.

Cùng sự phát triển của khoa học công nghệ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao từ phía người tiêu dùng, các sản phẩm gia dụng của Nagakawa có nhiều ưu điểm vượt trội như: mẫu mã đẹp, sang trọng, làm bằng chất liệu cao cấp, an toàn cho sức khỏe người sử dụng...

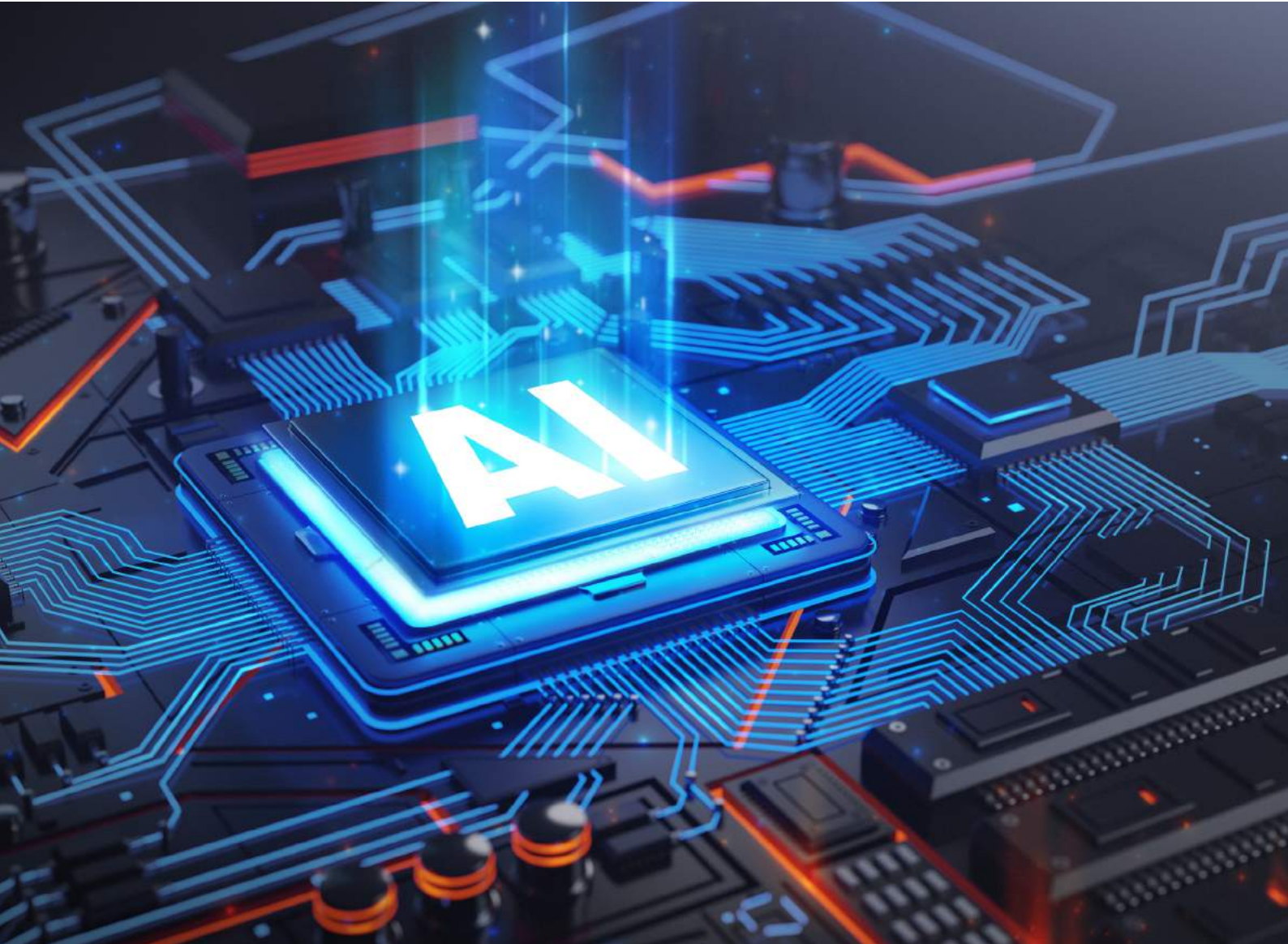
- Gia dụng điện
- Gia dụng không điện



04

NGÀNH HÀNG MAY MẶC

Công ty cổ phần may KLV – 1 đơn vị thành viên của Tập đoàn Nagakawa với gần 1000 cán bộ công nhân viên. KLV Việt Nam là nhà máy may đạt tiêu chuẩn quốc tế, đáp ứng những tiêu chuẩn khắt khe nhất của các thị trường khó tính hàng đầu thế giới như: Mỹ, Châu Âu, Nhật, Canada... Gần 10 năm hoạt động, KLV Việt Nam là đối tác chiến lược của những thương hiệu lớn như: PUMA, EB, Newtime, DKNY, Routine. Năm 2023 KLV tiếp tục mở rộng thêm dây chuyền sản xuất đồng thời cải tiến quy trình sản xuất để tăng năng suất, chất lượng sản phẩm.



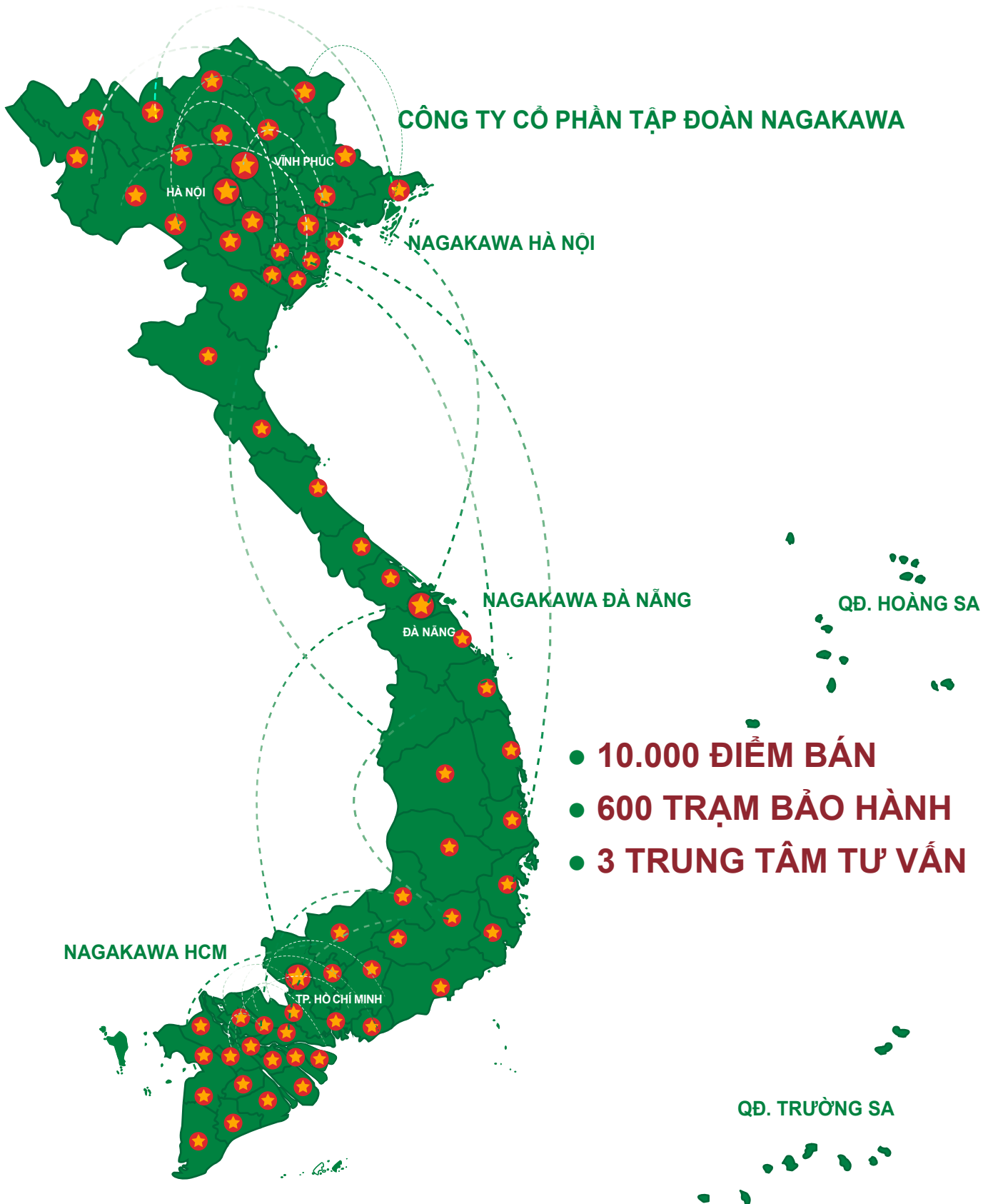
05

NGÀNH DỊCH VỤ VÀ CÔNG NGHỆ

Luôn hướng tới các phần mềm và công nghệ đảm bảo cho sản xuất Xanh, tích cực chủ động tham gia và đóng góp trong hai cuộc cách mạng trên thế giới gồm cách mạng Xanh và cách mạng Số, Nagakawa cũng là thành viên lãnh đạo một số Liên minh các công ty công nghệ lớn của Việt Nam với các đội ngũ cộng sự để hình thành nên chuỗi cung ứng Công nghệ, có thể đáp ứng yêu cầu gia công công nghệ ICT trên toàn thế giới gồm:

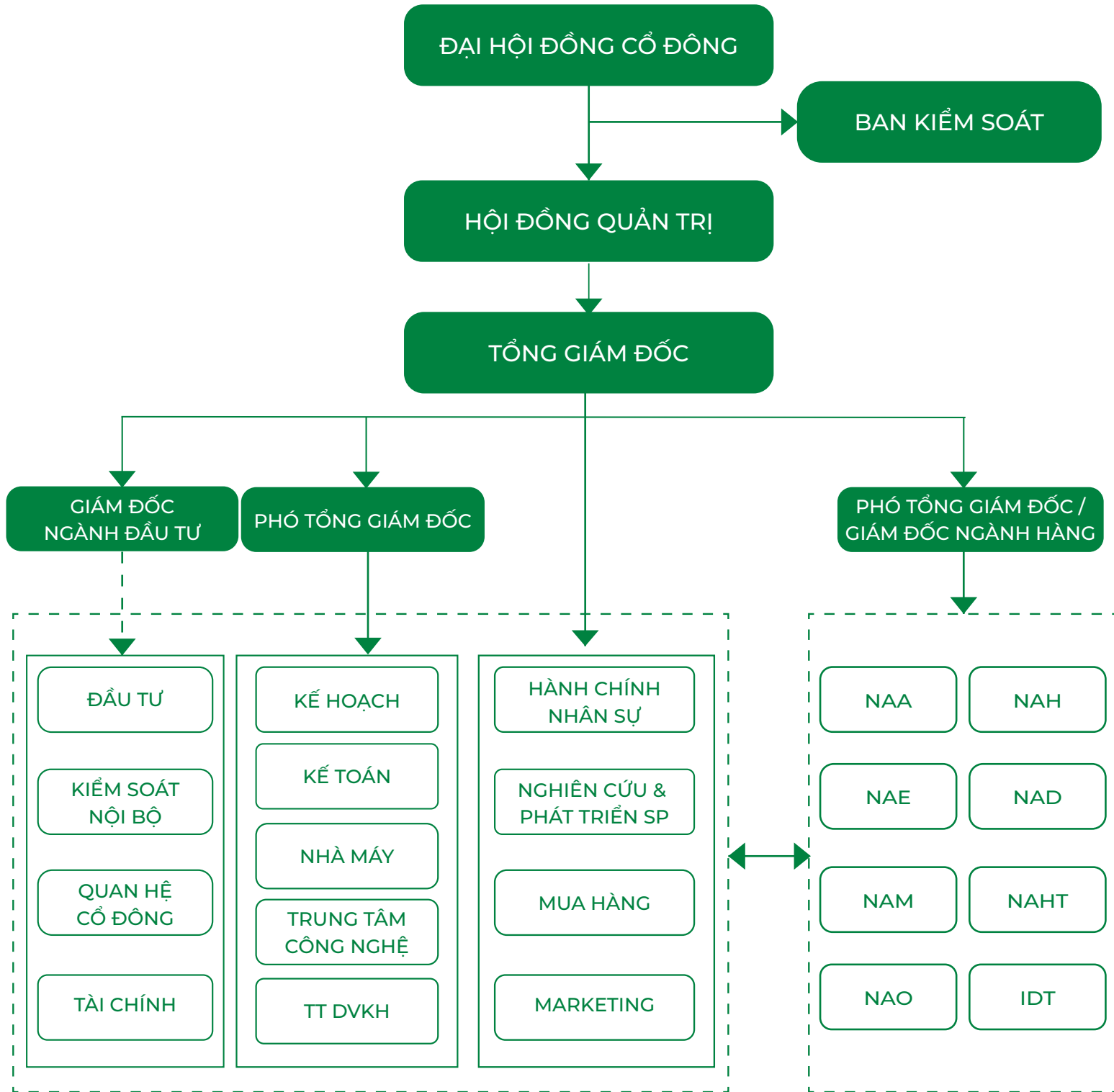
- + Gia công phần mềm.
- + Gia công phần mềm nhúng.
- + Gia công sản xuất bo mạch điện tử PCB.
- + Gia công công nghệ trong viễn thông.

Địa bàn kinh doanh

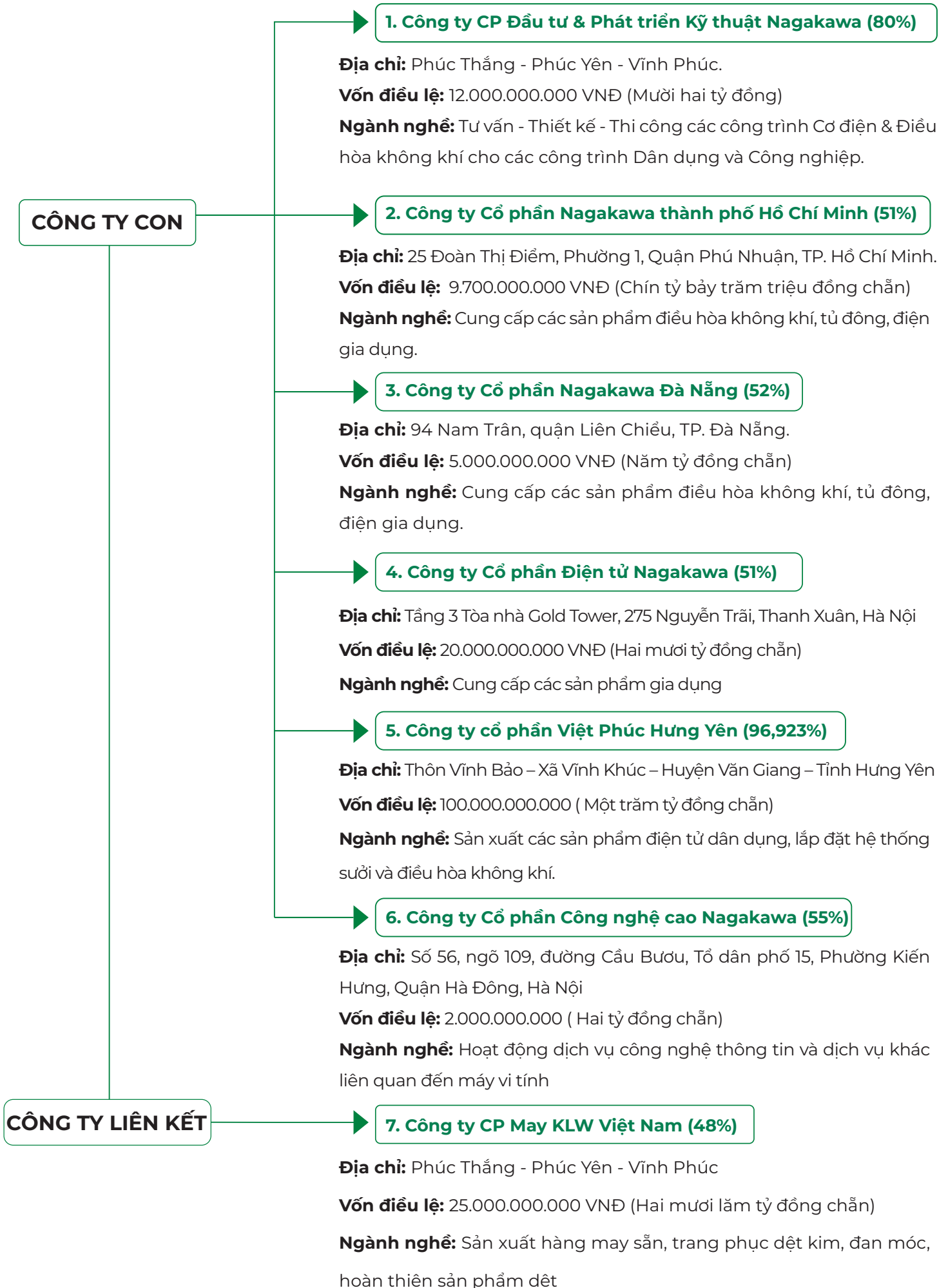


Mô hình quản trị và bộ máy quản lý

Tập đoàn hoạt động theo mô hình được quy định tại mục a, khoản 1, điều 137 của Luật Doanh nghiệp bao gồm Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị, Ban Kiểm soát và Tổng Giám đốc. Tính đến 31/12/2023, mô hình hoạt động của Tập đoàn gồm 6 công ty con và 1 công ty liên kết.



Chú thích:
 —————> Quản lý về quản trị
 - - - - -> Quản lý về nghiệp vụ chuyên môn
 <-----> Tác nghiệp



Hội đồng quản trị



Ông Nguyễn Ngọc Quý

CHỦ TỊCH HĐQT

Ngày sinh: 22/02/1978

Nơi sinh: Lương Tài – Bắc Ninh.

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Địa chỉ thường trú: Tân Mai – Hoàng Mai – Hà Nội.

Trình độ chuyên môn: Thạc sỹ

Quá trình công tác:

Từ 2013 đến 2019: Công ty CP Đầu tư và Phát triển kỹ thuật Nagakawa.

Từ 2019 đến 2020: Công ty CP Tập đoàn Nagakawa TP Hồ Chí Minh

Từ 2021 đến nay: Công ty CP Việt Phúc Hưng Yên

Từ 2022 đến nay: Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Nagakawa.

Số cổ phần nắm giữ: 25.289 cổ phần



Bà Nguyễn Thị Huyền Thương

**PHÓ CHỦ TỊCH HĐQT
KIỂM TỔNG GIÁM ĐỐC**

Ngày sinh: 13/10/1983

Nơi sinh: Lương Tài - Bắc Ninh.

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Địa chỉ thường trú: Nam Đồng - Đống Đa - Hà Nội.

Trình độ chuyên môn: Thạc sỹ quản trị kinh doanh

Quá trình công tác:

Từ 2004 - 2006: Trưởng phòng HCNS Tập đoàn Nagakawa

Từ 2006 - 2008: Phó phòng Xuất nhập khẩu - Tập đoàn Nagakawa

Từ 2008 - 2010: Trưởng phòng Xuất nhập khẩu - Tập đoàn Nagakawa.

Từ 2010 - 2017: Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Nagakawa

Từ 2017 - 2020: Phó CT HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn Nagakawa.

Từ 2020 - nay: Phó CT HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 1.409.790 cổ phần

Hội đồng quản trị



Ông Phạm Anh Tuấn
THÀNH VIÊN HĐQT



Ông Đoàn Đức Hòa
THÀNH VIÊN HĐQT



Bà Trương Đào Hải Hà
THÀNH VIÊN HĐQT

Ngày sinh: 27/05/1977

Nơi sinh: Thái Bình.

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Địa chỉ thường trú:

Giáp Bát – Hoàng Mai – Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Cử nhân

Quá trình công tác:

Từ 2012 -2013: Công ty CP Tập đoàn Nagakawa

Từ 2013 - nay: Công ty CP May KLV Việt Nam

Từ 2022 – nay: Thành viên HĐQT Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần đại diện nắm giữ: 0 cổ phần

Ngày sinh: 09/11/1978

Nơi sinh: Bắc Ninh

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Địa chỉ thường trú:

Mộ Lao – Hà Đông – Hà Nội.

Trình độ chuyên môn: Thạc sỹ

Quá trình công tác:

Từ 2004 – 2014: Công ty CP Đầu tư và Xây dựng 4

Từ 2014 – 2019: Công ty CP xây dựng An Thịnh Tiến

Từ 2019 – nay: Tập đoàn Alphanam

Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT – Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần.

Ngày sinh: 12/10/1981

Nơi sinh: Thái Nguyên

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Địa chỉ thường trú:

Hoàng Văn Thụ - Hoàng Mai - Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Thạc sỹ

Quá trình công tác:

Từ 2013 - 2015: Kế toán - CTCP Nagakawa Việt Nam

2015 - nay: Kế toán trưởng CTCP May KLV Việt Nam

Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần.

Ban điều hành

THÀNH VIÊN BAN ĐIỀU HÀNH



Ngày sinh: 13/10/1983

Quốc tịch: Việt Nam

Nơi sinh: Lương Tài – Bắc Ninh.

Dân tộc: Kinh

Trình độ chuyên môn: Thạc sỹ quản trị kinh doanh

Quá trình công tác:

+ Từ 2004 – 2006: Trưởng phòng HCNS Tập đoàn Nagakawa

+ Từ 2006 – 2008: Phó phòng Xuất nhập khẩu – Tập đoàn Nagakawa

+ Từ 2008 – 2010: Trưởng phòng Xuất nhập khẩu – Tập đoàn Nagakawa

+ Từ 2010 - 2017: Thành viên HĐQT kiêm Phó TGD TD Nagakawa

+ Từ 2017 – 2020: Phó CT HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc TD Nagakawa

+ Từ 2020 – nay: Phó CT HĐQT kiêm Tổng Giám đốc TD Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 1.409.790 cổ phần.

Bà Nguyễn Thị Huyền Thương

Phó CT HĐQT kiêm Tổng giám đốc



Ngày sinh: 01/06/1979

Quốc tịch: Việt Nam

Nơi sinh: Hoài Đức – Hà Nội

Dân tộc: Kinh

Địa chỉ thường trú: KĐT Xa La – Hà Đông – Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Cử nhân

Quá trình công tác:

+ Từ 2006 - 2007: Kế toán trưởng – Tập đoàn Nagakawa

+ Từ 2008 – 2010: Kế toán trưởng - Tập đoàn Nagakawa Chi nhánh Hà Nội

+ Từ 2010 – 2021: Kế toán trưởng – Tập đoàn Nagakawa

+ Từ 2021 – Tháng 10/2023: Phó Tổng giám đốc kiêm Kế toán trưởng – Tập đoàn Nagakawa

+ Từ Tháng 10/2023 – nay: Phó Tổng giám đốc – Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 39.523 cổ phần

Bà Huy Thị Dung

Phó Tổng giám đốc

Ban điều hành

THÀNH VIÊN BAN ĐIỀU HÀNH



Ông Trần Bá Đạt

Phó Tổng giám đốc kiêm Giám đốc ngành hàng Gia dụng & Thiết bị nhà bếp cao cấp

Ngày sinh: 30/12/1985

Nơi sinh: Đống Đa – Hà Nội.

Địa chỉ thường trú: Nhân Chính – Thanh Xuân – Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Cử nhân

Quá trình công tác:

+Từ 2015 - 2017: Giám đốc kinh doanh tiếp thị toàn quốc - Miniso

+Từ 2017 - 2018: Giám đốc kinh doanh miền Bắc kiêm Giám đốc dự án – Bibomart

+Từ 2018 - 2020: Giám đốc điều hành - CoSalon

+Từ 2020 - 2021: Giám đốc kinh doanh miền Bắc & miền Trung – Tập đoàn vàng bạc đá quý Doji

+Từ 2021 – nay: Giám đốc ngành hàng thiết bị nhà bếp cao cấp – Tập đoàn Nagakawa

+Từ 2022 – nay: Phó Tổng giám đốc kiêm Giám đốc ngành hàng Gia dụng & Thiết bị nhà bếp cao cấp – Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh



Bà Nguyễn Thị Bích Thủy

Phó Tổng giám đốc kiêm Giám đốc ngành hàng Điện lạnh

Ngày sinh: 29/12/1980

Nơi sinh: Quảng Trạch – Quảng Bình

Địa chỉ thường trú: Phương Mai – Đống Đa – Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Cử nhân

Quá trình công tác:

+ Từ 2008 – 2010: Phụ trách PR Marketing – Công ty CP Ô tô Trường Hải

+ Từ 2010 – 2013: Trưởng phòng Marketing - Pamas Clinic

+ Từ 2013 – 2015: Giám đốc kinh doanh Marketing – Tập đoàn Bảo Sơn.

+ Từ 2015 – 2022: Giám đốc điều hành – Tập đoàn KAROFI.

+ Từ 2022 – nay: Phó Tổng giám đốc kiêm Giám đốc ngành hàng điện lạnh – Tập đoàn Nagakawa

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Ban kiểm soát

THÀNH VIÊN BAN KIỂM SOÁT



Bà Nguyễn Thị Thu Thảo
Trưởng ban kiểm soát

Ngày sinh: 10/08/1977

Nơi sinh: Hà Nội

Địa chỉ thường trú: Hai Bà Trưng – Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Cử nhân

Quá trình công tác:

Từ 2001 - 2003: Kế toán trưởng Công ty TNHH Media

Từ 2003 - 2006: Trưởng phòng sản xuất - Tập đoàn Nagakawa

Từ 2007 – 2013: Giám đốc nhà máy – Tập đoàn Nagakawa

Từ 2014 - nay: Phó Giám đốc CT CP May KLV Việt Nam

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh



Bà Vũ Hải Yến
TV Ban kiểm soát

Ngày sinh: 13/11/1983

Nơi sinh: Bắc Ninh

Địa chỉ thường trú: Võ Cường – TP Bắc Ninh

Trình độ chuyên môn: Cử nhân

Quá trình công tác:

Từ 2005 - 2006: Kế toán tại công ty TNHH TM Tùng Chi

Từ 2006 - 2013: Kế toán giá thành tại CTCP Nagakawa Việt Nam

Từ 2015 đến nay: Kế toán tổng hợp tại công ty TNHH MTV Taxi Hà Nội
Bắc Ninh

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần.

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Ban kiểm soát

THÀNH VIÊN BAN KIỂM SOÁT



Bà Phạm Thị Huệ Anh
TV Ban kiểm soát

Ngày sinh: 24/05/1980

Nơi sinh: Hà Nội

Địa chỉ thường trú: Thanh Trì – Hà Nội

Trình độ chuyên môn: Thạc sỹ

Quá trình công tác:

Từ 2002 - 2005: Công ty CP COMA 18

Từ 2006 - 2011: Công ty CP Nagakawa Việt Nam

Từ 2007 – nay: Công ty CP Đầu tư thương mại và Phát triển công nghệ FSI

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần.

Quốc tịch : Việt Nam

Dân tộc : Kinh

Hoạt động của Ban kiểm soát

Trong năm, Ban kiểm soát đã triển khai thực hiện:

Tham gia đầy đủ các cuộc họp của HĐQT, kịp thời nắm bắt tình hình hoạt động của Công ty và đóng góp ý kiến về một số vấn đề liên quan đến tình hình hoạt động, sản xuất kinh doanh của Công ty.

Giám sát hoạt động của HĐQT và Ban Tổng giám đốc trong việc thực hiện Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông.

Ban kiểm soát đã xem xét sổ sách kế toán và các tài liệu liên quan đến hoạt động tài chính của Công ty định kỳ và đột xuất khi có yêu cầu.

HĐQT, Ban Tổng giám đốc đã tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật trong công tác quản lý, điều hành và thực hiện tốt nhiệm vụ được giao.



CHƯƠNG **02**



MÀNG LỌC
NAFIN 5+
Thế hệ mới

BỀN



**KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG
KINH DOANH NĂM 2023
& ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN
GIAI ĐOẠN 2022 - 2026**

Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh
Tình hình đầu tư và thực hiện các dự án
Định hướng phát triển giai đoạn 2022 - 2026
Báo cáo phát triển bền vững

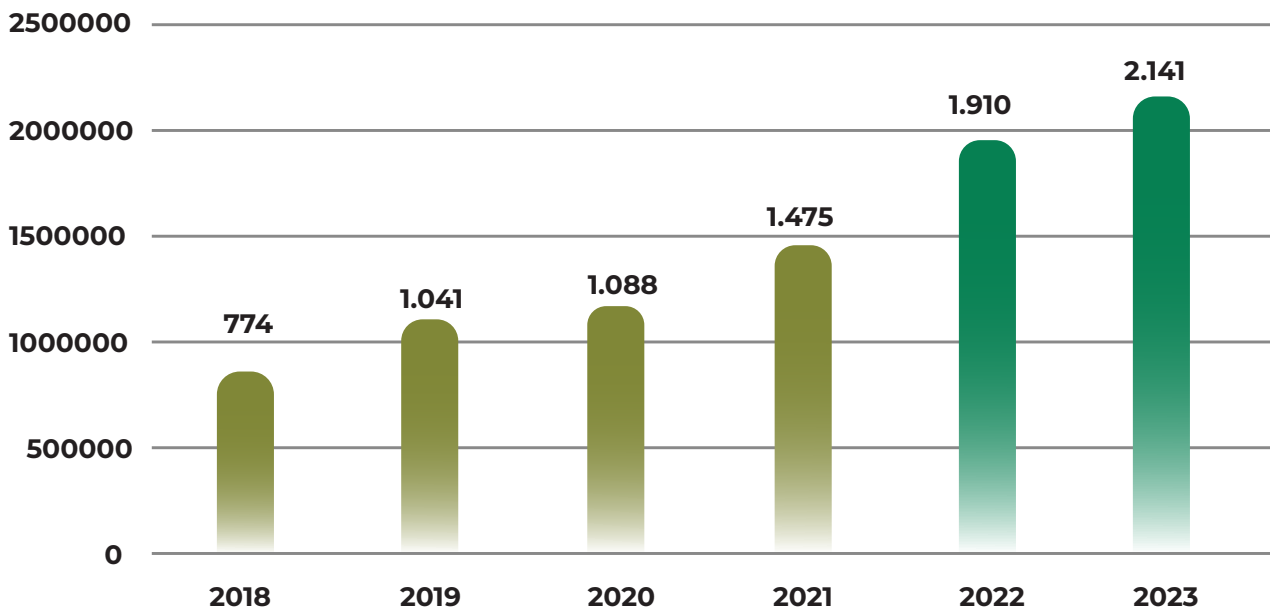
Tình hình hoạt động trong năm

STT	Chỉ tiêu	Kế hoạch	Thực hiện	Tỷ lệ hoàn thành/ kế hoạch
1	Doanh thu:	2,100,000,000,000	2,140,625,746,499	102%
2	Lợi nhuận sau thuế	35,000,000,000	25,150,148,589	72%

Năm 2023, Tập đoàn Nagakawa đạt 2.140 tỷ đồng doanh thu bán hàng, đạt 102% so với kế hoạch đặt ra. Đây là kết quả vượt bậc từ sự nỗ lực không ngừng của Ban lãnh đạo Công ty và tập thể CBCNV. Mặt hàng chủ lực điều hòa không khí tiếp tục được đầu tư phát triển sản phẩm, nhiều model mới được ra đời. Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu trong các năm gần đây như sau :

DOANH THU

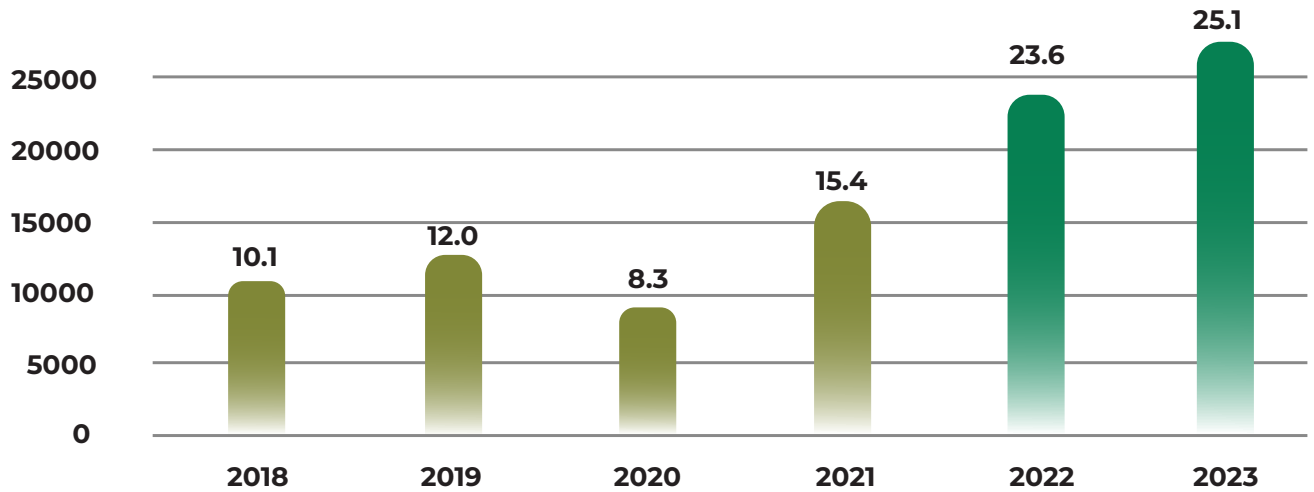
(Đơn vị: tỷ đồng)



Lợi nhuận sau thuế hoàn thành 72% so với kế hoạch. Nhờ mở rộng thêm ngành hàng cũng như mở rộng hệ thống điểm bán, doanh thu và lợi nhuận năm 2023 cao hơn năm 2022.

LỢI NHUẬN SAU THUẾ

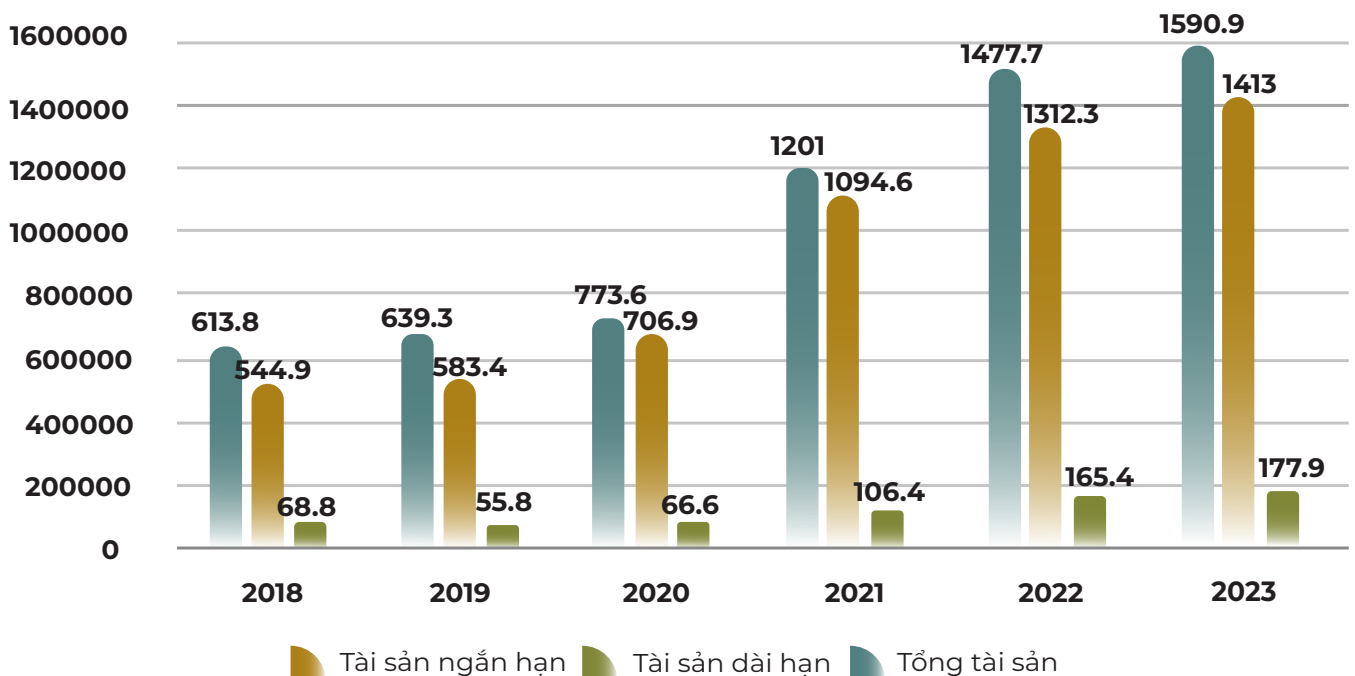
(Đơn vị: tỷ đồng)



Quy mô tài sản năm 2023 tiếp tục tăng, trong đó, tăng tập trung tại tài sản dài hạn do công ty đầu tư xây dựng nhà máy để tăng năng suất và hiệu quả hoạt động. Sự tăng trưởng trên cho thấy Tập đoàn đang trong quá trình tập trung tài sản cho công tác bán hàng nhanh thu hồi ngay vốn. Với phương châm quản lý vốn an toàn, tập trung bán và thu hồi công nợ có tính thanh khoản tốt, hầu hết các khách hàng đều có kỳ thu tiền nằm trong quy định. Chi tiết các khoản mục tài sản ngắn hạn và dài hạn tăng trưởng qua các năm như sau:

TỔNG TÀI SẢN

(Đơn vị: tỷ đồng)



Tình hình đầu tư, tình hình thực hiện các dự án

Công ty CP Đầu tư & Phát triển Kỹ thuật Nagakawa (IDT): Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng/ giảm
Tổng giá trị tài sản	60.212.301.051	46.969.961.623	28%
Doanh thu thuần	224.200.440.591	456.506.836.331	-51%
Lợi nhuận từ HĐKD	1.633.688.416	3.647.126.608	-55%
Lợi nhuận khác	(1.628.443)	(64.576.185)	97%
Lợi nhuận trước thuế	1.632.059.973	3.582.550.423	-54%
Lợi nhuận sau thuế	1.305.315.090	2.866.040.338	-54%

Công ty Cổ phần Nagakawa Đà Nẵng (NAD): Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng/ giảm
Tổng giá trị tài sản	30.624.847.060	29.563.351.673	4%
Doanh thu thuần	93.315.242.513	63.889.571.736	46%
Lợi nhuận từ HĐKD	174.842.848	(1.996.321.676)	109%
Lợi nhuận khác	(158.335.561)	(3.924.600)	-3934%
Lợi nhuận trước thuế	16.507.287	(2.000.246.276)	101%
Lợi nhuận sau thuế	16.507.287	(2.043.129.449)	101%

Công ty Cổ phần Nagakawa thành phố Hồ Chí Minh Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng/ giảm
Tổng giá trị tài sản	83.218.188.029	66.298.373.605	26%
Doanh thu thuần	302.249.406.443	200.306.553.422	51%
Lợi nhuận từ HĐKD	503.615.644	37.151.936	1256%
Lợi nhuận khác	(174.825.593)	9.086.182	-2024%
Lợi nhuận trước thuế	328.790.051	46.238.118	611%
Lợi nhuận sau thuế	316.175.623	46.238.118	584%

Công ty Cổ phần Điện tử Nagakawa

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng/ giảm
Tổng giá trị tài sản	118.463.987.550	111.755.928.937	6%
Doanh thu thuần	116.255.878.672	134.799.566.263	-14%
Lợi nhuận từ HĐKD	1.304.026.217	4.436.559.344	-71%
Lợi nhuận khác	(540.713.466)	50.874.244	-1163%
Lợi nhuận trước thuế	763.312.751	4.487.433.588	-83%
Lợi nhuận sau thuế	334.531.528	3.804.402.112	-91%

Công ty Cổ phần Việt Phúc Hưng Yên

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng/ giảm
Tổng giá trị tài sản	138.253.716.417	123.214.321.168	12%
Doanh thu thuần	251.958.725.313		
Lợi nhuận từ HĐKD	3.696.907.079	(1.794.913.425)	306%
Lợi nhuận khác	(107.886.636)	(7.632)	-1413509%
Lợi nhuận trước thuế	3.589.020.443	(1.794.921.057)	300%
Lợi nhuận sau thuế	3.589.020.443	(1.794.921.057)	300%

Công ty Cổ phần May KLV Việt Nam

Đơn vị tính: VNĐ

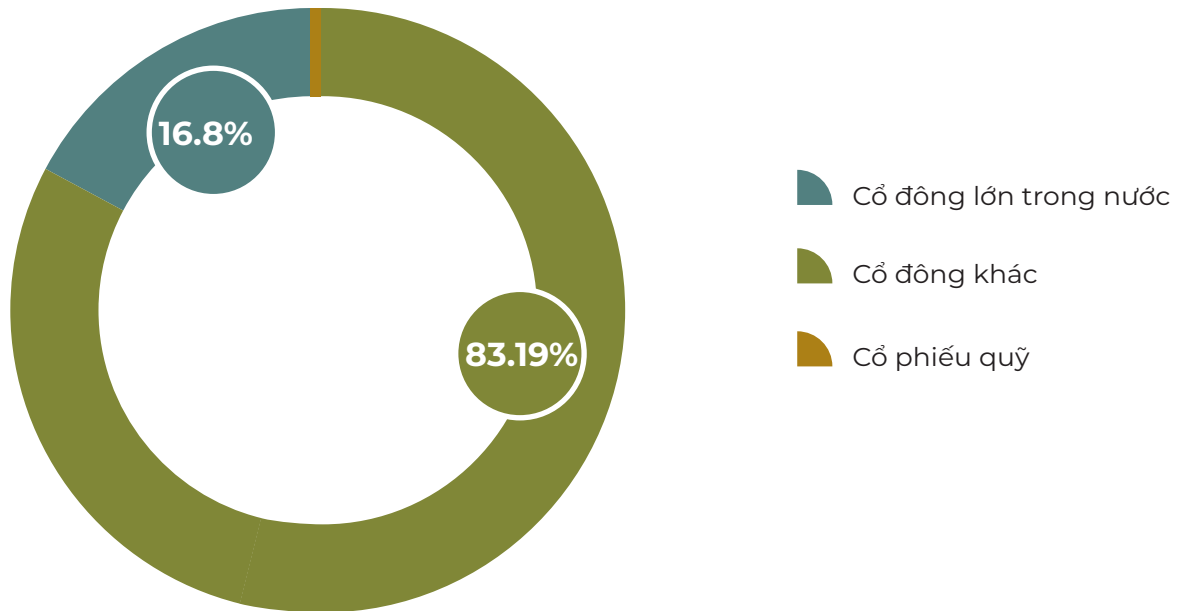
Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng/ giảm
Tổng giá trị tài sản	55.097.253.389	70.944.111.315	-22%
Doanh thu thuần	120.393.926.032	122.598.863.171	-2%
Lợi nhuận từ HĐKD	708.795.884	943.008.176	-25%
Lợi nhuận khác	(272.424.463)	255.660.681	-207%
Lợi nhuận trước thuế	436.371.421	1.198.668.857	-64%
Lợi nhuận sau thuế	436.371.421	1.198.668.857	-64%

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

Tổng số cổ phần

: 31.646.541 cổ phần.

● Cơ cấu cổ đông



● Tình hình thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu:

- Ngày 25/09/2010, Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam nhận được quyết định số 651/QĐ-SGDHN của Sở giao dịch Chứng khoán Hà Nội về việc chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 1.000.000 cổ phiếu phát hành trả cổ tức năm 2009 theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2010/NQ-ĐHĐCĐ
- Ngày 16/02/2012 Sở GDCK Hà Nội đã có quyết định số 70/QĐ-SGDHN chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 2.500.000 cổ phiếu phát hành theo Giấy chứng nhận chào bán cổ phiếu ra công chúng số 762/UBCK-GCN.
- Ngày 31/8/2012 Sở GDCK Hà Nội đã có quyết định số 436/QĐ-SGDHN chấp thuận cho CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 14.849.578 cổ phiếu.
- Trong năm 2019, Nagakawa đã phát hành thêm 1.039.058 cổ phiếu do Công ty thực hiện trả cổ tức bằng cổ phiếu cho cổ đông theo Nghị quyết của ĐHĐCĐ năm 2019.
- Trong năm 2021, Nagakawa đã phát hành thêm 793.988 cổ phiếu do Công ty thực hiện trả cổ tức bằng cổ phiếu cho cổ đông theo Nghị quyết của ĐHĐCĐ năm 2020.
- Trong năm 2022, CTCP Nagakawa Việt Nam được niêm yết bổ sung 13.965.400 cổ phiếu phát hành theo Giấy chứng nhận chào bán cổ phiếu ra công chúng số 148/GCN-UBCK ngày 30/05/2022
- Trong năm 2022, Nagakawa đã phát hành thêm 998.517 cổ phiếu do Công ty thực hiện trả cổ tức bằng cổ phiếu cho cổ đông theo Nghị quyết của ĐHĐCĐ năm 2022.
- Giao dịch cổ phiếu quỹ: 02 cổ phiếu

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

- Tăng cường sử dụng các nguồn năng lượng, tài nguyên có thể tái chế và các vật liệu tiết kiệm năng lượng.
- Áp dụng các tiêu chuẩn, quy trình quản trị tiên tiến trong hoạt động của Tập đoàn và hoạt động cung cấp dịch vụ cho khách hàng.
- Tuyên truyền nâng cao ý thức tiết kiệm năng lượng của CBNV, bảo vệ môi trường chống biến đổi khí hậu.
- Tuân thủ chặt chẽ các quy định của pháp luật về môi trường
- Sử dụng, kiểm soát tốt hơn việc tiêu thụ năng lượng, nước trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh; theo dõi việc tiêu thụ điện, nước, xăng dầu định kỳ hàng tháng
- Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường
- + 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
- Chính sách liên quan đến người lao động
- + Số lượng lao động, mức lương trung bình đối với người lao động



Nagakawa tiếp tục tập trung vào phát triển và nâng cao năng lực của đội ngũ tư vấn chiến lược, có hiểu biết sâu sắc về ngành nghề, mô hình kinh doanh cùng kiến thức công nghệ để có thể đem đến nhiều hơn nữa giá trị gia tăng cho khách hàng. Hơn nữa, Nagakawa xác định nguồn nhân lực là tài sản lớn nhất của bất kỳ một doanh nghiệp nào và đào tạo nhân viên thông qua các chương trình nâng cao năng lực để đóng góp vào sự phát triển của Công ty.

- Chính sách lao động nhằm đảm bảo sức khỏe, an toàn và phúc lợi của người lao động

+ Để đảm bảo quyền lợi cho người lao động làm việc trong doanh nghiệp, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa đăng ký mức lương tối thiểu với Sở Lao động - Thương binh và Xã hội là 4.730.000 đồng/tháng/người và Công ty tự xây dựng thang bảng lương áp dụng cho toàn thể CBCNV trong Công ty.



Định hướng phát triển

• Các mục tiêu chủ yếu của Công ty

Định hướng phát triển của Tập đoàn Nagakawa giai đoạn 2022 – 2026 là trở thành tập đoàn đa ngành vững mạnh luôn nằm trong top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam, với cam kết mang đến sự “An Tâm Toàn Diện” cho mọi người khi trải nghiệm những sản phẩm dịch vụ của Nagakawa. Bên cạnh đó là những định hướng phát triển cụ thể cho từng ngành hàng, lĩnh vực kinh doanh như:

TOP 5

Thương hiệu sản xuất và phân phối điều hòa không khí tại Việt Nam

Hơn 20 năm kiến tạo và phụng sự, Tập đoàn Nagakawa đã và đang trở thành thương hiệu uy tín, người bạn đồng hành đáng tin cậy, kiến tạo cuộc sống tiện nghi và nâng tầm chuẩn sống cho gia đình Việt.

Với khí hậu gió mùa nóng ẩm và dân số 100 triệu, hàng năm, nước ta tiêu thụ trên dưới 2 triệu máy điều hòa (theo Hội Khoa học kỹ thuật lạnh và điều hòa không khí Việt Nam). Theo báo cáo của Research&Market, Việt Nam là một trong những thị trường điều hòa lớn nhất châu Á, dự kiến sẽ đạt 2,9 tỷ USD vào năm 2025. Bên cạnh điều hòa dân dụng, sự phát triển của ngành công nghiệp kéo theo nhu cầu điều hòa cho các công trình văn phòng, trung tâm thương mại, bệnh viện, nhà xưởng, ... Tuy nhiên, sự khác biệt về công suất so với điều hòa dân dụng cũng phần nào phản ánh sự phức tạp trong sản xuất, lắp đặt và thiết kế các giải pháp tối ưu cho phân khúc điều hòa thương mại. Chính điều này đã đem lại lợi thế cho Nagakawa – thương hiệu Việt với hơn 20 năm kinh nghiệm chuyên sâu trong ngành điện lạnh. Lựa chọn điều hòa thương mại là thị trường ngách trọng điểm để giành thị phần, đây được cho là chiến lược vô cùng thông minh của Nagakawa.



Giải pháp

**Điều hòa không khí thông minh
cho mọi công trình**



Phát triển sản phẩm dựa trên chiến lược “Lấy khách hàng làm trung tâm” cùng với sự am hiểu sâu sắc kiến trúc, điều kiện địa lý, khí hậu Việt Nam, đặc biệt là thấu hiểu người dùng, Nagakawa đã liên tục đầu tư nghiên cứu, ứng dụng công nghệ hiện đại để phát triển những sản phẩm điều hòa thương mại bền bỉ vượt trội như vỏ dàn nóng với 7 lớp bảo vệ, giàn tản nhiệt Golden Fin chống ăn mòn ngay cả trong điều kiện khí hậu khắc nghiệt, các tính năng tự động bảo trì, bảo dưỡng, tự động chẩn đoán lỗi, ... Đặc biệt công nghệ inverter và các công nghệ tiết kiệm năng lượng được tích hợp giúp sản phẩm hoạt động bền bỉ, ổn định và tiết kiệm chi phí cho công trình. Với vai trò là đơn vị hàng đầu trong ngành điện lạnh, Tập đoàn Nagakawa được Tổ chức Ngân hàng Thế giới và Bộ Tài nguyên & Môi trường lựa chọn là nhà sản xuất tham gia dự án "Loại trừ sử dụng công nghệ HCFC-22 và chuyển đổi sang công nghệ HFC-32 trong sản xuất điều hòa không khí tại Việt Nam".

Kết thúc giai đoạn 1 của dự án vào tháng 10/2023, Nagakawa hoàn thiện công nghệ thay thế và chuyển đổi sử dụng từ HCFC-22 sang HFC-32 (chất không làm suy giảm tầng ô-dôn). Lượng HCFC-22 được loại trừ là 22.383 tấn. Tiếp tục tham gia dự án Kế hoạch quản lý loại trừ các chất suy giảm tầng ô-dôn (HCFC) của Việt Nam giai đoạn II (HPMP II) và thực hiện trên máy Điều hòa không khí biến tần, kế hoạch dự kiến là Quý 4/2024, Nagakawa tiến tới sẽ ngừng sản xuất và lắp ráp các sản phẩm điều hòa không khí gia dụng sử dụng Gas R22, mà chuyển hoàn toàn sang sử dụng Gas R32, thân thiện với môi trường.

THƯƠNG HIỆU DẪN ĐẦU

trong ngành Thiết bị Nhà bếp Cao cấp
tại thị trường Việt Nam

Trở thành Thương hiệu dẫn đầu trong ngành Thiết bị Nhà bếp Cao cấp tại thị trường Việt Nam. Tập đoàn Nagakawa mong muốn mang đến cho người tiêu dùng một không gian bếp: Tiện nghi - Sang trọng - Đẳng cấp, bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp Nagakawa được đánh giá là một sự lựa chọn lý tưởng góp phần hoàn thiện hệ sinh thái nhà bếp hiện đại. Các sản phẩm Nagakawa hướng tới các công nghệ mới, thiết kế tinh tế, đáp ứng nhu cầu nhỏ nhất của người nội trợ, biến không gian bếp trở thành nơi mang lại cảm giác thư thái, bình yên cho mỗi gia đình Việt.

Tháng 9/2023, Nagakawa đã ra mắt bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp 2024 với chủ đề “Tận tâm bền gắn kết”, lấy cảm hứng sáng tạo từ kim cương vĩnh cửu.

Điểm nhấn ấn tượng nhất trong bộ sưu tập Thiết bị nhà bếp cao cấp Nagakawa là dòng sản phẩm bếp điện từ. Được trang bị bộ vi xử lý kép IGBT cùng mâm từ cấu tạo từ hơn một trăm sợi đồng nguyên chất với kết cấu đặc biệt, giúp bếp điện từ Nagakawa duy trì hoạt động bền bỉ với hiệu suất cao, thích hợp ngay cả với những vùng có điện áp không ổn định. Bên cạnh đó, sản phẩm bếp điện từ Nagakawa được trang bị nhiều dòng sản phẩm với các mặt kính đến từ các thương hiệu nổi tiếng bậc nhất thế giới như Schott Ceran, Kanger và Eurokera an toàn với độ bền và khả năng chịu nhiệt lớn lên đến 700 độ C, vừa mang lại vẻ ngoài sang trọng, bền đẹp cho bếp, vừa đảm bảo an toàn trong quá trình nấu nướng.





Với công nghệ biến tần Inverter giúp tiết kiệm điện năng tiêu thụ, sản phẩm bếp điện từ Nagakawa có khả năng tự nhận diện chất liệu đáy nồi để đưa ra mức tần số dòng điện phù hợp, từ đó tối ưu và kiểm soát mức công suất định sẵn, duy trì mức nhiệt mong muốn mà vẫn đảm bảo độ bền của bếp. Kết hợp cùng chức năng booster, bếp điện từ Nagakawa giúp người nội trợ rút ngắn thời gian nấu, không cần lo nghĩ về việc tiêu tốn điện năng, thoải mái và an tâm mỗi khi vào bếp.

Bên cạnh dòng sản phẩm bếp điện từ cao cấp, hai sản phẩm còn lại trong hệ sinh thái nhà bếp của Nagakawa gồm máy hút mùi và máy rửa bát cũng tập trung đi sâu về "chất", phù hợp với nhu cầu và văn hóa của người tiêu dùng Việt.

Tiên phong trong công nghệ tích hợp D-combine, Nagakawa cho ra đời combo đa thiết bị chỉ trong 1m² với 2 concept 4in1 và 6in1 lần đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam bao gồm: bếp điện từ, máy hút mùi, máy sấy bát, nồi chiên, chậu rửa, máy rửa bát, máy xay rác, máy lọc nước, máy khử khuẩn thực phẩm. Ngoài ra, Nagakawa còn giới thiệu máy hút mùi thông minh điều khiển không cần chạm, máy rửa bát công nghệ sấy khí tươi NaFresh 360, nồi cơm điện cao tần với chức năng nấu cơm giảm tinh bột độc đáo.

Với thông điệp "Tâm An tại Bếp", bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp Nagakawa không những mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm chất lượng cao mà còn đem lại những trải nghiệm an tâm, thư thái trong người dùng trong không gian bếp.

NGÀNH HÀNG GIA DỤNG

Sản phẩm phân khúc trung cao
vì sức khỏe người tiêu dùng Việt

Thay đổi định vị ngành hàng Gia dụng từ phân khúc trung thấp sang phân khúc trung cao.

Ngành hàng gia dụng Nagakawa ghi dấu với sự chuyển mình bằng việc tối ưu công nghệ, nâng cao chất lượng, sáng tạo và đột phá trong thiết kế, giúp người dùng có nhiều trải nghiệm mới. Điển hình phải kể đến các công nghệ hiện đại nhất như: công nghệ SUS 304 hay còn gọi là inox cao cấp 304, công nghệ đa lớp toàn phần, công nghệ chống dính Whitford an toàn không chứa PFOA, APEO; công nghệ chịu lực và chịu nhiệt Bakelite, ...

Tháng 9/2023, Nagakawa cũng đồng thời cho ra mắt bộ sản phẩm gia dụng 2024 chứa đựng tâm huyết sáng tạo vì sức khỏe người Việt với các sản phẩm sử dụng những chất liệu cao cấp được FDA Hoa Kỳ chứng nhận an toàn với sức khỏe và môi trường. Nổi bật nhất là dòng máy khử khuẩn công nghệ Hydroxyl, lần đầu tiên được chứng nhận hiệu quả tại Viện Kiểm nghiệm an toàn vệ sinh thực phẩm quốc gia - Bộ Y Tế với khả năng khử khuẩn lên tới 99,99% và loại bỏ đến 76% tồn dư các chất gây hại.

Với giá trị cốt lõi của tập đoàn là “sáng tạo”, đón xuân 2024, Nagakawa đã tung ra thị trường bộ sản phẩm khoác bao bì đỏ “Lộc – Tết” sang trọng, trở thành nhà sản xuất hàng gia dụng đầu tiên tại thị trường Việt Nam có sản phẩm đặc biệt cho mùa Tết. Đây không chỉ là bước sáng tạo trong bao bì sản phẩm mà còn khẳng định vị thế tiên phong của Nagakawa trong ngành gia dụng khi tạo ra xu hướng tặng quà Tết thiết thực, độc đáo, có giá trị sử dụng lâu dài trong bối cảnh kinh tế thị trường vẫn còn chưa khởi sắc, người tiêu dùng vẫn tiếp tục đón Tết với xu hướng tiết kiệm và hiệu quả.





Các dòng sản phẩm này đã tạo được dấu ấn với người dùng và làm nên bản sắc riêng của gia dụng Nagakawa trong thời kì chuyển giao mới. Tập đoàn Nagakawa đã nhận được rất nhiều phản hồi tích cực từ cộng đồng. Bên cạnh đó, trong năm 2023, Nagakawa là đơn vị tiên phong thực hiện kiểm định an toàn cho các dòng sản phẩm gia dụng cao cấp thông qua hàng loạt bài kiểm tra đánh giá của Viện Dinh Dưỡng – Bộ Y Tế.

Nagakawa đang kiến tạo xu hướng mới cho dòng sản phẩm gia dụng và thiết bị nhà bếp cao cấp không chỉ đem đến sự thuận tiện, an toàn cho sức khỏe, độ bền cao mà còn giúp người nội trợ những phút giây “an toàn - an tâm - an nhàn” trong căn bếp tiện nghi, ấm cúng.

Nagakawa mang đến hệ sinh thái hoàn chỉnh, phục vụ mọi nhu cầu, kiến tạo cuộc sống tiện nghi cho mỗi gia đình. Với mục tiêu lấy khách hàng làm trung tâm, Nagakawa tự hào mang tới 1 triệu sản phẩm gia dụng cao cấp phụng sự người tiêu dùng, nâng cao tiêu chuẩn cuộc sống cho người Việt. Sự chuyển mình này không chỉ là bước tiến mới của gia dụng Nagakawa nói riêng mà còn là sự khẳng định vai trò và sứ mệnh nâng tầm chuẩn sống Việt nói chung của Tập đoàn.

Trong nhiều năm có mặt tại thị trường, sản phẩm gia dụng của Nagakawa đã có chỗ đứng vững chắc, được hàng triệu người tiêu dùng Việt yêu thích và lựa chọn.

 **Nagakawa**

KHỎE XANH

song hành
Hè đến

MÁT LẠNH



QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Tập đoàn tiếp tục đẩy mạnh triển khai các dự án chuyển đổi số nhằm đảm bảo hoạt động của Tập đoàn được thống nhất, thông suốt và minh bạch hướng đến mô hình công ty hoạt động theo thời gian thực. Đây cũng là một trong những yếu tố quan trọng giúp Nagakawa đảm bảo mục tiêu sức khỏe, an toàn và hiệu quả của CBNV. Chuyển đổi số đang trở thành chiến lược trọng điểm tại các doanh nghiệp, tổ chức trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Nâng cao chất lượng quản trị doanh nghiệp

Đặc biệt, trong bối cảnh đầy thách thức như hiện nay, làn sóng chuyển đổi số lại diễn ra mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Ảnh hưởng ấy làm thay đổi sâu sắc trật tự, cấu trúc kinh tế, phương thức quản trị và đời sống xã hội, buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải điều chỉnh theo hướng: Nâng cao nội lực, chú trọng phát triển thị trường trong nước, phát triển kinh tế số, xã hội số và thương mại điện tử. Không nằm ngoài xu thế ấy, Tập đoàn Nagakawa đã "chủ động thích ứng", tích cực tìm hướng đi mới, áp dụng chuyển đổi số trong công tác sản xuất, vận hành và tiếp cận khách hàng.

XUẤT KHẨU

Xuất khẩu sản phẩm Thương hiệu Nagakawa ra thị trường quốc tế và các khu vực lân cận. Mục tiêu đến năm 2026, Nagakawa sẽ hoàn thiện hóa bộ máy quản trị, quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm để làm tiền đề xuất khẩu sản phẩm hàng hóa mang Thương hiệu Nagakawa ra thị trường quốc tế; mang sản phẩm Nagakawa đi chinh phục thế giới.

Sản phẩm Thương hiệu Nagakawa ra thị trường Châu Á và các khu vực lân cận.

ĐẨY MẠNH MARKETING

Đẩy mạnh hoạt động truyền thông Marketing nhằm giới thiệu sản phẩm Nagakawa đến gần với người tiêu dùng cả nước, để Thương hiệu Nagakawa trở nên quen thuộc với mọi người tiêu dùng Việt Nam.

Xây dựng chiến lược phát triển Thương hiệu cho từng ngành hàng với định hướng rõ nét, nhất quán, lộ trình dài hạn từng bước chinh phục người tiêu dùng Việt một cách hiệu quả.

Để Thương hiệu Nagakawa trở nên quen thuộc với mọi người tiêu dùng Việt Nam.

Triển khai chiến dịch Marketing 360 độ - Marketing toàn diện để tối ưu hóa nhận diện thương hiệu, tăng cường nhận biết thương hiệu, mang Thương hiệu và sản phẩm Nagakawa đến gần hơn với mọi nhà, chinh phục mọi khách hàng Việt thông bằng chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Đó là con đường phát triển bền vững nhất.

CÙNG CỐ THỊ TRƯỜNG SẴN CÓ

Củng cố các thị trường sẵn có, tăng cường đầu tư thêm cho những thị trường yếu và phát triển những thị trường mới, kênh bán hàng mới.

Báo cáo phát triển bền vững

● Các mục tiêu phát triển bền vững

Hơn 20 năm tận tâm, sáng tạo chính là một trong những lý do để Nagakawa tăng trưởng vượt bậc, 4 năm liên tiếp lọt top 50 doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam, thăng 54 hạng trong Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt, Nagakawa kiên định với chiến lược Phát triển bền vững, đồng thời xác định luôn có sự linh hoạt thay đổi để phù hợp hơn, đúng đắn hơn và đem lại giá trị cao hơn để đạt được những mục tiêu lớn.

Dựa trên chính thế mạnh của mình, Nagakawa đã và đang song hành với Chính phủ, tỉnh thành, các tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng để vững bước vượt qua những thách thức, chia sẻ thành công và kiến tạo những giá trị thiết thực nhất hướng tới một cuộc sống phồn vinh, một quốc gia hưng thịnh.

● Phát triển Kinh tế

Để có thể phát triển bền vững, Tập đoàn Nagakawa luôn có những định hướng chiến lược để làm kim chỉ nam phát triển dài hạn và quản trị doanh nghiệp, ... trong đó có cả những kịch bản để thích nghi và vận hành công ty khi có những biến động lớn xảy ra, quản trị rủi ro bằng cách chuẩn bị trước kịch bản cho những rủi ro/biến động bất ngờ.

Trong quản trị kinh doanh, Nagakawa cũng xây dựng những nguồn lực dự trữ về tài chính và nguồn nhân lực để đảm bảo quỹ dự phòng hoạt động và cán bộ cho công ty. Bên cạnh đó, Nagakawa liên tục cập nhật tình hình thị trường, đánh giá đối thủ, đánh giá nhu cầu khách hàng, nghiên cứu và cho ra mắt những dòng sản phẩm thu hút khách hàng với giá cả hợp lý, xây dựng và linh hoạt triển khai các chương trình khuyến mãi, chương trình bán hàng khác nhau nhằm tiếp cận đúng với đối tượng khách hàng, đạt được mục tiêu đề ra.

● Mở rộng lĩnh vực kinh doanh:

Thương hiệu Nagakawa được biết đến như một chuyên gia trong ngành điện lạnh với sản phẩm chủ lực là máy điều hòa không khí. Năm 2017, Nagakawa chính thức đầu tư vào ngành hàng Gia dụng và tiếp tục năm 2020 cho ra đời ngành hàng Thiết bị nhà bếp cao cấp, song song với đó luôn phát triển lĩnh vực may mặc. Luôn tìm kiếm các cơ hội để mở rộng ngành nghề phù hợp với tiềm lực của mình, Nagakawa đã phát triển thêm các lĩnh vực kinh doanh mới như dịch công nghệ, đầu tư tài chính và bất động sản công nghiệp.



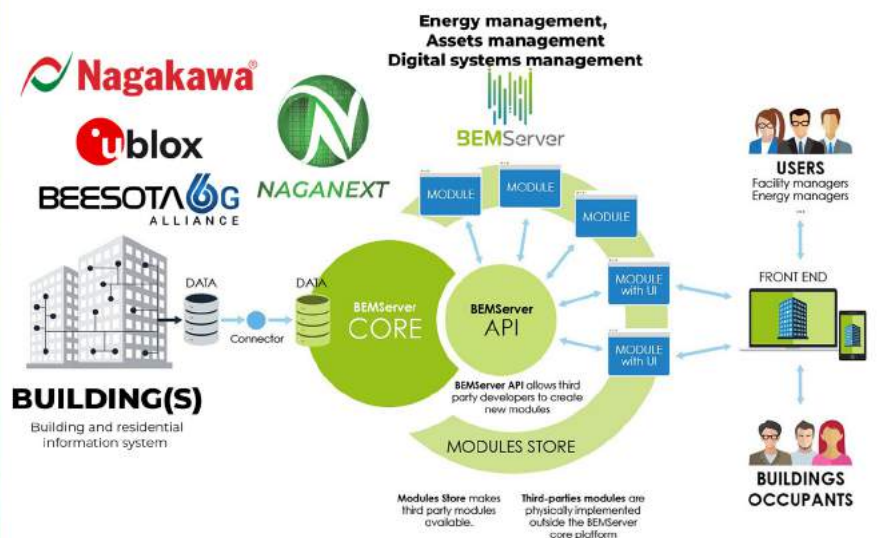
• Mở rộng phân khúc khách hàng:

Trước đây, với sứ mệnh phổ cập việc sử dụng điều hòa nhiệt độ tới hàng chục triệu gia đình và công trình Việt, ngành hàng điện lạnh Nagakawa lựa chọn phân khúc phổ thông. Khi ra mắt ngành hàng gia dụng, Nagakawa đã nghiên cứu và phát triển hàng trăm mã sản phẩm với chất lượng vượt trội và thành công trong việc mở rộng phân khúc trung - cao cấp. Ngành thiết bị nhà bếp cao cấp lại có sứ mệnh kiến tạo sự an tâm toàn diện cho mọi khách hàng bằng định vị rõ ràng về sản phẩm cao cấp với các chính sách và dịch vụ tốt nhất thị trường. Nagakawa sở hữu hàng chục ngàn sản phẩm với đa dạng phân khúc để phục vụ cho mọi đối tượng khách hàng.

• Đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ:

Không chỉ đầu tư vào công nghệ để tối ưu hoạt động quản trị, sản xuất kinh doanh và năng suất lao động của nội bộ doanh nghiệp, Nagakawa còn có Trung tâm công nghệ để chuyển đổi số toàn diện cho doanh nghiệp. Chiến lược công nghệ là một trong những chiến lược chức năng quan trọng giúp cho sự thành công của chiến lược “lấy khách hàng làm trung tâm” đã được xác định là bước đi dài hạn, đồng thời có vai trò quan trọng trong mục tiêu phát triển bền vững của Nagakawa. Việc chính thức thành lập Ngành hàng Dịch vụ và Công nghệ đã cho thấy sự đầu tư nghiêm túc của Nagakawa trong lĩnh vực này. Các dịch vụ ứng dụng các công nghệ thế hệ mới (AI, IoT, Data Analytics, 5G, Robotics, ...v.v) có 4 nhánh Dịch vụ trọng tâm: Thuê và cho thuê/ mua trang thiết bị NRS (Nagakawa Rental Service); Dịch vụ thuê ngoài ICT; Dịch vụ đào tạo ICT và Dịch vụ may đo các giải pháp công nghệ.

Với lợi thế chuyên sâu hơn 20 năm ngành điện lạnh, Nagakawa cho ra đời giải pháp Smart VRF/HVAC & BMS nhằm mang tới giải pháp tổng thể tiết kiệm tối đa điện năng tiêu thụ, đặc biệt là trong các tòa nhà cho dù là chung cư, văn phòng, nhà máy, kho... Hệ thống điều hòa trung tâm (VRF); Hệ thống sưởi, thông gió và điều hòa không khí (HVAC) của Nagakawa được kết nối số với hệ thống phần mềm Quản lý tòa nhà BMS (Building Management System) lên nền tảng Số, không chỉ giúp giảm thiểu điện năng để giảm chi phí OPEX cho doanh nghiệp mà còn giảm thiểu phát thải CO₂, mang lại khả năng tiếp cận các nguồn tài chính xanh cho doanh nghiệp và lợi ích thực sự cho môi trường trong bối cảnh tại Việt Nam điện than (nguồn điện phát thải nhiều CO₂) vẫn chiếm tới hơn 40% tổng công suất điện được sản xuất. Do vậy tiết kiệm điện năng tiêu thụ chính là giảm phát thải CO₂, góp phần vào mục tiêu phát triển bền vững của toàn xã hội.



● Hỗ trợ cộng đồng

Cùng với việc phát triển sản xuất, kinh doanh, Nagakawa luôn chú trọng đến công tác an sinh xã hội. Luôn tâm niệm việc sẻ chia, đóng góp những thành quả mình tạo ra đến với nhiều hoàn cảnh khó khăn như một sứ mệnh song hành cùng sự phát triển doanh nghiệp, đây cũng là hành động thiết thực nhằm phát huy truyền thống “lá lành đùm lá rách” của người Việt. Nagakawa cùng các nhà phân phối trên toàn quốc luôn đồng hành không chỉ trên mối quan hệ hợp tác kinh doanh mà cùng nhau tạo ra những giá trị tốt đẹp hơn cho xã hội.

Năm 2023, Nagakawa tham gia tổ chức và tài trợ hàng loạt các chương trình để chung tay cùng cộng đồng vì một cuộc sống tốt đẹp hơn. Nagakawa đã phối hợp cùng với Nhà xuất bản Giáo dục Hà Nội, Công ty Daisy và các Nhà Phân Phối lớn của mình tổ chức chương trình **“Ươm mầm xanh – trao hi vọng”** và **“Tri thức cho em”**. Trong đó, chương trình **“Tri thức cho em”** đã đem tới **45.000 cuốn sách**, trao tặng cho các trường học với mong muốn đóng góp sách tham khảo, hỗ trợ và truyền cảm hứng để các trường bồi đắp tri thức cho thế hệ mầm non tương lai của đất nước; Chương trình **“Ươm mầm xanh – trao hi vọng”** đã tặng **5.000 cây giống** làm cây sinh kế cho bà con đồng bào dân tộc tại Đắk Lắk và dành hàng trăm suất quà thiết thực cho bà con nghèo, học bổng cho các em học sinh giỏi có hoàn cảnh khó khăn.

Xuyên suốt quá trình hoạt động, Tập đoàn Nagakawa hiểu rằng sự thành công của một thương hiệu không chỉ là những thành tích kinh doanh được công nhận, những sản phẩm Bền vượt thời gian, vừa mang hình thức đẹp vừa có chất lượng tốt mà điều đáng trân trọng của mỗi doanh nghiệp chính là những giá trị đã mang lại cho xã hội. Với ý nghĩa cao nhất của các chương trình là tạo những hiệu ứng tích cực cho xã hội chứ không chỉ dừng lại ở những hoạt động cứu trợ trong tình huống khẩn cấp, Nagakawa thúc đẩy cả những hoạt động đóng góp phi vật chất ở công ty, hướng đến mục tiêu song hành vì sự phát triển cộng đồng, đóng góp vì một quốc gia hạnh phúc.



● **Bình đẳng giới**



Tỷ lệ lao động nữ

45,6%



Tỷ lệ nữ trong Ban lãnh đạo

49,5%

Phụ nữ chiếm gần một nửa dân số thế giới nhưng họ hiện chỉ đóng góp 37% GDP toàn cầu. Trao quyền cho phụ nữ tham gia bình đẳng vào nền kinh tế có thể giúp tăng trưởng GDP toàn cầu tới 28 nghìn tỷ USD vào năm 2025. Trên thế giới ước tính cho thấy phụ nữ sở hữu khoảng 33% tổng số doanh nghiệp. Nếu các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tăng trưởng theo tỷ lệ tăng trưởng như của nam giới, GDP toàn cầu sẽ tăng lên thêm khoảng 2 nghìn tỷ USD - tương đương 2% đến 3% GDP toàn cầu - và tạo ra từ 288 triệu đến 433 triệu việc làm mới.

Nagakawa đã tham gia vào mạng lưới các doanh nghiệp ký cam kết ủng hộ các nguyên tắc trao quyền cho phụ nữ (WEPs) - một sáng kiến toàn cầu nhằm trao quyền cho phụ nữ tại nơi làm việc, trên thị trường và trong cộng đồng. Đây là hoạt động do Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Cơ quan Liên hiệp quốc về bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ (UN Women), Phái đoàn Liên hiệp châu Âu (EU) tại Việt Nam phối hợp tổ chức. Hiện trên thế giới đã có trên 6.000 doanh nghiệp ký ủng hộ WEPs, và tại Việt Nam có hơn 120 doanh nghiệp tham gia.

● **7 Nguyên tắc Trao quyền cho Phụ nữ (WEPs) được áp dụng tại Nagakawa như sau:**

- | | |
|--|--|
| <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-bottom: 10px;">1</div> <p>Lãnh đạo cấp cao doanh nghiệp thúc đẩy bình đẳng giới.</p> | <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-bottom: 10px;">2</div> <p>Đối xử công bằng giữa nam và nữ trong công việc - tôn trọng quyền và không phân biệt đối xử.</p> |
| <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-bottom: 10px;">3</div> <p>Đảm bảo sức khỏe, an toàn và lợi ích của nữ và nam lao động.</p> | <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-bottom: 10px;">4</div> <p>Khuyến khích giáo dục, đào tạo và phát triển nghề nghiệp cho phụ nữ.</p> |
| <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-bottom: 10px;">5</div> <p>Thực hiện các hoạt động phát triển doanh nghiệp, chuỗi cung ứng và marketing hướng đến tăng quyền năng cho phụ nữ.</p> | <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-bottom: 10px;">6</div> <p>Thúc đẩy bình đẳng thông qua các sáng kiến và vận động cộng đồng.</p> |
| <div style="background-color: #008000; color: white; border-radius: 10px; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">7</div> <p>Đánh giá và báo cáo công khai về tiến bộ bình đẳng giới.</p> | |



Tại Nagakawa, không có sự phân biệt đối xử về giới tính, không có khiêu nại về bất bình đẳng hoặc phân biệt đối xử, đặc biệt không có lao động cưỡng bức hoặc lao động trẻ em. Mọi người đều được tiếp cận các cơ hội và nguồn lực giống nhau, cũng như nhận được thù lao như nhau cho những công việc tương đương, không phân biệt giới tính.

Nagakawa phát triển bình đẳng giới ở nơi làm việc thông qua các hình thức:



Cân bằng cơ cấu giới tính trong lực lượng lao động



Thay đổi các quan niệm cố hữu về tiêu chuẩn trong tuyển dụng và đánh giá



Đầu tư phát triển khả năng lãnh đạo cấp cao để thúc đẩy thay đổi văn hóa



Tạo điều kiện làm việc linh hoạt để cân bằng công việc và chăm sóc gia đình



Ưu tiên phát triển những phụ nữ có tiềm năng trong sự nghiệp và cho họ cơ hội làm việc ở những vị trí chủ chốt.



Lao động nam cũng có sự cân nhắc để hưởng các chế độ chăm sóc con cái và gia đình như phụ nữ để chia sẻ trách nhiệm gia đình.

Sức ảnh hưởng của phụ nữ đến các doanh nghiệp đang ở mức độ chưa từng thấy trong lịch sử nhân loại và đang trở thành một trong những lực lượng mạnh mẽ nhất có thể phá vỡ hay tạo nên thành công của một doanh nghiệp. Phát triển quyền năng kinh tế của phụ nữ và bình đẳng giới ở nơi làm việc sẽ giúp duy trì sự phát triển bền vững và tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Nagakawa® **VCCI** **VWEC** **Australian Government** **Department of Foreign Affairs and Trade** **UN WOMEN**

In support of **WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES**
Established by UN Women and the UN Global Compact Office

Chúng tôi ủng hộ
CÁC NGUYÊN TẮC TRAO QUYỀN CHO PHỤ NỮ
We support
THE WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Hà Nội, ngày 17/04/2024

Đơn vị đồng hành

BIDV

EN AID **WISE** **Nagakawa** **VINGROUP**

• Bảo vệ môi trường

Là doanh nghiệp có ý thức, có trách nhiệm với cộng đồng và môi trường, Tập đoàn Nagakawa luôn hướng tới mục tiêu giảm phát thải nhà kính, giảm dấu vết carbon trong chuỗi sản xuất công nghiệp, đưa các giải pháp tiết kiệm năng lượng tối đa vào các sản phẩm của Nagakawa. Đó cũng là cam kết của Nagakawa khi là thành viên tích cực của dự án loại trừ môi chất lạnh có ảnh hưởng tới tầng ô-dôn được tổ chức bởi WorldBank và Cục biến đổi khí hậu - Bộ Tài nguyên môi trường.

Trong lĩnh vực điện lạnh, điện tử, gia dụng, Tập đoàn Nagakawa là một trong những công ty tiên phong trong việc loại trừ sử dụng công nghệ HCFC-22 và chuyển đổi sang công nghệ HFC-32 trong sản xuất điều hòa không khí tại Việt Nam. Bên cạnh đó với tiêu chí thân thiện, các sản phẩm mang thương hiệu Nagakawa sử dụng nguyên vật liệu an toàn với con người và môi trường.

Trong bối cảnh mới, Nagakawa nuôi khát vọng trở thành doanh nghiệp xanh, nhà máy xanh, cung cấp sản phẩm phủ trọn những công trình xanh khắp mọi miền tổ quốc. Đặc biệt, Nagakawa mong muốn chung tay, đồng hành với Chính phủ trong việc đẩy mạnh việc tuyên truyền tới người dân về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường sống, tiết kiệm năng lượng, hạn chế hoặc ngưng sử dụng những sản phẩm có thể gây ra những tác động xấu đến môi trường.





CHƯƠNG 03



QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Báo cáo quản trị doanh nghiệp

Báo cáo của Ban Giám đốc

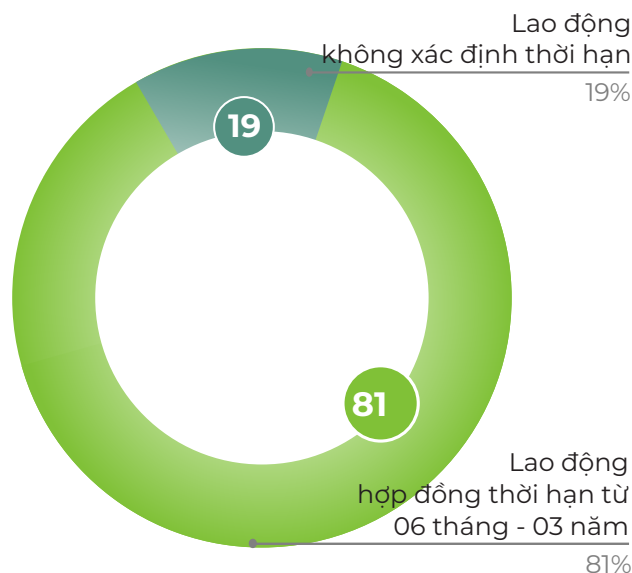
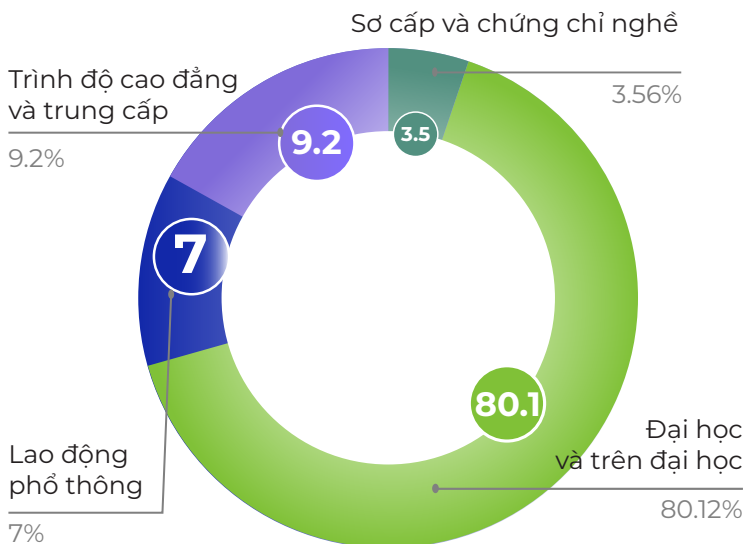
Báo cáo của Hội đồng Quản trị

Quản trị rủi ro

Báo cáo quản trị doanh nghiệp

SƠ ĐỒ CƠ CẤU TỔ CHỨC NHÂN SỰ

(Đơn vị: người)



PHÂN THEO TRÌNH ĐỘ LAO ĐỘNG

PHÂN THEO TÍNH CHẤT HỢP ĐỒNG LAO ĐỘNG

• Chính sách đào tạo

Nagakawa luôn chú trọng đầu tư cho lĩnh vực đào tạo và phát triển đội ngũ nhân sự như: chủ động triển khai những khóa học đào tạo đội ngũ nhân viên trong cập nhật và tiếp cận các tri thức mới; kỹ năng làm việc và giải quyết vấn đề; kỹ năng quản lý và lãnh đạo. Theo đó, trong năm 2023, Nagakawa đã tổ chức hơn 200 khóa học, cung cấp 3.512 lượt đào tạo về kiến thức, nghiệp vụ chuyên môn và kỹ năng bán hàng cho nhân viên với thời gian đào tạo trung bình là 30 giờ/nhân sự.



• Chính sách lương thưởng, phúc lợi

Chính sách lương thưởng và phúc lợi của Nagakawa được xây dựng căn cứ trên các tiêu chí: tương xứng với kết quả công việc, giá trị đóng góp; cạnh tranh theo thị trường, khuyến khích tăng kết quả và chất lượng công việc; công bằng và minh bạch, bao gồm:

Lương cơ bản (12 tháng);

Lương tháng thứ 13 được chi trả dịp tết Nguyên đán;

Các phụ cấp: điện thoại, ăn trưa, công tác phí, kiêm nhiệm, v.v...;

Phúc lợi xã hội: Bảo hiểm xã hội, Bảo hiểm y tế, thất nghiệp, khám sức khỏe định kỳ hàng năm;

Chính sách tuyển dụng: Tuân thủ chặt chẽ các yêu cầu và quy định của pháp luật về sử dụng lao động, thực hiện đúng các tiêu chuẩn về thời gian và điều kiện làm việc, v.v...

• Chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp

“Lấy con người làm trọng tâm” là sợi chỉ đỏ cho mọi chiến lược kinh doanh và chiến lược về nhân sự. Mọi ý tưởng và hoạt động đều khởi nguồn từ nhu cầu và mong muốn của con người, đặc biệt là những nhân viên đang miệt mài cống hiến cho công ty. Nagakawa lấy con người làm trung tâm, luôn nỗ lực tạo ra môi trường làm việc mang tới sự an tâm toàn diện, xây dựng một đại gia đình thấu hiểu và gắn kết.

Bốn giá trị cốt lõi của Nagakawa đó là: Tận tâm, Sáng tạo, Thân thiện, Tin cậy. Làm việc và ứng xử tuân theo 4 giá trị cốt lõi là cách mà chúng tôi duy trì niềm tin của đối tác, khách hàng trong suốt nhiều năm qua, tạo nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp và thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Nagakawa tin rằng việc thượng tôn pháp luật, tuân thủ các quy chuẩn đạo đức xã hội và các giá trị cốt lõi của tổ chức là nền tảng cho mọi quyết định đúng đắn của mỗi thành viên, không chỉ trong sản xuất, kinh doanh mà còn trong đời sống.



Từ khi thành lập vào năm 2002, những giá trị cốt lõi & triết lý kinh doanh của Nagakawa đã được xây dựng và duy trì bởi mỗi cán bộ công nhân viên. Bởi vậy, dù bạn đang giữ vai trò, vị trí nào trong công ty, những quyết định và hành động của bạn đều thể hiện danh tiếng của công ty và có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc xây dựng và phát triển bền vững của tổ chức.

Với mục đích tiếp tục gìn giữ, phát huy các giá trị & triết lý đó, Tập đoàn Nagakawa đã xây dựng Bộ Quy tắc Ứng xử cho công ty, đưa ra những nguyên tắc cơ bản chi phối cao nhất & yêu cầu mọi thành viên trong tổ chức tuân thủ cả nội dung và tinh thần trong mọi hoạt động. Trong thời gian tới, Bộ từ điển tiếp tục được sửa đổi, bổ sung và ban hành để xây dựng văn hóa doanh nghiệp thống nhất.





Trong nội bộ Tập đoàn, các chương trình, hoạt động nhằm giúp đỡ và gắn kết cán bộ nhân viên trong công ty như chính sách hỗ trợ các cán bộ nhân viên có hoàn cảnh khó khăn luôn được đề cao. Các sự kiện nội bộ luôn được ban lãnh đạo quan tâm để gắn kết và nâng cao tinh thần cán bộ nhân viên thông qua việc tổ chức những cuộc thi thể thao hoặc các chương trình sinh nhật, Trung Thu, Lễ tết... Các hoạt động nội bộ được thực hiện thường xuyên với mong muốn mỗi nhân viên đều cảm thấy Nagakawa không chỉ là nơi làm việc mà còn là gia đình thứ hai của mình.



Báo cáo và đánh giá của Ban Giám đốc

● Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD) năm 2023

Năm 2023 tiếp tục là năm thử thách cho tất cả các doanh nghiệp với những diễn biến nhanh, phức tạp, khó lường và thách thức hơn nhiều so với dự báo. Cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn; xung đột tại Ukraine gay gắt lại thêm xung đột tại Dải Gaza; kinh tế toàn cầu tăng trưởng chậm, lạm phát neo ở mức cao; nhiều nền kinh tế lớn duy trì chính sách tiền tệ thắt chặt, lãi suất cao; các thị trường tài chính, tiền tệ, vàng và đặc biệt là thị trường bất động sản tiềm ẩn nhiều rủi ro; hoạt động xuất, nhập khẩu bị thu hẹp; vận chuyển quốc tế khó khăn; thiên tai, biến đổi khí hậu, an ninh năng lượng, an ninh lương thực và an ninh công nghệ đều mất an toàn, gây hậu quả nghiêm trọng tới nền kinh tế chung khiến sức mua giảm mạnh dẫn tới sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong tất cả các lĩnh vực, ngành hàng...

Kinh tế Việt Nam năm 2023 chịu tác động của nhiều yếu tố bất lợi bên ngoài và những hạn chế, bất cập nội tại kéo dài nhiều năm đã bộc lộ rõ nhiều khó khăn; khả năng cạnh tranh, sức chống chịu còn nhiều hạn chế. Các động lực của nền kinh tế chưa phát huy được hiệu quả, đặc biệt trong giai đoạn nửa đầu năm, nhiều động lực tăng trưởng chính chậm lại. Khó khăn và bất định chồng chất khiến sức chống chịu của nhiều doanh nghiệp đã đến mức tới hạn; thị trường bất động sản đóng băng thời gian dài kèm với sự hạn chế năng lượng, nhiên liệu, giá xăng dầu và giá vàng biến động leo thang đã khiến hoạt động sản xuất, kinh doanh nhiều lĩnh vực gặp khủng hoảng và giảm sút nghiêm trọng.

Theo báo cáo của Tổng cục thống kê về tình hình kinh tế - xã hội Quý IV và năm 2023, tính chung trong năm 2023, cả nước có 172,6 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường, bình quân một tháng có 14,4 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể, tăng 48,6% so với cùng kỳ năm 2022. Hàng trăm nghìn doanh nghiệp báo lỗ do lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh không đủ bù đắp hết chi phí cố định của Công ty.

Đối mặt và từng bước vượt qua rất nhiều khó khăn thách thức, Nagakawa đã bước qua 2023 với tâm thế không chùn bước, sẵn sàng thích nghi và tận dụng mọi nguồn lực, lợi thế cạnh tranh để hoàn thành những mục tiêu đã đề ra. Kiên tâm trước những diễn biến phức tạp của thị trường nói chung và thị trường kinh doanh ngành Điện lạnh, Gia dụng và Thiết bị nhà bếp cao cấp nói riêng... Hội đồng quản trị Tập đoàn Nagakawa đã luôn bám sát tình hình diễn biến kinh tế trong và ngoài nước, các thay đổi trong chủ trương, chính sách của Nhà Nước để có những nhận định và đưa ra các quyết định kịp thời nhằm đảm bảo tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty an toàn và hiệu quả.

Suốt hơn 20 năm phát triển, với đội ngũ quản trị có bản lĩnh, kinh nghiệm cùng hàng trăm cán bộ nhân viên tận tâm, đoàn kết và sẵn sàng chia sẻ khó khăn với doanh nghiệp, một lần nữa Nagakawa lọt top 50 doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam, tăng 54 hạng trong Top 500 doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam và đã đạt được kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2023 như sau:



DOANH THU

(Đơn vị: Tỷ VNĐ)

2.140



LỢI NHUẬN SAU THUẾ

(Đơn vị: Tỷ VNĐ)

25

Năm 2023 là năm đầy biến động và gây ra nhiều khó khăn đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Vì vậy kết quả đạt được đã phản ánh sự quyết tâm cao và nhạy bén, linh hoạt trong chỉ đạo, điều hành của Ban tổng giám đốc và đây cũng là bệ phóng vững chắc cho Nagakawa các năm tiếp theo.

● **Đánh giá kết quả công tác quản lý và hoạt động SXKD năm 2023**

01. Kết quả trong lãnh đạo, điều hành.

Ban Tổng giám đốc tiếp tục khẳng định vai trò lãnh đạo cùng với sự nỗ lực của đội ngũ cán bộ quản lý các phòng ban trong Tập đoàn, sự cố gắng của các đơn vị thành viên, của cán bộ công nhân viên toàn Tập đoàn, tiếp tục thực hiện các mục tiêu chiến lược, khẳng định vị thế, thương hiệu Nagakawa trên thị trường, khắc phục khó khăn kiểm soát các hoạt động sản xuất kinh doanh, dưới đây là một số nội dung trọng tâm đã hoàn thành:

- ✔ Kết quả kinh doanh năm 2023 trên các lĩnh vực đều bám sát các chỉ tiêu kế hoạch, kết quả doanh thu toàn Tập đoàn vượt kế hoạch.
- ✔ Năng lực lãnh đạo quản lý của bộ máy được nâng cao từ trong khó khăn thử thách, tất cả các hoạt động của Tập đoàn đều được kiểm soát tin cậy.
- ✔ Năm 2023 ngành hàng Điều hòa không khí đã có sự tăng trưởng vượt bậc. Theo kế hoạch, mục tiêu phát triển 2022 – 2026, ngành hàng Điều hòa không khí kỳ vọng sẽ chiếm lĩnh thị trường và đạt vị trí dẫn đầu tại Việt Nam đối với hệ thống máy điều hòa thương mại.
- ✔ Ban điều hành tiếp tục phân tích các ảnh hưởng từ các Hiệp định hợp tác quốc tế, từ cách mạng công nghệ 4.0 để triển phương án kinh doanh mới. Đồng thời đầu tư phát triển phần mềm quản lý, nâng cao hiệu suất lao động và năng lực quản lý điều hành.



02. Công tác tổ chức và quản lý

Công ty đã triển khai rà soát, theo sát chiến lược phát triển giai đoạn 2022 – 2026 mà Đại hội đồng cổ đông đã đề ra cho nhiệm kỳ 5 năm; xây dựng mục tiêu cụ thể theo từng lĩnh vực kinh doanh và làm căn cứ cho việc xây dựng các kế hoạch, chỉ tiêu năm 2024 và những năm tiếp theo.

Triển khai chương trình quy hoạch và phát triển đội ngũ lãnh đạo, luân chuyển cán bộ lãnh đạo cấp cao, kiện toàn cơ cấu tổ chức, hoàn thiện cơ chế điều hành, nâng cao tinh thần trách nhiệm của cán bộ chủ chốt và CBCNV.

Ban hành các chính sách lương, thưởng mới, đảm bảo đời sống, thu nhập ổn định và các chính sách phúc lợi cho CBCNV được quan tâm duy trì tốt.

Tuyển dụng bổ sung nhân lực mới, tổ chức đào tạo, nâng cao năng lực quản lý cho cấp lãnh đạo, quản lý cũng như CBCNV.

03. Công tác Marketing

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu vẫn còn nhiều biến động, các doanh nghiệp buộc phải lựa chọn vừa tối ưu chi phí, vừa tăng tốc bút phá để đón đầu thời kỳ giảm phát. Theo bản đồ chiến lược 2022 – 2026 đã được Ban lãnh đạo công ty xác lập dưới sự tư vấn của KPMG, năm 2023 Tập đoàn Nagakawa tiếp tục bám sát chiến lược thương hiệu “An tâm toàn diện” và đã chứng minh được sự linh hoạt, tính hiệu quả thông qua việc triển khai các hoạt động Marketing trong năm.

01



Tuân thủ theo chiến lược “Lấy khách hàng làm trung tâm”, thấu hiểu sâu sắc (insight) khách hàng, nhận thức rõ vai trò trách nhiệm của doanh nghiệp trong cách mạng số, cách mạng xanh và phát triển bền vững, Tập đoàn Nagakawa đã thực hiện các hoạt động Marketing chuyên nghiệp, bài bản và đặc biệt có tính hiệu quả cao, hỗ trợ tích cực cho công tác kinh doanh và phát triển thương hiệu.

Thiết kế các chiến dịch tiếp cận khách hàng dựa trên dữ liệu và trực giác, nhằm tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng qua mọi giai đoạn từ nhận thức đến mua sắm và sau bán hàng. Đối với Nagakawa, khách hàng không chỉ là người mua và sử dụng sản phẩm dịch vụ mà còn là điểm tựa để chúng tôi liên tục phát triển và đổi mới. Nagakawa cũng đặc biệt quan tâm tới lớp khách hàng trực tiếp như các Nhà phân phối, đại lý và điểm bán. Năm 2023, hàng loạt chiến dịch đào tạo sản phẩm, đào tạo sửa chữa bảo hành, cung cấp công cụ hỗ trợ, phủ hình ảnh thương hiệu tại điểm bán, dán poster quảng cáo trên xe ô tô đại lý... được triển khai rầm rộ. Những hoạt động này không chỉ góp phần lan tỏa hình ảnh Nagakawa thông qua hệ thống phân phối – cánh tay nối dài của công ty tới người tiêu dùng cuối – mà còn khẳng định vị thế tiên phong của Nagakawa trong hoạt động kết nối sâu sắc, thực hiện viral marketing không chỉ trên trực tuyến mà còn trực tiếp tại các địa phương trên khắp 64 tỉnh thành.



02

03



Triển khai marketing toàn diện 360 độ bao gồm những hoạt động tổng thể và tích hợp trong công tác Marketing như truyền hình, truyền thanh, báo chí, quảng cáo biển tấm lớn, quảng cáo màn hình lớn tại sân bay và các tòa nhà, tổ chức demo tại các chuỗi siêu thị lớn toàn quốc, thực hiện truyền thông tại điểm bán, triển khai hàng trăm chiến dịch lớn nhỏ trên môi trường trực tuyến nhằm thu hút khách hàng, lan tỏa hình ảnh và thông điệp trên báo điện tử cũng như trên các nền tảng mạng xã hội...

Xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu cho từng ngành hàng với định hướng rõ nét, nhất quán, lộ trình dài hạn từng bước chính phục người tiêu dùng Việt một cách hiệu quả, đồng thời xây dựng uy tín bền vững với các đối tác và hệ thống đại lý, cửa hàng điểm bán của Nagakawa. Công tác giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu và hình ảnh của Tập đoàn ra công chúng đã được truyền quy mô lớn hơn, có khả năng lan tỏa tốt hơn và đo đếm được hiệu quả rõ ràng hơn.



04

05



Với khát vọng doanh nghiệp xanh, phát triển bền vững, năm 2023, Nagakawa cũng đẩy mạnh các hoạt động trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và chia sẻ giá trị. Nagakawa tham gia và là đại diện gương mặt tiêu biểu “Phát triển xanh và tiêu dùng bền vững”, tổ chức các chiến dịch “Uơm mầm xanh, trao hi vọng” tặng hàng tỷ đồng tiền sách cho các trường học miền Bắc, trồng hàng nghìn cây xanh sinh kế cho bà con dân tộc Tây Nguyên... Bên cạnh đó Nagakawa cũng không ngừng đổi mới và cam kết hành động cùng Chính phủ, Bộ Tài nguyên và môi trường để giải quyết vấn đề giảm biến đổi khí hậu, đạt mục tiêu giảm khí thải nhà kính về mức không. Thương hiệu Nagakawa ngày càng trở nên gần gũi và thân thiện hơn trong lòng công chúng với những hành động thiết thực và ý nghĩa.

04. Công tác tài chính kế toán

Công tác tài chính: Công tác huy động vốn từ các ngân hàng, tổ chức tín dụng đảm bảo luôn sẵn sàng nguồn vốn cho sản xuất kinh doanh và phát triển ngành hàng cốt lõi của Nagakawa. Sẵn sàng đáp ứng đủ nguồn vốn cho mọi Thương vụ kinh doanh.

Công tác quản trị tài chính, quản lý dòng tiền thực hiện hiệu quả.

Mặc dù thị trường gặp khó khăn, nhưng Nagakawa vẫn đảm bảo công tác tài chính tốt và được các tổ chức tín dụng đánh giá cao.

05. Công tác kinh doanh

Năm 2023 vẫn là thời điểm vô cùng khắc nghiệt và thách thức, nhưng Nagakawa vẫn đạt được kế hoạch đề ra, cả về doanh số và lợi nhuận. Điều đó chứng tỏ, đội ngũ lãnh đạo cũng như nhân viên kinh doanh luôn bám sát thị trường và có những chính sách bán hàng phù hợp.

Nhờ việc mở rộng thêm nhiều kênh bán hàng (kênh MT, online) và làm tốt công tác chăm sóc khách hàng, Nagakawa không chỉ giữ được khách hàng truyền thống mà còn phát triển được nhiều khách hàng mới, mở rộng thị phần

Hơn thế, trong năm 2023, Nagakawa đã nhận được nhiều giải thưởng lớn như: Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2023, Top 50 Doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam năm 2023, Top 100 sản phẩm dịch vụ tốt nhất cho gia đình và trẻ em với bộ sản phẩm Thiết bị nhà bếp cao cấp, giải thưởng Thương hiệu xanh trong cách mạng công nghiệp 4.0, Nhà máy thân thiện với môi trường.

06. Công tác phát triển sản phẩm

Năm 2023 là thời điểm vô cùng khó khăn với thị trường, đặc biệt trong việc phát triển sản phẩm. Với sự thích ứng linh hoạt, đổi mới sáng tạo không ngừng, đội ngũ phát triển sản phẩm không chỉ tập trung phát triển các sản phẩm mới có biên độ lợi nhuận cao mà còn liên tục điều nghiên thị trường, cập nhật xu thế tiêu dùng nhằm phát triển ra các sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng.

Nagakawa tiếp tục kết nối bền chặt, hiệu quả với các nhà cung cấp trong và ngoài nước, mở rộng việc hợp tác với các đối tác công nghệ lớn trên toàn thế giới để nghiên cứu, phát triển và đưa ra những sản phẩm dịch vụ phù hợp với thị trường, cạnh tranh về tính thẩm mỹ, công nghệ hiện đại, đồng thời đảm bảo tiêu chí Bền nên rất được người tiêu dùng yêu thích, đặc biệt là khách hàng thuộc các ngành Điều hòa, Thiết bị nhà bếp cao cấp và Gia dụng.

Để đảm bảo việc tuân thủ theo tiêu chí: BỀN; chúng tôi chú trọng công tác giám sát đánh giá chất lượng định kỳ trên từng sản phẩm, kiên quyết không đưa các sản phẩm lỗi, chất lượng chưa được kiểm duyệt kỹ càng ra thị trường. Điều này cũng thể hiện một trong các giá trị cốt lõi không thay đổi của Nagakawa là “Tin Cây”. Chất lượng sản phẩm tốt, sản phẩm “Bền”, chính là nguyên lý gốc làm nên sự đáng tin cậy của thương hiệu Nagakawa với thị trường.



07. Công tác tư vấn và chăm sóc khách hàng

Tiếp tục nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng trên toàn hệ thống cũng như trong từng khâu trải nghiệm của khách hàng (trước, trong và sau bán hàng). Đưa ra nhiều hơn nữa hoạt động chăm sóc khách hàng, đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng. Đầu tư nâng cao nghiệp vụ cho đội ngũ kỹ thuật viên phục vụ khách hàng 24/7. Thực hiện bảo hành điện tử đối với ngành hàng Điện lạnh và thiết bị nhà bếp cao cấp.

08. Công tác kiểm toán nội bộ, quản trị rủi ro

Thực hiện quy chế và điều lệ kiểm toán nội bộ, triển khai công tác kiểm toán nội bộ theo kế hoạch và thực hiện chức năng kiểm soát viên tại một số đơn vị thành viên, báo cáo định lượng rủi ro các dự án đầu tư, các hợp đồng kinh tế. Các hoạt động kiểm soát và kiểm toán nội bộ đã phát huy vai trò tích cực để kiểm soát và hỗ trợ hoạt động của các khối kinh doanh, các phòng ban và Công ty thành viên.

Thực hiện kiểm toán quyết toán vốn đầu tư vào các dự án hoàn thành. Kiểm toán hoạt động, đánh giá tính kinh tế, hiệu quả trong quá trình đầu tư. Kiểm soát tuân thủ quy trình pháp luật về quản lý đầu tư và kiểm toán hoạt động của các công ty thành viên.

08. Kết luận

Năm 2023 mặc dù nhiều khó khăn nhưng Nagakawa đã hoàn thành nhiệm vụ. Ban lãnh đạo Tập đoàn năng động, đội ngũ nhân viên đoàn kết dám nghĩ dám làm, luôn đưa ra các giải pháp sáng tạo để chiến thắng mọi khó khăn, thách thức. Trong khó khăn vẫn biết tranh thủ sức mạnh nội tại, thích ứng hoàn cảnh, dám vượt khó vươn lên, đó là bài học rút ra của Nagakawa với năm 2023.



BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ NĂM 2023

● Tổng hợp các hoạt động của Hội đồng quản trị

Căn cứ Điều lệ Công ty và Quy chế quản trị Công ty, HĐQT đã thực hiện việc giám sát hoạt động của Tổng giám đốc và Ban điều hành trong việc điều hành sản xuất kinh doanh và triển khai các Nghị quyết của ĐHĐCĐ và HĐQT trong năm 2023 như sau:

Phương thức giám sát: HĐQT tham gia các cuộc họp để soát xét tình hình thực hiện các Nghị quyết, tình hình sản xuất kinh doanh của quý và lũy kế, thảo luận và quyết định thông qua các Nghị quyết để Tổng Giám đốc và Ban Điều hành làm cơ sở triển khai thực hiện. Ngoài ra, các thành viên HĐQT, theo sự phân công nhiệm vụ, thường xuyên trao đổi qua phần mềm họp trực tuyến, thư điện tử và điện thoại với thành viên Ban điều hành về các nội dung, vấn đề quan tâm giám sát.

Kết quả giám sát: Với những kết quả đạt được trong năm 2023, với nhiều khó khăn do ảnh hưởng của thị trường, HĐQT đã thực hiện sơ kết, thảo luận và đánh giá: Tổng giám đốc và Ban Điều hành đã rất nỗ lực để thực hiện tốt nhiệm vụ được giao, tuân thủ nghiêm chỉnh các quy định pháp luật hiện hành và quy chế hoạt động của Công ty. Đặc biệt Ban Điều hành đã làm tốt công tác điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh, đảm bảo công ăn việc làm, đảm bảo an toàn sức khỏe nhân viên và kinh doanh có trách nhiệm cao với các bên liên quan.

● Các cuộc họp của Hội đồng Quản trị:

STT	Thành viên HĐQT	Số buổi họp HĐQT tham dự	Tỷ lệ tham dự họp	Lý do không tham dự họp
1	Ông Nguyễn Ngọc Quý	11/11	100%	
2	Bà Nguyễn Thị Huyền Thương	11/11	100%	
3	Bà Trương Đào Hải Hà	11/11	100%	
4	Ông Đoàn Đức Hòa	11/11	100%	
5	Ông Phạm Anh Tuấn	11/11	100%	

● Các Nghị quyết/Quyết định của Hội đồng quản trị:

Stt	Số NQ/QĐ	Ngày	Nội dung
1	01/QĐHĐQT/NAG-23	05/01/2023	Vv: Kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh Quý 1 năm 2023
2	01/NQ-HĐQT-NAG	10/02/2023	Vv: Kế hoạch tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2023
3	02/NQ-HĐQT-NAG	18/02/2023	Vv: Điều chỉnh ngày đăng ký cuối cùng tham dự Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2023
4	02/QĐHĐQT/NAG-23	24/03/2023	Vv: Kết quả kinh doanh Quý 1 năm 2023 và kế hoạch kinh doanh quý 2 năm 2023
5	03/NQ-HĐQT-NAG	24/04/2023	Vv: Bổ nhiệm Phó Tổng giám đốc – Công ty CP Tập đoàn Nagakawa
6	03/QĐHĐQT/NAG-23	26/06/2023	Vv: Họp sơ kết kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh 06 tháng đầu năm và kế hoạch kinh doanh 06 tháng cuối năm 2023

Stt	Số NQ/QĐ	Ngày	Nội dung
7	208/BBHQĐT-NAG-23	30/08/2023	Vv: Thông qua kế hoạch chi trả cổ tức năm 2022 bằng tiền
8	228/NQ-HĐQT-NAG	02/10/2023	Vv: Miễn nhiệm, Bổ nhiệm Kế toán trưởng - Công ty CP Tập đoàn Nagakawa
9	02/NQ-HĐQT-NAG	30/10/2023	Vv: Góp vốn thành lập Công ty CP Công nghệ cao Nagakawa và cử Người đại diện quản lý phần vốn góp
10	03/NQ-HĐQT-NAG	02/11/2023	Vv: Bổ nhiệm Người phụ trách quản trị công ty kiêm Thư ký Công ty
11	04/NQ-HĐQT-NAG	28/12/2023	Vv: Họp tổng kết kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2023 và kế hoạch kinh doanh năm 2024

• Các giao dịch, thù lao và các khoản lợi ích của Hội đồng quản trị, Ban giám đốc và Ban kiểm soát

• Lương, thưởng, thù lao, các khoản lợi ích

Mức thù lao cho các thành viên Hội đồng Quản trị và Ban Kiểm soát của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa năm 2023 như sau:

STT	Nội dung	Mức thù lao (VNĐ)
1	Thù lao của Hội đồng quản trị	640.633.301
2	Thù lao Ban kiểm soát	160.158.325

• Đánh giá việc thực hiện các quy định về quản trị công ty

- Tiếp nối chuỗi hoạt động hiệu quả từ các năm trước, năm 2023, bộ phận Quan hệ cổ đông vẫn tiếp tục mang tới nhà đầu tư một hình ảnh Nagakawa chuyên nghiệp, hiệu quả, minh bạch và đầy tính thuyết phục.

- Một số hoạt động tiêu biểu trong năm:

- + Tuân thủ các quy định về công bố thông tin, đảm bảo công bố thông tin kịp thời, đúng hạn;
- + Công bố kết quả kinh doanh hàng quý tới Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội và các phương tiện thông tin đại chúng;
- + Duy trì cập nhật tin tức về hoạt động kinh doanh của công ty qua các bản tin hàng tháng và các buổi công bố kết quả kinh doanh hàng quý tới Nhà đầu tư;
- + Mục Quan hệ cổ đông trên trang chủ của Tập đoàn luôn đảm bảo cung cấp các thông tin mới nhất, chính xác nhất tới Nhà đầu tư.



● Công tác kinh doanh

Theo mục tiêu chiến lược 2022 – 2026 và tầm nhìn 2030, để chuẩn bị cho tham vọng trở thành top 5 thương hiệu sản xuất và phân phối điều hòa không khí tại Việt Nam và trở thành Thương hiệu dẫn đầu trong ngành thiết bị nhà bếp cao cấp tại thị trường Việt Nam, Tập đoàn Nagakawa tập trung nghiên cứu thị trường, hoạch định chiến lược và vạch ra kế hoạch rõ ràng, chi tiết để từng bước thực hiện mục tiêu trên. Bên cạnh việc kiện toàn bộ máy quản trị của từng ngành hàng, tập trung vào phát triển nguồn lực tại nguồn, nâng cao chất lượng nhân lực, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm để đưa ra những sản phẩm mới cạnh tranh hơn, chất lượng hơn, thông minh hơn...

Tập đoàn tiếp tục mở rộng và phát triển các thị trường mới và kênh phân phối mới, cụ thể là tập trung đầu tư tái thiết lại thị trường Miền Nam, củng cố kênh bán hàng truyền thống tại Miền Bắc, phát triển chuyên sâu hơn kênh Thương mại điện tử, dự án và mở rộng kinh doanh sang kênh siêu thị điện máy với khởi đầu là sự hợp tác với hệ thống siêu thị Điện Máy Xanh và các chuỗi siêu thị miền Bắc khác. Bên cạnh đó, tiếp tục tập trung củng cố và mở rộng hệ thống kênh phân phối khắp cả nước, tiếp cận với 12.000 điểm bán trên cả nước để mọi người dân Việt đều có thể dễ dàng mua sản phẩm mang Thương hiệu Nagakawa.



● Công tác Truyền thông - Marketing

Nhằm hiện thực hóa chiến lược và định hướng giai đoạn 2022-2026, năm 2024, Nagakawa tiếp tục tối ưu chi phí và tối đa hiệu quả các hoạt động marketing. Nagakawa có chiến lược phát triển thương hiệu nhất quán, có lộ trình triển khai rõ ràng và nền móng vững chắc cùng những thành công bước đầu trong hoạt động triển khai năm 2023. Cùng với việc ứng dụng các công nghệ mới, đưa AI Marketing vào từng bước nhằm tối ưu hiệu quả quảng bá thương hiệu, cung cấp các nội dung và kịch bản chiến dịch marketing thỏa mãn trải nghiệm của khách hàng trên mọi nền tảng từ trực tiếp đến trực tuyến, tạo dựng thiện cảm và lòng trung thành của khách hàng. Sự tin tưởng và ủng hộ của các cổ đông, đối tác và khách hàng chính là con đường marketing bền vững nhất mà Nagakawa luôn hướng tới.

Bên cạnh việc xây dựng thương hiệu và phát triển sản xuất kinh doanh, Nagakawa cũng luôn chú trọng tới công tác an sinh xã hội, bảo vệ môi trường và bình đẳng giới. Chúng tôi tin tưởng rằng sự phát triển bền vững của doanh nghiệp tỷ lệ thuận với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Năm 2024, ngoài các chương trình thường niên hỗ trợ xã hội thể hiện tinh thần trách nhiệm cao với cộng đồng nói chung, Nagakawa còn là một trong những doanh nghiệp lớn tiên phong trong thúc đẩy bình đẳng giới tại nơi làm việc, trên thị trường và trong cộng đồng. Với tỷ lệ 60% lãnh đạo nữ giới, bình đẳng giới không chỉ là trách nhiệm xã hội được tuân thủ tốt tại Nagakawa mà còn trở thành chiến lược kinh doanh thông minh giúp chúng tôi phát triển bền vững. Sự cân bằng giới và trao quyền cho nữ giới góp phần nâng cao năng lực sáng tạo đổi mới, cải thiện hiệu quả quản trị, tăng trưởng doanh nghiệp, thu hút và giữ chân nhân tài. Trong bối cảnh mới, việc thực trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ là vấn đề đạo đức và văn hóa doanh nghiệp mà còn là yếu tố thiết yếu cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.



Công tác nghiên cứu sản phẩm

Với chiến lược “Lấy khách hàng làm trung tâm” Nagakawa không ngừng nghiên cứu và tìm hiểu sở thích, nhu cầu của khách hàng, thấu hiểu khách hàng, từ đó tạo ra sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp đáp ứng cho những sở thích và nhu cầu đó. Hơn thế nữa, Nagakawa chú trọng ứng dụng tư duy thiết kế vào quá trình sản xuất. Tư duy thiết kế là tư duy tập trung vào “kết quả người dùng nhận được” thay vì chỉ dựa trên yêu cầu của người dùng hoặc ý muốn chủ quan của nhà sản xuất như trước đây.

Tiếp nối những dấu ấn ấn tượng trong năm 2023, Tập đoàn Nagakawa sẽ tiếp tục đầu tư cho công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm tốt cho sức khỏe để đưa ra những bộ sản phẩm chất lượng hơn, thẩm mỹ hơn, được trang bị nhiều công nghệ tiên tiến hơn nữa. Từ đó từng bước giúp nâng tầm thương hiệu Nagakawa lên một vị thế mới với những sản phẩm thuộc phân khúc hàng cao cấp có nhiều yếu tố cạnh tranh như Bền bỉ về chất lượng, sang trọng về kiểu dáng, tiện nghi trong từng tính năng và tối ưu mọi trải nghiệm của khách hàng trong dịch vụ sản phẩm.

Đối với ngành điều hòa, năm 2024, Tập đoàn Nagakawa sẽ tiếp tục phát triển các sản phẩm điều hòa với nhiều đột phá về công nghệ và các tính năng vượt trội thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng như:

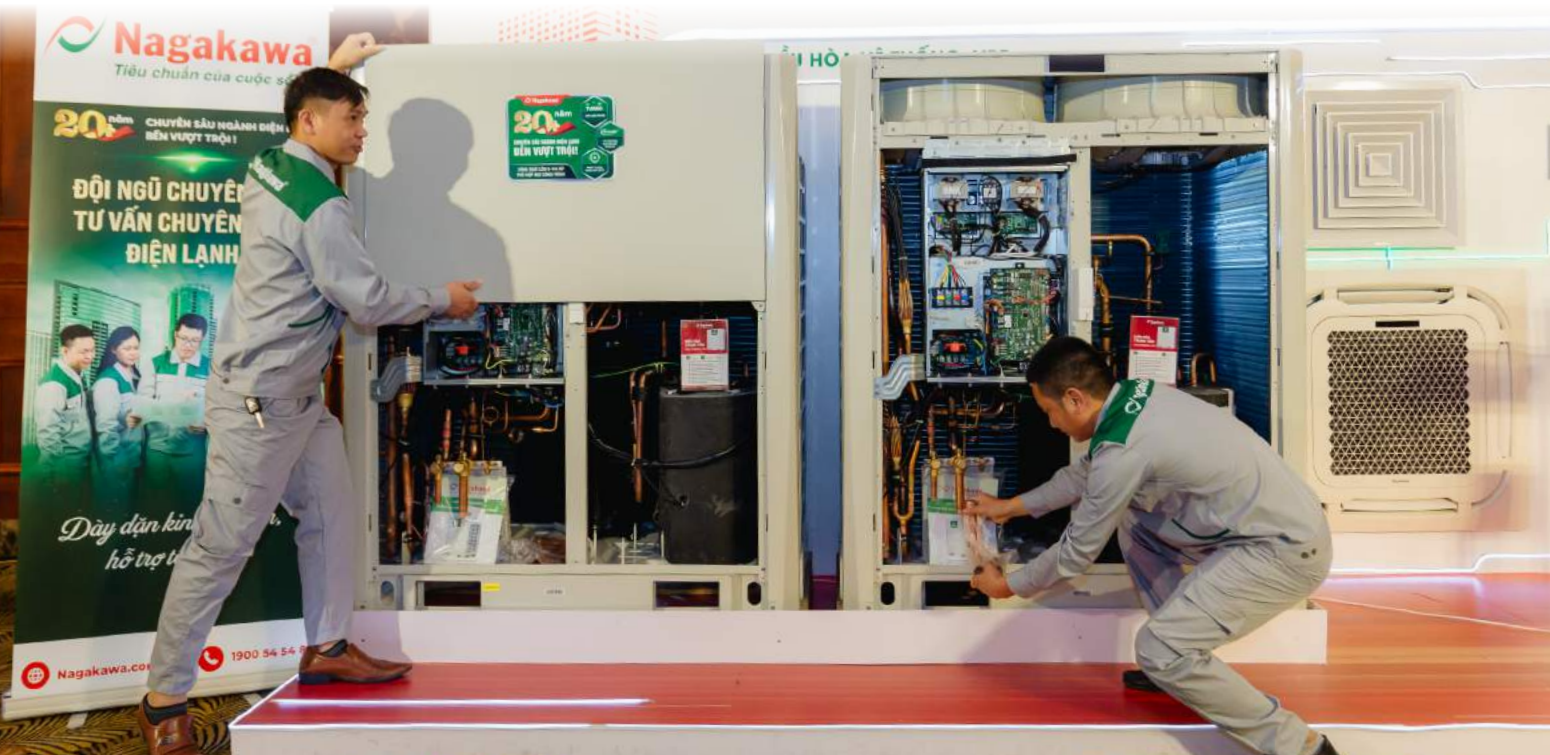
tính năng lọc không khí, diệt khuẩn, tiết kiệm điện, tính năng cảm biến thông minh...

Tiếp tục phát triển ngành hàng gia dụng, Nagakawa đưa ra mục tiêu trở thành đơn vị top đầu trong ngành hàng Gia dụng tại Việt Nam. Mở rộng thị trường, cam kết phát triển những sản phẩm công nghệ cao, tốt cho sức khỏe người dùng và áp dụng những công nghệ tiên tiến để tạo ra sản phẩm phù hợp nhu cầu, tâm lý, văn hóa tiêu dùng của người Việt.

Năm 2024, ngành hàng Thiết bị nhà bếp cao cấp của Nagakawa sẽ tiếp tục đưa ra thị trường những bộ sản phẩm nằm trong phân khúc cao cấp, với hàm lượng công nghệ cao, thiết kế hiện đại... Bộ sản phẩm mới này kỳ vọng sẽ giúp Nagakawa thực hiện mục tiêu đưa thương hiệu Thiết bị nhà bếp cao cấp trở thành thương hiệu hàng đầu tại Việt Nam.

Bám sát thị trường, theo sát những biến động, các chính sách của đối thủ cạnh tranh để có những đối sách phát triển sản phẩm phù hợp.

Tiếp tục đầu tư nghiên cứu ứng dụng các tiến bộ, công nghệ, máy móc tiên tiến trong sản xuất, đầu tư phát triển sản phẩm, phù hợp với tâm lý tiêu dùng của người Việt.



● Công tác tổ chức hành chính

Năm 2024, Nagakawa kiện toàn bộ máy quản trị, ưu tiên tuyển dụng các nhân sự cấp cao, có thâm niên công tác tại các Tập đoàn lớn để giúp kiến thiết lại các quy trình làm việc, chuyên nghiệp hóa bộ máy quản trị bằng việc ứng dụng các công nghệ hỗ trợ tối ưu năng suất lao động.

Tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức của Nagakawa Hồ Chí Minh, bổ sung thêm nguồn lực nhằm khai thác tốt hơn nữa thị trường miền Nam đầy tiềm năng.

Đẩy mạnh công tác phong trào, công tác thi đua khen thưởng thường xuyên, sát thực và hiệu quả;
Triển khai kế hoạch đào tạo tập trung, đào tạo tại chỗ nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

● Công tác tài chính kế toán

Thực hiện báo cáo tài chính và kiểm toán theo quy định. Triển khai công tác tài chính năm 2024 và kế hoạch tài chính 5 năm. Kiểm soát dòng tiền hiệu quả, đảm bảo việc huy động được nguồn vốn giá rẻ, ngắn hạn và dài hạn đáp ứng nhu cầu cho SXKD và đầu tư của Tập đoàn.

Tham mưu cho Ban lãnh đạo và HĐQT về kế hoạch tài chính ngắn hạn, dài hạn, dự báo rủi ro tài chính và hướng dẫn các đơn vị thực hiện.

Nâng cao năng lực cán bộ tài chính, kế toán nhằm đáp ứng yêu cầu cao theo sự phát triển Tập đoàn.
Chú trọng hoàn thiện và áp dụng các quy định, quy trình quản lý nội bộ.

● Công tác tư vấn và chăm sóc khách hàng

Bên cạnh việc cải tiến sản phẩm, năm 2024 Tập đoàn Nagakawa thực hiện tái cấu trúc Trung tâm Dịch vụ khách hàng, đặc biệt bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng, đưa ra giải pháp quản lý, chăm sóc và có những chính sách hỗ trợ tốt nhất cho khách hàng.

Tập đoàn Nagakawa đã có những chiến lược và chính sách cụ thể để phát triển công tác tư vấn và chăm sóc khách hàng như ứng dụng công nghệ 4.0 vào quản trị hệ thống, xây dựng các app giúp tối ưu trải nghiệm của khách hàng với dịch vụ của Nagakawa, từng bước xây dựng cơ sở dữ liệu Big Data về khách hàng và thiết lập mạng lưới Digital Services để đem tới cho khách hàng dịch vụ chăm sóc sau bán hoàn hảo, tận tâm và chuyên nghiệp nhất.

● Công tác chuyển đổi số

Tập trung đẩy mạnh hoạt động kinh doanh theo hướng chuyển đổi số, đẩy mạnh phát triển các dịch vụ số; hỗ trợ hoạt động điều hành và vận hành nghiệp vụ; củng cố và ổn định vận hành hệ thống; tăng cường và đảm bảo an toàn bảo mật và tuân thủ; tiếp tục triển khai vận hành tập trung.

Triển khai số hóa và công nghệ thông tin: Tập đoàn đã bắt tay triển khai đầu tư bài bản, nguồn lực đủ lớn và tập trung cao với kế hoạch chuyển đổi số tổng thể cho các hoạt động kinh doanh bắt kịp xu thế tất yếu của toàn cầu.

● KẾT LUẬN

Với định hướng, chiến lược nêu trên; Hội đồng Quản trị tin tưởng với sự cố gắng, ý chí vượt qua khó khăn, thách thức kết hợp cùng với sự đồng lòng của toàn thể cán bộ nhân viên, Nagakawa sẽ hoàn thành kế hoạch đề ra cho năm 2024, đưa Nagakawa ngày càng phát triển vững mạnh và mang lại hiệu quả cao nhất cho đồng vốn đầu tư của các cổ đông tại NAG.

Quản trị rủi ro

01 Rủi ro về kinh tế

Sự tăng trưởng của nền kinh tế thế giới nói chung và kinh tế trong nước nói riêng tạo nên môi trường sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy sự thay đổi của nền kinh tế ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả sản xuất kinh doanh và yêu cầu doanh nghiệp phải thích nghi kịp thời với biến động của kinh tế vĩ mô.

Với lĩnh vực sản phẩm kinh doanh chính hiện nay là kinh doanh các sản phẩm điều hòa, đồ gia dụng, thiết bị nhà bếp,... Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty phụ thuộc vào tốc độ tăng trưởng chung của nền kinh tế và mức độ chi tiêu của người dân. Việt nam đã tăng trưởng tốt thu hút được đầu tư và sản xuất từ nước ngoài. Tuy nhiên, năm 2024 đánh giá sẽ gặp nhiều thách thức bởi dự báo suy thoái toàn cầu. Vì vậy, ban lãnh đạo công ty cần luôn bám sát môi trường kinh tế vĩ mô để đưa ra các xu hướng trong tương lai và các tác động kinh doanh trọng yếu và từ đó đưa ra các quyết sách và chiến lược phù hợp.

02 Rủi ro lạm phát

Bên cạnh tăng trưởng của nền kinh tế, chỉ số lạm phát cũng là yếu tố vĩ mô ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Lạm phát gia tăng sẽ đẩy giá nguyên vật liệu đầu vào cũng như chi phí chung của doanh nghiệp tăng cao, ảnh hưởng đến tỷ suất của doanh nghiệp.

Năm 2023 là năm nền kinh tế thế giới chứng kiến tỷ lệ lạm phát tăng cao chưa từng có do giá năng lượng tăng cao và các bất ổn về chính trị. Do tác động của lạm phát ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí sản xuất của doanh nghiệp nên công ty luôn quan tâm, theo dõi chặt chẽ để đưa ra các điều chỉnh kịp thời với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mình.

03 Rủi ro về lãi suất

Lãi suất là biến số kinh tế nhạy cảm, sự thay đổi của lãi suất sẽ tác động làm thay đổi hành vi sản xuất và tiêu dùng của xã hội. Đối với một doanh nghiệp, rủi ro lãi suất là rủi ro khi chi phí đi vay của doanh nghiệp cao hơn khả năng tạo ra lợi nhuận của doanh nghiệp và mức độ rủi ro về lãi suất cũng khác nhau giữa các ngành tùy theo cơ cấu nợ vay của ngành đó.

Năm 2023, lãi suất cho vay tăng cao ảnh hưởng tiêu cực đến việc thanh toán của các khoản vay và cản trở việc tiếp cận các khoản vay mới của doanh nghiệp. Sự biến động của lãi suất gây ra rủi ro chi phí đi vay tăng cao ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty. Vì vậy để hạn chế tác động của lãi suất lên chi phí của công ty, ban lãnh đạo đã và đang nghiên cứu các kế hoạch tiếp cận các nguồn vốn khác ngoài vốn vay.

04 **Rủi ro về tỷ giá**

Sự biến động của tỷ giá ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Khi tỷ giá biến động tăng các doanh nghiệp xuất khẩu được hưởng lợi, nhưng đối với doanh nghiệp nhập khẩu khiến các chi phí nhập khẩu, phí vận tải tăng cao...

Nagakawa có hoạt động nhập khẩu các sản phẩm hàng hóa trong lĩnh vực điện lạnh, gia dụng từ một số quốc gia như Indonesia, Malaysia, Trung Quốc. Vì vậy, những biến động về tỷ giá cũng là một trong những yếu tố có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Công ty. Vì vậy, Nagakawa cần áp dụng các biện pháp theo dõi và đánh giá các nhân tố tác động đến tỷ giá để từ đó điều chỉnh các chính sách bán hàng phù hợp với tình hình thực tế.

05 **Rủi ro về luật pháp**

Mọi hoạt động kinh doanh của công ty chịu sự điều chỉnh của các văn bản pháp luật hiện hành như Luật doanh nghiệp, Luật chứng khoán, Luật thuế thu nhập doanh nghiệp... Luật và các văn bản dưới luật quy định về các vấn đề này còn đang trong quá trình sửa đổi, bổ sung để đồng bộ với sự thay đổi của Luật Dân sự và Luật Hình sự. Điều này sẽ ảnh hưởng đến tình hình hoạt động kinh doanh và giao dịch cổ phiếu của công ty.

Để kiểm soát rủi ro về mặt luật pháp, Công ty có bộ phận pháp lý thường xuyên theo dõi, dự báo, cập nhật các thay đổi của pháp luật và ảnh hưởng đối với các dự án kinh doanh của Công ty. Đồng thời Công ty đã xây dựng hệ thống quản trị nội bộ theo các quy định của pháp luật.

06 **Rủi ro giá vốn hàng hóa đầu vào**

Với hoạt động kinh doanh chủ yếu của Nagakawa hiện nay là phân phối các sản phẩm điện lạnh và hàng gia dụng được nhập khẩu trực tiếp từ các nhà cung cấp quốc tế. Vì vậy, giá và sản lượng từ các nhà cung cấp có thể biến động và chịu ảnh hưởng bởi những yếu tố khách quan và chủ quan. Bên cạnh đó, chi phí logistics cũng như cước vận chuyển hàng hóa của doanh nghiệp cũng chịu ảnh hưởng trực tiếp từ những biến động về giá dầu trên thị trường thế giới, cùng những ảnh hưởng của dịch bệnh kéo dài gây ra tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu, lưu chuyển hàng hóa bị ngừng trệ cũng khiến cho hiệu quả kinh doanh của công ty bị giảm sút mạnh.

Để giảm thiểu được rủi ro về giá vốn hàng hóa đầu vào, Công ty đã chủ động tìm kiếm những nhà cung cấp uy tín nhằm đảm bảo về giá vốn hàng hóa ổn định, thời gian giao hàng đúng hạn, cũng như chất lượng sản phẩm đảm bảo.

07 Rủi ro cạnh tranh

Việt Nam đã gia nhập tổ chức thương mại quốc tế (WTO) và ký kết các hiệp định EVFTA, CPTTP, điều này đã tạo ra nhiều cơ hội cũng như thách thức cho các doanh nghiệp trong nước cần nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển phải phù hợp với tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế.

Việc mở cửa thị trường sẽ tạo ra áp lực cạnh tranh gay gắt cho tất cả các doanh nghiệp hiện đang hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh sản phẩm điện lạnh và hàng gia dụng. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với tiềm lực tài chính mạnh, công nghệ hiện đại và phương pháp quản lý khoa học sẽ là những đối thủ cạnh tranh khốc liệt đối với các doanh nghiệp trong nước.

Hiện nay, trên thị trường phân phối các sản phẩm điện lạnh và hàng gia dụng có rất nhiều những doanh nghiệp cả trong và ngoài nước đang hoạt động và cạnh tranh thị phần trực tiếp với Nagakawa, một số hãng:

- Quốc tế: Daikin, Panasonic, LG, Sharp, Mitsubishi, Casper, v.v...
- Trong nước: Funiki, Sunhouse, Asanzo, Kangaroo, Goldsun, HappyCook, v.v...

Để thích ứng với mức độ cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường, Công ty cần chú trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình, không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa mẫu mã, tăng cường các hoạt động truyền thông – Marketing thương hiệu Nagakawa đến người tiêu dùng cũng như các chính sách sau bán hàng. Đồng thời, Công ty cũng cần luôn bám sát thông tin thị trường, theo dõi hoạt động của các đối thủ cạnh tranh để có sự điều chỉnh chính sách phù hợp nhằm đảm bảo thị phần cạnh tranh của mình.

Các hoạt động đầu tư cộng đồng và phát triển cộng đồng

Với mục tiêu trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong ngành điện lạnh, gia dụng, thiết bị nhà bếp cao cấp và dệt may, Nagakawa luôn chú trọng quan tâm xây dựng doanh nghiệp theo hướng ổn định, bền vững, mang lại sự hài lòng cao nhất cho cổ đông, tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp, an toàn cho người lao động, đảm bảo hài hòa lợi ích cho các bên liên quan và đóng góp tích cực cho sự phát triển của cộng đồng.





●— Một số hoạt động tiêu biểu:

● Chương trình “Uơm mầm xanh – Trao hy vọng”

Tháng 12/2023, Nagakawa đã tổ chức chương trình an sinh xã hội mang tên "Uơm mầm xanh - trao hy vọng" tại TP Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk. Nagakawa đã cùng các nhà phân phối trao tặng bà con buôn K'Dun, xã Cư Êbur 5.000 cây giống sinh kế, trao tặng 50 hộ gia đình có hoàn cảnh khó khăn nhất những phần quà thiết thực. Đồng thời, để giúp bà con nâng cao chất lượng đời sống tinh thần, 35 cây sấu khỏe mạnh cũng được lựa chọn để phủ bóng mát khu vực sân vận động buôn làng, 02 trụ đèn điện cao áp đã được thi công để chiếu sáng không gian sinh hoạt cộng đồng.





Cũng trong chương trình ý nghĩa này, Tập đoàn Nagakawa đã trao tặng học bổng "Mầm xanh" cho 10 em học sinh xuất sắc có hoàn cảnh đặc biệt và phối hợp cùng Hội Từ Tâm Đắc Lắc dành tặng 80 suất quà áo ấm cho em để chuẩn bị cho mùa đông đang tới cùng những món quà nhỏ để liên hoan mừng ngày hội ươm mầm xanh, gieo hi vọng. Nagakawa đã góp phần trao tặng bà con đồng bào Ê đê tại Đắc Lắc nguồn sinh kế bền vững, có cơ hội phát triển kinh tế và vươn lên thoát nghèo.





• Chương trình “Tri thức cho em”

Cũng trong tháng 12/2023, Chương trình tặng sách "Tri thức cho em" do Tập đoàn Nagakawa tổ chức nhằm góp phần truyền cảm hứng, xây dựng và bồi dưỡng cho các em học sinh những thói quen tốt đẹp như đọc sách, vận động phát triển thể chất, phát triển trí tuệ, giúp trẻ tích lũy nguồn vốn dồi dào cho tương lai, trở thành những công dân có ích, có chiều sâu trong thời đại mới. Với sự tài trợ từ NXB Giáo dục, Nagakawa đã trao tặng 45.000 quyển sách trị giá tới 1,5 tỷ đồng cho các trường tiểu học, trung học cơ sở và trung học phổ thông tại địa bàn các tỉnh Bắc Ninh, Ninh Bình, và TP Hà Nội. Bên cạnh đó, Nagakawa còn có các phần quà ý nghĩa nhằm chăm lo đời sống hàng ngày cho các em và nhà trường, tạo cho các thầy cô cũng như các em học sinh môi trường học tập tốt hơn, qua đó giúp các em có thêm động lực phấn đấu và trở thành những công dân có ích cho xã hội.





• Phối hợp cùng tỉnh Bắc Ninh tổ chức Giải chạy Nagakawa Cúp Báo Bắc Ninh lần thứ XXVIII



Giải chạy Nagakawa Cúp Báo Bắc Ninh là hoạt động phối hợp thường niên giữa Tập đoàn Nagakawa và Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, Tỉnh đoàn, Báo Bắc Ninh, Sở Giáo dục và Đào tạo, Đài Phát thanh và truyền hình, Công an tỉnh Bắc Ninh, ... với mong muốn động viên, khích lệ các cấp, các ngành, toàn xã hội tích cực tham gia phong trào thể dục thể thao góp phần nâng cao sức khỏe để phục vụ học tập, lao động sản xuất, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Giải chạy có sự tham gia của đông đảo người dân, bao gồm lực lượng thanh, thiếu niên, học sinh, sinh viên, chiến sĩ lực lượng vũ trang tích cực tham gia rèn luyện sức khỏe phục vụ học tập, công tác, lao động sản xuất và bảo vệ Tổ quốc. Việc mở rộng thêm giải phong trào đã thu hút hàng nghìn người đăng ký tham gia, khiến giải chạy này có quy mô lớn nhất từ trước tới nay với gần 3000 vận động viên, tạo nên không khí vui tươi, phấn khởi.



Giải chạy Nagakawa Cúp Báo Bắc Ninh “Khỏe để lập nghiệp và giữ nước” là một trong số rất nhiều hoạt động xã hội do Tập đoàn Nagakawa khởi xướng và đồng hành với mong muốn góp phần thúc đẩy mọi tầng lớp nhân dân, không phân biệt nghề nghiệp, tuổi tác, trình độ, giới tính xích lại gần nhau, cùng tạo lập thói quen rèn luyện sức khỏe góp phần nâng cao tâm vóc và thể lực của người Việt. Các phong trào thể dục thể thao luôn được Nagakawa chú trọng hưởng ứng để nâng cao sức khỏe về mặt thể chất và tinh thần của mỗi người, mỗi cán bộ công nhân. Nagakawa tin rằng những nỗ lực của mình trong các hoạt động kinh doanh và các hoạt động thể hiện trách nhiệm với cộng đồng bền bỉ suốt hơn 20 năm qua sẽ góp phần xây dựng Việt Nam ngày một phần vinh, hạnh phúc





CHƯƠNG **04**



BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Tình hình tài chính

Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

Bảng kết quả kinh doanh

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

Tình hình tài chính

Chỉ tiêu	2023	2022	% tăng giảm
Tổng giá trị tài sản	1.590.991.329.373	1.477.769.473.104	8%
Doanh thu thuần	2.118.135.624.311	1.903.986.481.875	11%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	16.034.330.339	25.982.147.685	-38%
Lợi nhuận khác	15.997.334.729	5.391.926.482	197%
Lợi nhuận trước thuế	32.031.665.068	31.374.074.167	2%
Lợi nhuận sau thuế	25.150.148.589	23.581.500.149	7%
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	761	738	3%

Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Chỉ tiêu	2023	2022	Ghi chú
1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
Hệ số thanh toán ngắn hạn	1.19	1.21	-0.02
Tài sản ngắn hạn			
Hệ số thanh toán nhanh	0.57	0.58	-0.01
2. Chỉ tiêu về cơ cấu vốn			
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	0.75	0.73	0.01
Hệ số Nợ/vốn chủ sở hữu	2.96	2.75	0.21
3. Chỉ tiêu về năng lực hoạt động			
Vòng quay hàng tồn kho	2.87	2.79	0.08
Vòng quay tổng tài sản	1.38	1.42	-0.04

Chỉ tiêu	2023	2022	Ghi chú
4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	0.01	0.01	0.00
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/vốn chủ sở hữu	0.06	0.06	0.00
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	0.02	0.02	0.00
Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	0.01	0.01	0.00



Ý kiến kiểm toán

“Theo ý kiến chúng tôi, Báo cáo tài chính hợp nhất đề cập đã phản ánh trung thực và hợp lý trên các khía cạnh trọng yếu tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần tập đoàn Nagakawa tại thời điểm ngày 31 tháng 12 năm 2023 cũng như kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và tình hình lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm tài chính kết thúc cùng ngày, phù hợp với chuẩn mực kế toán, chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày Báo cáo tài chính hợp nhất”.

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

Tài sản	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
A - TÀI SẢN NGẮN HẠN	100		1.412.998.560.904	1.312.347.204.961
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	V.1	46.548.089.328	14.738.218.930
1. Tiền	111		16.548.089.328	14.738.218.930
2. Các khoản tương đương tiền	112		30.000.000.000	-
II. Đầu tư tài chính ngắn hạn	120	V.2	198.663.624.959	128.719.077.254
1. Chứng khoán kinh doanh	121		-	-
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh (*)	122		-	-
3. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	V.2	198.663.624.959	128.719.077.254
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130		419.056.123.819	465.219.398.162
1. Phải thu ngắn hạn của khách hàng	131		384.435.061.207	379.323.019.815
2. Trả trước cho người bán ngắn hạn	132		13.547.258.566	26.407.520.092
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	133		-	-
4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	134		-	-
5. Phải thu về cho vay ngắn hạn	135	V.3	20.600.000.000	59.912.800.000
6. Phải thu ngắn hạn khác	136	V.4	5.151.625.759	4.255.496.249
7. Dự phòng các khoản phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	137		(4.677.821.713)	(4.679.437.994)
8. Tài sản thiếu chờ xử lý	139		-	-
IV. Hàng tồn kho	140	V.5	737.231.226.953	682.167.426.849
1. Hàng tồn kho	141	V.5	740.401.658.350	690.033.297.788
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)	149		(3.170.431.397)	(7.865.870.939)
V. Tài sản ngắn hạn khác	150		11.499.495.845	21.503.083.766
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151	V.7	5.424.438.603	4.978.086.921
2. Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		6.034.350.194	15.998.827.041
3. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước	153	V.6	40.707.048	526.169.804
4. Giao dịch mua bán lại trái phiếu Chính phủ	154		-	-
5. Tài sản ngắn hạn khác	155		-	-

Tài sản	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
B - TÀI SẢN DÀI HẠN	200		177.992.768.469	165.422.268.143
I. Các khoản phải thu dài hạn	210		2.281.160.820	2.276.170.820
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	211		-	-
2. Trả trước cho người bán dài hạn	212		-	-
3. Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc	213		-	-
4. Phải thu nội bộ dài hạn	214		-	-
5. Phải thu về cho vay dài hạn	215		-	-
6. Phải thu dài hạn khác	216		2.281.160.820	2.276.170.820
7. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi (*)	219		-	-
II. Tài sản cố định	220		102.807.476.706	25.995.629.990
1. Tài sản cố định hữu hình	221	V.8	96.442.324.418	20.720.896.694
- Nguyên giá	222		177.184.240.888	122.635.817.006
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	223		(80.741.916.470)	(101.914.920.312)
2. Tài sản cố định thuê tài chính	224			
- Nguyên giá	225		-	-
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	226		-	-
3. Tài sản cố định vô hình	227	V.9	6.365.152.288	5.274.733.296
- Nguyên giá	228		7.987.008.519	6.459.508.519
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	229		(1.621.856.231)	(1.184.775.223)
III. Bất động sản đầu tư	230			
- Nguyên giá	231		-	-
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	232		-	-
IV. Tài sản dở dang dài hạn	240		613.780.000	68.837.859.991
1. Chi phí sản xuất, kinh doanh dở dang dài hạn	241		-	-
2. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242		613.780.000	68.837.859.991
V. Đầu tư tài chính dài hạn	250		35.904.790.933	30.695.332.651
1. Đầu tư vào công ty con	251		-	-
2. Đầu tư vào công ty liên doanh, liên kết	252		15.904.790.933	15.695.332.651

Tài sản	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
3. Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	253		-	-
4. Dự phòng đầu tư tài chính dài hạn (*)	254			-
5. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	255	V.10	20.000.000.000	15.000.000.000
VI. Tài sản dài hạn khác	260		36.385.560.010	37.617.274.691
1. Chi phí trả trước dài hạn	261	V.11	9.352.031.088	9.006.436.927
2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	V.19	3.855.294.027	2.160.381.472
3. Thiết bị, vật tư, phụ tùng thay thế dài hạn	263		-	-
4. Tài sản dài hạn khác	268		-	-
VII. Lợi hế thương mại	269		23.178.234.895	26.450.456.292
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)	270		1.590.991.329.373	1.477.769.473.104
NGUỒN VỐN				
C - NỢ PHẢI TRẢ	300		1.189.350.082.750	1.083.981.701.337
I. Nợ ngắn hạn	310		1.187.854.744.156	1.081.800.526.139
1. Phải trả người bán ngắn hạn	311		136.596.419.806	163.985.376.298
2. Người mua trả tiền trước ngắn hạn	312		37.362.995.977	22.860.248.309
3. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	313	V.14	18.472.544.763	10.303.592.007
4. Phải trả người lao động	314		4.676.334.939	5.320.027.590
5. Chi phí phải trả ngắn hạn	315	V.15	3.284.778.959	1.846.058.903
6. Phải trả nội bộ ngắn hạn	316			
7. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	317		-	
8. Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	318		-	
9. Phải trả ngắn hạn khác	319	V.16	2.610.642.825	4.054.821.178
10. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	V.12	980.284.289.358	868.600.538.306
11. Dự phòng phải trả ngắn hạn	321	V.17	3.661.552.972	4.448.756.562
12. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	322		905.184.557	381.106.986
13. Quỹ bình ổn giá	323		-	-
14. Giao dịch mua bán lại trái phiếu Chính phủ	324		-	-

Tài sản	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
II. Nợ dài hạn	330		1.495.338.594	2.181.175.198
1. Phải trả người bán dài hạn	331		-	-
2. Người mua trả tiền trước dài hạn	332		-	-
3. Chi phí phải trả dài hạn	333		-	-
4. Phải trả nội bộ về vốn kinh doanh	334		-	-
5. Phải trả nội bộ dài hạn	335		-	-
6. Doanh thu chưa thực hiện dài hạn	336		-	-
7. Phải trả dài hạn khác	337		-	-
8. Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	338	V.13	-	-
9. Trái phiếu chuyển đổi	339		-	-
10. Cổ phiếu ưu đãi	340		-	-
11. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	V.20	1.495.338.594	2.181.175.198
12. Dự phòng phải trả dài hạn	342	V.18	-	-
13. Quỹ phát triển khoa học, công nghệ	343		-	-
D- VỐN CHỦ SỞ HỮU	400		401.641.246.623	393.787.771.767
I. Vốn chủ sở hữu	410	V.21	401.641.246.623	393.787.771.767
1. Vốn góp của chủ sở hữu	411		316.465.410.000	316.465.410.000
- Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết	411a		316.465.410.000	316.465.410.000
- Cổ phiếu ưu đãi	411b		-	-
2. Thặng dư vốn cổ phần	412		5.348.010.000	5.348.010.000
3. Quyền chọn chuyển đổi trái phiếu	413		-	-
4. Vốn khác của chủ sở hữu	414		-	-
5. Cổ phiếu quỹ (*)	415		(20.000)	(20.000)
6. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	416		-	-
7. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		-	-
8. Quỹ đầu tư phát triển	418		8.570.273.947	7.113.479.352
9. Quỹ hỗ trợ sắp xếp doanh nghiệp	419		-	-
10. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	420		-	-

Tài sản	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
11. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		52.365.799.875	45.741.564.871
- LNST chưa phân phối lũy kế đến cuối kỳ trước	421a		27.910.522.319	23.584.154.646
- LNST chưa phân phối kỳ này	421b		24.455.277.556	22.157.410.225
12. Nguồn vốn đầu tư XDCB	422		-	-
13. Lợi ích của cổ đông không kiểm soát	429	V.22	18.891.772.801	19.119.327.544
II. Nguồn kinh phí và quỹ khác	430			
1. Nguồn kinh phí	431		-	-
2. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ	432		-	-
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440		1.590.991.329.373	1.477.769.473.104

Bảng kết quả kinh doanh

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Thuyết minh	Số lũy kế từ đầu năm đến cuối năm (Năm nay)	Số lũy kế từ đầu năm đến cuối năm (Năm trước)
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	VI.1	2.140.625.746.499	1.909.964.896.849
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	02	VI.1	22.490.122.188	5.978.414.974
3. Doanh thu thuần về bán hàng & cung cấp dịch vụ	10		2.118.135.624.311	1.903.986.481.875
4. Giá vốn hàng bán	11	VI.2	1.809.730.124.663	1.648.061.678.093
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	20		308.405.499.648	255.924.803.782
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	VI.3	15.934.966.929	11.089.004.538
7. Chi phí tài chính	22	VI.4	81.927.246.233	54.434.250.132
- Trong đó: Chi phí lãi vay	23		75.384.010.583	51.595.245.525
8. Phần lãi lỗ trong công ty liên doanh, liên kết			209.458.282	532.091.478
9. Chi phí bán hàng	24	VI.5	177.727.264.997	149.752.899.248
10. Chi phí quản lý doanh nghiệp	25	VI.6	48.861.083.290	37.376.602.733
11. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	30		16.034.330.339	25.982.147.685
12. Thu nhập khác	31	VI.7	17.747.935.208	6.897.809.955

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Thuyết minh	Số lũy kế từ đầu năm đến cuối năm (Năm nay)	Số lũy kế từ đầu năm đến cuối năm (Năm trước)
13. Chi phí khác	32	VI.8	1.750.600.479	1.505.883.473
14. Lợi nhuận khác	40		15.997.334.729	5.391.926.482
15. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	50		32.031.665.068	31.374.074.167
16. Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	VI.9	9.262.265.638	5.701.966.082
17. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	52	VI.10	(2.380.749.159)	2.090.607.936
18. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	60		25.150.148.589	23.581.500.149
18.1. Lợi nhuận sau thuế của cổ đông công ty mẹ	61		24.455.277.556	22.157.410.225
18.2. Lợi nhuận sau thuế của cổ đông không kiểm soát	62		694.871.033	1.424.089.924
19. Lãi cơ bản trên cổ phiếu(*)	70	VI.11	757	908
20. Lãi suy giảm trên cổ phiếu	71	VI.12		

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
----------	-------------	-------------	---------	-----------

I. Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh

1. Lợi nhuận trước thuế	01		32.031.665.068	31.374.074.167
2. Điều chỉnh cho các khoản				
- Khấu hao TSCĐ & BĐS đầu tư	02		10.656.667.519	5.466.656.734
- Các khoản dự phòng	03		(5.484.259.413)	(7,972,480,822)
- Lãi, lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái chưa thực hiện	04		406.401.833	(599.279.281)
- Lãi, lỗ từ hoạt động đầu tư	05		(17.773.237.016)	(8.797.701.911)
- Chi phí lãi vay	06		75.384.010.583	51.595.245.525
- Các khoản điều chỉnh khác	07			
3. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước thay đổi vốn lưu động	08		95.221.248.574	71.066.514.412
- Tăng, giảm các khoản phải thu	09		33.689.726.847	(55.740.053.879)
- Tăng, giảm hàng tồn kho	10		(50.368.360.562)	(61,826,355,918)

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
- Tăng, giảm các khoản phải trả	11		16.245.549.303	45.102.283.122
- Tăng, giảm chi phí trả trước	12		(791.945.843)	(6.909.077.758)
- Tăng, giảm chứng khoán kinh doanh	13		-	-
- Tiền lãi vay đã trả	14		(74.924.338.228)	(51.171.804.418)
- Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15		(5.837.628.637)	(7,859,556,737)
- Tiền thu khác từ hoạt động kinh doanh	16		(15.823.269.500)	
- Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17		(46.738.000)	(478,975,657)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20		(2.635.756.046)	(67.817.026.833)
II. Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư				
1. Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ và các tài sản dài hạn khác	21		(31.702.252.763)	(70.275.017.989)
2. Tiền thu từ thanh lý, nhượng bán TSCĐ và các tài sản dài hạn khác	22		5.664.644.600	80,000,000
3. Tiền chi cho vay, mua các công cụ nợ của đơn vị khác	23		(179.059.915.728)	(115.604.406.868)
4. Tiền thu hồi cho vay, bán lại các công cụ nợ của đơn vị khác	24		132.071.285.808	39.311.579.109
5. Tiền chi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	25		-	
6. Tiền thu hồi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	26			
7. Tiền thu lãi cho vay, cổ tức và lợi nhuận được chia	27		10.090.896.247	4.660.419.549
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30		(62.935.341.836)	(141.827.426.199)
III. Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính				
1. Tiền thu từ phát hành cổ phiếu, nhận vốn góp của chủ sở hữu	31			139.329.900.000
2. Tiền chi trả vốn góp cho các chủ sở hữu, mua lại cổ phiếu của doanh nghiệp đã phát hành	32			
3. Tiền thu từ đi vay	33		2.142.532.485.901	1,757,005,580,802

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
4. Tiền chi trả nợ gốc vay	34		(2.030.848.734.849)	(1,681,572,778,764)
5. Tiền chi trả nợ thuê tài chính	35			-
6. Cổ tức, lợi nhuận đã trả cho chủ sở hữu	36		(14.302.782.772)	
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40		97.380.968.280	214,762,702,038
Lưu chuyển tiền thuần trong năm	50		31.809.870.398	5,118,249,006
Tiền và tương đương tiền đầu năm	60		14.738.218.930	9,619,969,924
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ	61			-
Tiền và tương đương tiền cuối năm	70		46.548.089.328	14,738,218,930

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA
PHÓ CHỦ TỊCH HĐQT KIỂM TỔNG GIÁM ĐỐC




TỔNG GIÁM ĐỐC
Nguyễn Thị Huyền Chương



TẬP ĐOÀN NAGAKAWA

TRỤ SỞ

Khu 9, phường Phúc Thắng, thành phố Phúc Yên, tỉnh Vĩnh Phúc

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN

Tầng 3, 275 Nguyễn Trãi, quận Thanh Xuân, TP. Hà Nội

Điện thoại: 0243.215.1329

CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

94 Nam Trân, phường Hòa Minh, quận Liên Chiểu, TP. Đà Nẵng

Điện thoại: 0236.364.9880

CHI NHÁNH HỒ CHÍ MINH

25 Đoàn Thị Điểm, phường 1, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 0283.990.1602

NHÀ MÁY VIỆT PHÚC - HƯNG YÊN

Thôn Vĩnh Bảo, xã Vĩnh Khúc, huyện Văn Giang, tỉnh Hưng Yên



HOTLINE
1900 54 54 89

 info@nagakawa.com.vn

 <https://nagakawa.com.vn>

 Nagakawa Group