

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA

(Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 2500217389 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc cấp lần đầu ngày 21/03/2007, đăng ký thay đổi lần thứ 18 ngày 11/11/2021)



CHÀO BÁN THÊM CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG

1. Tên cổ phiếu: **Cổ phiếu Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa**
2. Loại cổ phiếu: **Cổ phiếu phổ thông**
3. Mệnh giá: **10.000 đồng/cổ phiếu**
4. Giá chào bán: **10.000 đồng/cổ phiếu**
5. Tổng số lượng cổ phiếu chào bán: **16.682.622 cổ phiếu**
6. Tổng giá trị cổ phiếu chào bán theo mệnh giá: **166.826.220.000 đồng**
7. Tổ chức kiểm toán:

CÔNG TY TNHH KIỂM TOÁN NHÂN TÂM VIỆT

Trụ sở: Tầng 3, số 8, phố Cát Linh, P. Cát Linh, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội

Điện thoại: (84-24) 3761 3399 Fax: (84-24) 3761 5599

8. Tổ chức tư vấn:

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN BẢO VIỆT

Trụ sở: Tầng 1, 4 và 7 Tòa nhà số 8 Lê Thái Tổ, P. Hàng Trống, Q. Hoàn Kiếm, TP. Hà Nội

Điện thoại: (84-24) 3928 8080 Fax: (84-24) 3928 9888

MỤC LỤC

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH.....	7
1. Tổ chức phát hành.....	7
2. Tổ chức tư vấn.....	7
II. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO.....	8
1. Rủi ro về kinh tế.....	8
2. Rủi ro về luật pháp.....	11
3. Rủi ro đặc thù ngành.....	11
4. Rủi ro về đợt chào bán.....	12
5. Rủi ro pha loãng.....	13
6. Rủi ro quản trị công ty.....	15
7. Rủi ro khác.....	16
III. CÁC KHÁI NIỆM.....	17
IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH.....	18
1. Thông tin chung về Tổ chức phát hành.....	18
2. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển của Tổ chức phát hành.....	20
3. Cơ cấu tổ chức.....	22
4. Cơ cấu quản trị và bộ máy quản lý của Tổ chức phát hành.....	23
5. Thông tin về Công ty mẹ, Công ty con của Tổ chức phát hành, những Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức phát hành, những Công ty mà Tổ chức phát hành nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần, phần vốn góp chi phối.....	26
6. Thông tin về quá trình tăng, giảm vốn điều lệ của Tổ chức phát hành.....	28
7. Thông tin về các khoản góp vốn, thoái vốn lớn của Tổ chức phát hành tại các doanh nghiệp khác.....	28
8. Thông tin về chứng khoán đang lưu hành.....	29
9. Thông tin về tỷ lệ sở hữu nước ngoài.....	29
10. Hoạt động kinh doanh.....	30
11. Chính sách lao động.....	59
12. Chính sách cổ tức.....	60
13. Thông tin về tình hình sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán gần nhất.....	61
14. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ chức phát hành.....	61
15. Các thông tin, nghĩa vụ nợ tiềm ẩn, tranh chấp kiện tụng liên quan tới Tổ chức phát hành có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính của Tổ chức phát hành, đợt chào bán, giá cổ phiếu chào bán, dự án sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán.	61
16. Thông tin về cam kết của Tổ chức phát hành không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xóa án tích.	62

V. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH, TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH VÀ DỰ KIẾN KẾ HOẠCH.....	62
1. Kết quả hoạt động kinh doanh	62
2. Tình hình tài chính	64
3. Ý kiến của Tổ chức kiểm toán đối với Báo cáo tài chính của Tổ chức phát hành.....	75
4. Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức.....	76
VI. THÔNG TIN VỀ CỔ ĐÔNG SÁNG LẬP, CỔ ĐÔNG LỚN, THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, KIỂM SOÁT VIÊN, TỔNG GIÁM ĐỐC (GIÁM ĐỐC), PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC, KẾ TOÁN TRƯỞNG	78
1. Thông tin về cổ đông sáng lập.....	78
2. Thông tin về cổ đông lớn	78
3. Thông tin về thành viên Hội đồng quản trị, Kiểm Soát viên, Tổng Giám đốc và Kế toán trưởng.....	83
VII. THÔNG TIN VỀ ĐỢT CHÀO BÁN.....	98
1. Loại cổ phiếu.....	98
2. Mệnh giá cổ phiếu.....	98
3. Tổng số lượng cổ phiếu chào bán	98
4. Tổng giá trị cổ phiếu chào bán theo mệnh giá	98
5. Giá chào bán dự kiến	98
6. Phương pháp tính giá	98
7. Phương thức phân phối	99
8. Đăng ký mua cổ phiếu	99
9. Lịch trình dự kiến phân phối cổ phiếu	100
10. Các hạn chế liên quan đến việc chuyển nhượng cổ phiếu	101
11. Tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu	101
12. Biện pháp bảo đảm tuân thủ quy định về sở hữu nước ngoài.....	102
13. Các loại thuế có liên quan.....	102
14. Thông tin về các cam kết	103
15. Thông tin về các chứng khoán khác được chào bán, phát hành trong cùng đợt:.....	104
VIII. MỤC ĐÍCH CHÀO BÁN.....	104
IX. KẾ HOẠCH SỬ DỤNG SỐ TIỀN THU ĐƯỢC TỪ ĐỢT CHÀO BÁN.....	105
X. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN TỚI ĐỢT CHÀO BÁN.....	107
XI. CÁC THÔNG TIN QUAN TRỌNG KHÁC CÓ THỂ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CỦA NHÀ ĐẦU TƯ.....	107
XII. PHỤ LỤC.....	108

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1: Danh sách Công ty con tại thời điểm 31/12/2021	27
Bảng 2: Danh sách Công ty liên doanh liên kết được hợp nhất theo phương pháp vốn chủ	27
Bảng 3: Thông tin quá trình tăng/giảm vốn của NAG	28
Bảng 4: Cơ cấu cổ đông của Công ty tại ngày 12/01/2022	29
Bảng 5: Cơ cấu doanh thu và lợi nhuận gộp của NAG	34
Bảng 6: Tài sản lớn thuộc sở hữu của NAG tại thời điểm 31/12/2021	36
Bảng 7: Cơ cấu doanh thu theo từng thị trường	37
Bảng 8: Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2021	38
Bảng 9: Thông tin một số hợp đồng có giá trị lớn của NAG	40
Bảng 10: Thông tin các khách hàng lớn của NAG	44
Bảng 11: Thông tin các nhà cung cấp lớn của NAG	48
Bảng 12: Cơ cấu lao động bình quân 2 năm 2020 và 2021	59
Bảng 13: Cơ cấu lao động tại thời điểm 31/12/2021	59
Bảng 14: Tình hình chi trả cổ tức của NAG	61
Bảng 15: Tóm tắt hoạt động kinh doanh của NAG năm 2020 và 2021	62
Bảng 16: Cơ cấu vốn kinh doanh của NAG	64
Bảng 17: Mức lương bình quân	65
Bảng 18: Các khoản phải thu tại các thời điểm	66
Bảng 19: Các khoản phải trả tại các thời điểm	69
Bảng 20: Số dư các khoản vay tại các thời điểm	70
Bảng 21: Các khoản phải nộp theo luật định	72
Bảng 22: Tình hình trích lập các quỹ	72
Bảng 23: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu năm 2020 và 2021	73
Bảng 24: Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức năm 2022 của NAG	76
Bảng 25: Danh sách thành viên HĐQT, BKS, Tổng Giám đốc và Kế toán trưởng	83

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1: Cơ cấu tổ chức NAG	22
Sơ đồ 2: Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty	23

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Tốc độ tăng trưởng GDP Việt Nam giai đoạn 2011 – 2021	8
Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng CPI bình quân Việt Nam giai đoạn 2011-2021	10
Biểu đồ 3: Dung lượng thị trường thiết bị nhà bếp 2015 – 2020	53

NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

1. Tổ chức phát hành: Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa

Ông: Nguyễn Ngọc Quý Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng quản trị

Bà: Nguyễn Thị Huyền Thương Chức vụ: Phó chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc

Bà: Huy Thị Dung Chức vụ: Phó Tổng Giám đốc kiêm Kế toán trưởng

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản cáo bạch này là chính xác, trung thực và cam kết chịu trách nhiệm về tính trung thực, chính xác của những thông tin và số liệu này. Trong phạm vi trách nhiệm và thông tin được biết, chúng tôi đảm bảo không có thông tin hoặc số liệu sai sót mà có thể gây ảnh hưởng đối với các thông tin trong Bản cáo bạch.

2. Tổ chức tư vấn: Công ty cổ phần Chứng khoán Bảo Việt

Đại diện theo pháp luật: Ông: Nhữ Đình Hòa Chức vụ: Tổng Giám đốc

Bản cáo bạch này là một phần của hồ sơ đăng ký chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng do Công ty cổ phần Chứng khoán Bảo Việt tham gia lập trên cơ sở Hợp đồng dịch vụ tư vấn chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng số 07/2022/BVSC-NAG/TV-PHCP ngày 10 tháng 01 năm 2022 với Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa. Trong phạm vi trách nhiệm, chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trong Bản cáo bạch này đã được thực hiện một cách hợp lý và cẩn trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa cung cấp.

II. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa (“NAG/Nagakawa”) hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh thương mại, cụ thể là cung ứng các sản phẩm điện lạnh, sản phẩm hàng gia dụng và sản phẩm thiết bị nhà bếp nhập khẩu. Kết quả kinh doanh và triển vọng phát triển của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố rủi ro (bao gồm nhưng không giới hạn) được đề cập dưới đây:

1. Rủi ro về kinh tế

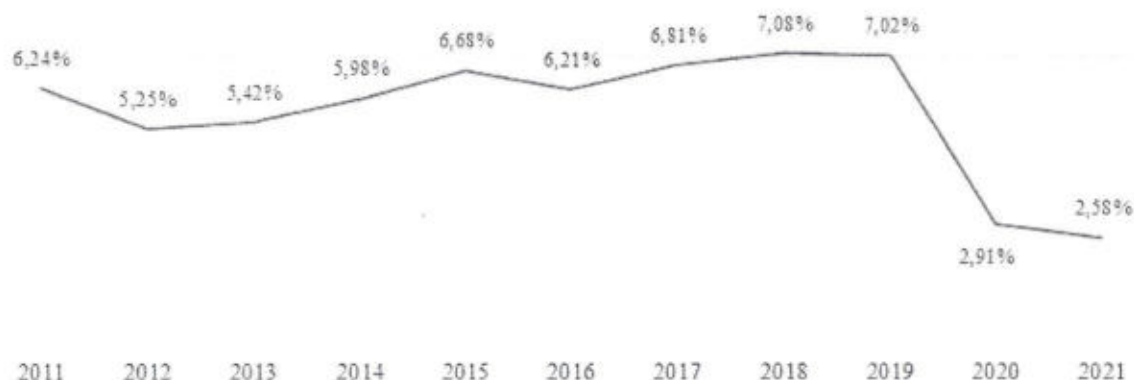
Sự phát triển của nền kinh tế thường được đánh giá thông qua tốc độ tăng trưởng kinh tế, sự biến động về lạm phát, lãi suất hay tỷ giá hối đoái, v.v... Các yếu tố này tác động mang tính hệ thống tới nền kinh tế. Sự biến động bất thường của các yếu tố này có thể gây ra những rủi ro cho các chủ thể tham gia vào nền kinh tế nói chung và Nagakawa nói riêng.

1.1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế

Trong vài năm trở lại đây tính đến năm 2019, nền kinh tế toàn cầu đã có những bước tăng trưởng tích cực. Việt Nam vì thế cũng nhận được những tác động tích cực từ sự tăng trưởng chung của nền kinh tế toàn cầu. Bên cạnh đó, những nỗ lực của Chính phủ nhằm kích thích nền kinh tế thông qua chính sách tiền tệ và tài khóa linh hoạt nhưng vẫn giữ được những mục tiêu cơ bản của nền kinh tế như kiềm chế lạm phát, mặt bằng lãi suất... đã giúp tình hình kinh tế vĩ mô nước ta trong những năm qua có bước chuyển mình mạnh mẽ. Trong 3 năm 2017, 2018 và 2019, tốc độ tăng trưởng GDP Việt Nam đạt lần lượt là 6,81%, 7,08%, 7,02%. Riêng năm 2019, GDP đạt kết quả ấn tượng khi vượt mục tiêu của Quốc Hội đề ra từ 6,6% - 6,8%. Điều này cho thấy hiệu quả trong công tác quản lý cũng như sự nỗ lực của Chính phủ và các cấp các ngành và cộng đồng doanh nghiệp trong năm 2019.

Kể từ năm 2020, không chỉ riêng Việt Nam mà toàn bộ nền kinh tế trên thế giới nói chung có nhiều khó khăn do những ảnh hưởng của đại dịch Covid 19. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tăng trưởng GDP năm 2020 của Việt Nam tăng 2,91% là mức tăng trưởng thấp nhất của các năm trong giai đoạn 2011-2020. Kết quả này thể hiện sự tăng trưởng chậm rõ rệt của nền kinh tế, tuy nhiên, đây là tín hiệu khả quan nếu đặt trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu chịu sự tác động lớn từ đại dịch Covid-19, căng thẳng chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, v.v... khi mà nhiều nước trên thế giới có mức tăng trưởng kinh tế âm.

Biểu đồ 1: Tốc độ tăng trưởng GDP Việt Nam giai đoạn 2011 – 2021



Nguồn: Tổng cục Thống kê

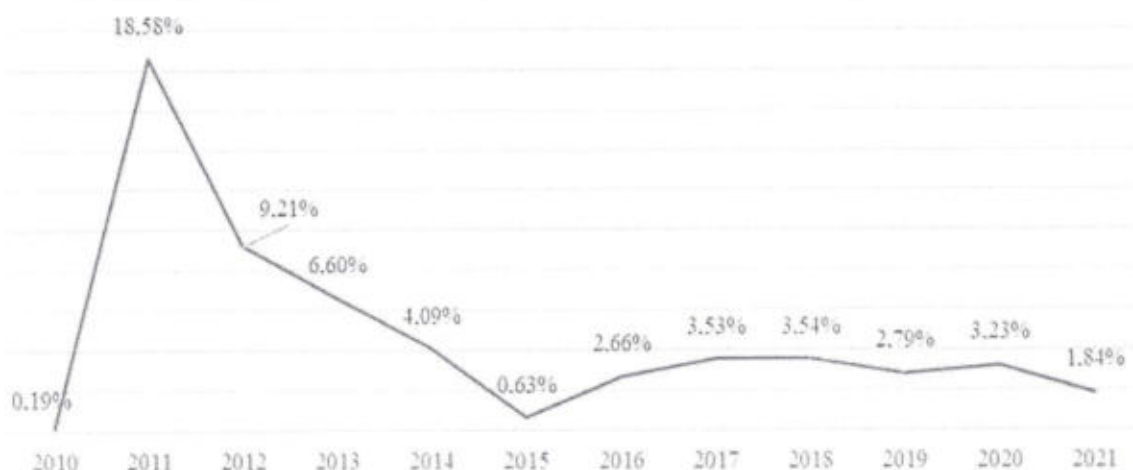
Theo Tổng cục Thống kê, ước tính GDP năm 2021 tăng 2,58% (Quý I tăng 4,72%; Quý II tăng 6,73%; Quý III giảm 6,02%; Quý IV tăng 5,22%) so với năm 2020 do dịch Covid 19 ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt là trong quý III/2021 nhiều địa phương kinh tế trọng điểm phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài để phòng chống dịch bệnh. Tăng trưởng kinh tế giảm sẽ kéo theo nhu cầu về hàng hóa giảm nói chung và nhu cầu đầu ra các sản phẩm điện lạnh, gia dụng, v.v... nói riêng giảm từ đó tác động tiêu cực tới hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

1.2. Lạm phát

Lạm phát là yếu tố vĩ mô có tác động đến toàn bộ nền kinh tế, giai đoạn 2016 – 2019, lạm phát bình quân của Việt Nam ở mức thấp kỷ lục trong nhiều năm, đặc biệt năm 2019 là năm có tỷ lệ lạm phát thấp nhất trong giai đoạn này ở mức 2,79% - thấp hơn nhiều so với mục tiêu Quốc Hội đề ra là 4%. Trong năm 2020, dưới bối cảnh nền kinh tế dự báo gặp nhiều khó khăn do dịch Covid-19, Quốc Hội tiếp tục đề ra mục tiêu lạm phát năm 2020 dưới 4%. Theo Tổng cục Thống kê, chỉ số lạm phát cơ bản bình quân năm 2020 tăng 2,31%, chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tăng 3,23% so với bình quân năm 2019.

Cũng theo Tổng cục Thống kê, tính đến hết năm 2021, lạm phát cơ bản bình quân tăng 0,81% và CPI bình quân tăng 1,84% so năm 2020. Đây là mức tăng thấp nhất kể từ năm 2016. Năm 2021, trong bối cảnh áp lực lạm phát toàn cầu ngày càng tăng cao, giá nguyên nhiên vật liệu đầu vào cho sản xuất, giá cước vận chuyển liên tục tăng nhưng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân năm 2021 của Việt Nam chỉ tăng 1,84% so với năm trước, thấp nhất trong 6 năm qua, đạt mục tiêu Quốc hội đề ra, tiếp tục là năm kiểm soát lạm phát thành công.

Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng CPI bình quân Việt Nam giai đoạn 2011-2021



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Tỷ lệ lạm phát nếu được duy trì ổn định ở mức thấp sẽ tác động tích cực đến hoạt động kinh doanh thông qua kiểm soát được giá cả chi phí các yếu tố đầu vào, nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh doanh. Đối với doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh, cung ứng các sản phẩm điện lạnh và gia dụng như Nagakawa, trong trường hợp lạm phát tăng cao sẽ ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh của Nagakawa thông qua sự gia tăng của các chi phí đầu vào như chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân sự,... từ đó làm giảm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

1.3. Lãi suất

Bên cạnh lạm phát, lãi suất là chỉ số có ý nghĩa quan trọng mà Nagakawa phải luôn theo dõi và cập nhật thường xuyên để hoạch định chiến lược đầu tư phù hợp. Đa số doanh nghiệp đều sử dụng vốn vay từ ngân hàng để bổ sung cho hoạt động kinh doanh. Lãi suất cho vay hình thành nên chi phí vốn và là chi phí đầu vào của quá trình sản xuất kinh doanh; có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Nếu lãi suất cho vay của các ngân hàng thương mại tăng sẽ khiến cho chi phí đầu vào và giá thành sản phẩm tăng lên, khiến lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh suy giảm. Khi đó, các doanh nghiệp sẽ có xu hướng cắt giảm và thu hẹp quy mô hoạt động. Trong khi đó, cắt giảm lãi suất sẽ là động lực cho doanh nghiệp giảm chi phí và giá thành, đồng thời tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Hơn thế, lãi suất thấp là động lực cho các doanh nghiệp mở rộng đầu tư và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh, kích thích tăng trưởng kinh tế vĩ mô, tác động tích cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

Hiện nay, do diễn biến của dịch Covid – 19, Ngân hàng Nhà nước đã có những động thái giảm lãi suất trên thị trường nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong nền kinh tế. Việc giảm lãi suất sẽ hỗ trợ tích cực cho các hợp đồng vay với lãi suất thả nổi nhưng trái chiều với các hợp đồng vay với lãi suất cố định. Khi lãi suất giảm, các hợp đồng vay với lãi suất cố định sẽ không được hưởng lợi theo xu hướng giảm của lãi suất, hay nói cách khác chi phí vốn vay của Công ty sẽ

vẫn duy trì ở mức cao so với mặt bằng lãi suất trên thị trường. Việc chi phí vốn cao sẽ làm giảm kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty.

1.4. Tỷ giá

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.

Trong năm 2021, yếu tố tác động lên tỷ giá chủ yếu đến từ thị trường quốc tế, trong đó hai yếu tố chính là tăng trưởng kinh tế Mỹ chậm lại do ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 cùng với việc Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) vẫn giữ chính sách tiền tệ nới lỏng để kích thích nền kinh tế bị ảnh hưởng từ đại dịch khiến đồng USD chỉ tăng nhẹ 0.1% so với đầu năm. Việc đồng ngoại tệ trở nên mất giá so với đồng nội tệ có thể sẽ làm giảm nhu cầu mua hàng hóa trong nước dẫn tới giảm doanh số bán hàng 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.

2. Rủi ro về luật pháp

Rủi ro về luật pháp là sự ảnh hưởng đến hoạt động của Nagakawa khi có những thay đổi trong hệ thống các văn bản luật trực tiếp hoặc gián tiếp điều chỉnh các hoạt động của Nagakawa, chiến lược phát triển ngành liên quan đến hoạt động của Nagakawa. Hiện tại, hoạt động của Nagakawa chịu sự điều chỉnh của nhiều văn bản pháp luật như: Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật Thuế, Luật Đất đai, Luật Bảo vệ môi trường,... và các văn bản liên quan khác.

Là một công ty đại chúng đã niêm yết chứng khoán, Nagakawa còn chịu sự điều chỉnh của Luật Chứng khoán và các văn bản hướng dẫn liên quan. Vì vậy, những thay đổi của các văn bản pháp lý trong lĩnh vực này đều ảnh hưởng đến hoạt động của Nagakawa.

Để kiểm soát rủi ro về mặt luật pháp, Nagakawa liên tục cập nhật những thay đổi về các quy định của luật pháp liên quan đến hoạt động của Nagakawa, từ đó đưa ra kế hoạch phát triển kinh doanh phù hợp. Để ngăn chặn các phát sinh theo hướng tiêu cực của rủi ro, Nagakawa đã xây dựng hệ thống quản trị nội bộ theo các quy định của pháp luật.

3. Rủi ro đặc thù ngành

3.1. 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.

3.2. 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

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

4. Rủi ro về đợt chào bán

Trong đợt huy động vốn lần này, Công ty sẽ phát hành cho cổ đông hiện hữu. Căn cứ giá trị sổ sách cổ phiếu của Công ty, nhu cầu vốn của Nagakawa trong đợt chào bán, diễn biến giao dịch cổ phiếu NAG, cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho cổ đông thực hiện quyền, HĐQT của Công ty đề xuất và đã được ĐHĐCĐ chấp thuận tại Nghị quyết số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG ngày 12/02/2022, mức giá chào bán cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu bằng với mệnh giá là 10.000 đồng/cổ phần (chiết khấu khoảng 27,12% so với giá trị sổ sách tại 31/12/2021).

Đồng thời, ĐHĐCĐ cũng đã thông qua phương án xử lý số cổ phiếu không chào bán hết là ủy quyền cho HĐQT toàn quyền quyết định phân phối số cổ phiếu không được các cổ đông

đăng ký mua/từ chối quyền ưu tiên mua với giá không thấp hơn giá chào bán cho cổ đông hiện hữu. Số cổ phiếu không chào bán hết khi phân phối tiếp sẽ bị hạn chế chuyển nhượng trong vòng 01 năm kể từ ngày hoàn thành đợt phát hành, trừ trường hợp số cổ phiếu này được tổ chức bảo lãnh phát hành mua theo cam kết tại hợp đồng bảo lãnh phát hành (nếu có). Do đó, đợt chào bán có khả năng thành công. Tuy nhiên, trong trường hợp do một số nguyên nhân khách quan như: các yếu tố vĩ mô làm giảm kỳ vọng của nhà đầu tư về thị trường chứng khoán, đợt phát hành không có bảo lãnh phát hành hay dịch bệnh tái bùng phát trên phạm vi toàn cầu,... dẫn đến đợt chào bán không đạt tỷ lệ thực hiện quyền như mong muốn và số tiền thu về không đạt được như dự kiến, Công ty sẽ bù đắp cho phương án sử dụng vốn bằng nguồn huy động khác thông qua các hình thức phù hợp với quy định của pháp luật.

5. Rủi ro pha loãng

Theo quyết định số 548/QĐ-SGDHN ngày 22/09/2009, Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa chính thức niêm yết cổ phiếu tại Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) với mã cổ phiếu NAG.

Sau khi hoàn tất đợt chào bán, có thể xuất hiện mức độ pha loãng, các nhà đầu tư nên lưu ý các rủi ro sau liên quan đến pha loãng cổ phiếu bao gồm: pha loãng về giá cổ phiếu; pha loãng thu nhập trên mỗi cổ phần (EPS); pha loãng giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần (BV).

➤ Rủi ro pha loãng về giá cổ phiếu:

Thông thường cổ phiếu Công ty cổ phần đã giao dịch tập trung hoặc niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán sẽ bị điều chỉnh kỹ thuật về giá, giá pha loãng khi có cổ phiếu mới phát hành theo công thức sau:

$$P = \frac{P_{t-1} + (I \times PR)}{1 + I}$$

Trong đó:

P: là giá tham chiếu của cổ phiếu tại ngày giao dịch không hưởng quyền (giá cổ phiếu sau khi bị pha loãng);

P_{t-1}: là giá cổ phiếu trước ngày giao dịch không hưởng quyền (giá cổ phiếu trước khi bị pha loãng);

I: là tỷ lệ vốn tăng;

PR: là giá cổ phiếu sẽ bán cho người nắm giữ quyền mua cổ phiếu trong đợt phát hành mới.

Do đó, cổ phiếu NAG khi giao dịch tại HNX sẽ bị ảnh hưởng bởi điều chỉnh kỹ thuật về giá cổ phiếu trên thị trường chứng khoán khi thực hiện phát hành cho cổ đông hiện hữu.

Ví dụ: Ngày T là ngày giao dịch không hưởng quyền của các cổ đông để thực hiện chốt danh sách phân bổ quyền mua cổ phiếu trong đợt chào bán của cổ phiếu NAG (niêm yết tại HNX), giả định giá của cổ phiếu NAG tại ngày T-1 là 15.000 đồng/CP. Tỷ lệ vốn tăng theo phương án phát hành là $I = 1:1$ (cổ đông sở hữu 01 cổ phiếu NAG tại ngày chốt danh sách cổ đông thực hiện quyền sẽ được hưởng tương ứng 01 quyền mua, và cứ 01 quyền mua sẽ được mua 01 cổ phiếu phát hành thêm), giá cổ phiếu sẽ bán cho người nắm quyền mua cổ phiếu theo phương án phát hành là $PR = 10.000$ đồng/CP. Theo công thức nêu trên, giá tham chiếu của cổ phiếu tại ngày T, sau khi bị pha loãng là:

$$P = (15.000 + 100\% \times 10.000) / (1 + 100\%) = 12.250 \text{ (đồng)}.$$

➤ ***Pha loãng thu nhập trên mỗi cổ phần:***

Công thức tính EPS pha loãng dự kiến như sau:

$$\text{EPS pha loãng} = E / Q_{bq}$$

Trong đó:

EPS pha loãng: Thu nhập trên mỗi cổ phần pha loãng sau đợt phát hành.

E: Tổng lợi nhuận phân bổ cho cổ đông sở hữu mỗi cổ phiếu phổ thông.

Q_{bq}: Số lượng cổ phần đang lưu hành bình quân sau khi phát hành.

EPS năm 2021 theo BCTC kiểm toán hợp nhất của NAG là 1.058 đồng/cổ phiếu. Sau phát hành, chỉ số EPS của Công ty có thể giảm do tổng số lượng cổ phần lưu hành tăng lên so với hiện tại và việc sử dụng vốn thu được từ đợt phát hành có thể chưa tạo ra ngay doanh thu và lợi nhuận cho Công ty.

Ví dụ: Giả định ngày hoàn tất đợt chào bán của NAG là 30/06/2022, số lượng cổ phiếu lưu hành bình quân trong năm 2022 là:

$$Q_{bq} = \frac{16.682.622 \times 6 + 33.365.244 \times 6}{12} = 25.023.933 \text{ cổ phần}$$

Nếu giả định NAG đạt lợi nhuận sau thuế 25.000.000.000 tỷ đồng trong năm 2022, khi đó EPS năm 2022 trước và sau pha loãng như sau:

$$\text{EPS 2022} = \frac{25.000.000.000}{16.682.622} = 1.499 \text{ đồng/cổ phần}$$

$$\text{EPS 2022 pha loãng} = \frac{25.000.000.000}{25.023.933} = 999 \text{ đồng/cổ phần}$$

➤ ***Pha loãng giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần (BV):***

Công thức tính pha loãng BV dự kiến như sau:

$$BVpha\ loăng = NVCSH/Qbq$$

Trong đó:

BV pha loăng: Giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần pha loăng sau đợt phát hành.

NVCSH: Nguồn vốn chủ sở hữu trong kỳ thuộc về cổ đông.

Qbq: Số lượng cổ phần đang lưu hành bình quân sau khi phát hành.

Sau đợt phát hành, Giá trị sổ sách pha loăng trên mỗi cổ phiếu của Công ty có thể biến động phụ thuộc vào tốc độ tăng của giá trị nguồn vốn chủ sở hữu và tốc độ tăng của số lượng cổ phiếu lưu hành.

Giả định NAG hoàn thành đợt chào bán tại 30/06/2022, như đã tính ở phần pha loăng EPS nêu trên, số lượng cổ phiếu lưu hành bình quân trong năm 2022 là $Qbq_{2022} = 25.023.933$ cổ phiếu. Giả định Nguồn vốn chủ sở hữu tại 31/12/2022 là 420.734.404.154 đồng (giả định phát sinh thêm trong năm gồm 166.826.220.000 đồng từ tăng vốn và 25.000.000.000 tỷ đồng từ lợi nhuận sau thuế).

STT	Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022 (Dự kiến)
1	Nguồn vốn chủ sở hữu (đồng)	228.908.184.154	420.734.404.154
2	Số lượng cổ phiếu lưu hành tại ngày 31/12 (cổ phiếu)	16.682.622	33.365.244
3	Số lượng cổ phiếu lưu hành bình quân trong năm (cổ phiếu)	16.108.340	25.023.933
4	Giá trị sổ sách bình quân (đồng) (4) = (1)/(3)	14.211	16.813
5	Giá trị sổ sách tính tại ngày 31/12 (đồng) (5)=(1)/(2)	13.721	12.610

Trường hợp giá phát hành cao hơn giá giao dịch tại ngày giao dịch không hưởng quyền

Trường hợp giá phát hành của cổ phiếu NAG cao hơn giá giao dịch trên sàn tại ngày giao dịch không hưởng quyền, theo quy chế giao dịch của HNX, giá tham chiếu tại ngày giao dịch không hưởng quyền sẽ không điều chỉnh sau khi đã điều chỉnh các quyền khác (nếu có).

6. Rủi ro quản trị công ty

Rủi ro có thể xuất phát từ việc quản trị Công ty yếu kém có thể ảnh hưởng tới sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp là rủi ro tiềm ẩn không chỉ của Công ty nói riêng mà các doanh nghiệp nói chung. Việc quản trị yếu kém có thể gây ra những hậu quả như: đầu tư thiếu hiệu quả, lãng phí vốn, chi phí vốn cao, mất cân đối tài chính, không có hoặc sai định hướng phát triển, sản phẩm dịch vụ chưa đáp ứng thị trường và những bất đồng nội bộ gây ảnh hưởng tới

quyền và lợi ích của cổ đông. Việc cán bộ công nhân viên, lãnh đạo cấp cao không thực hiện đúng và đủ trách nhiệm cũng như vai trò được giao sẽ gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào. Nhằm hạn chế và giảm thiểu các rủi ro liên quan đến quản trị, Công ty luôn chú trọng việc quản trị rủi ro và giám sát việc thực hiện các quy chế quản trị nội bộ của Công ty.

7. Rủi ro khác

7.1. Rủi ro từ tự nhiên – dịch bệnh

Dịch Covid-19 bùng phát từ Trung Quốc bùng phát từ cuối tháng 12/2019 do virus SARS-CoV-2 vẫn đang diễn biến phức tạp và ảnh hưởng đến toàn bộ các nền kinh tế trên thế giới và ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng toàn cầu. Tính đến ngày 14/02/2022, số lượng ca nhiễm trên thế giới đã lên tới 412,17 triệu ca nhiễm bệnh. Dịch bệnh bùng phát và kéo dài đã khiến cho nền kinh tế bị đình trệ, nợ công tăng dần, doanh thu của các doanh nghiệp giảm sút do khó khăn trong việc tìm kiếm khách hàng hoặc thiếu nguồn cung nguyên vật liệu.

Hiện tại, Việt Nam đã trải qua 4 đợt dịch, trong đó giai đoạn đợt dịch thứ 4 kể từ ngày 27/04/2021 là có diễn biến phức tạp và bùng phát mạnh với nhiều điểm nóng trên cả nước, đặc biệt là các trọng điểm phát triển kinh tế - xã hội của cả nước như TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Bắc Giang, Bắc Ninh, v.v... Tính đến ngày 14/02/2022, Việt Nam đã ghi nhận 2.481.259 ca nhiễm bệnh. Dịch bệnh cũng ảnh hưởng không hề nhỏ đến tất cả các lĩnh vực kinh tế xã hội, gây gián đoạn chuỗi cung ứng và lưu chuyển thương mại, làm đình trệ các hoạt động sản xuất, kinh doanh và dịch vụ; tăng tỷ lệ thất nghiệp. Đồng thời, dịch bệnh cũng làm suy giảm nhu cầu mua sắm và tiêu dùng, các biện pháp giãn cách, kiểm soát nghiêm ngặt và kéo dài gây tác động lớn đến các doanh nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh và phân phối như Nagakawa khi chuỗi cung ứng bị đứt gãy, vận chuyển hàng hóa chậm, giá thành tăng do cước vận chuyển tăng.

Tuy nhiên, hiện nay Chính phủ và các Địa phương đang dần kiểm soát được dịch bệnh nhờ triển khai các biện pháp phòng chống dịch bệnh như thực hiện giãn cách xã hội; đảm bảo cách ly an toàn; đặc biệt là phát động chiến dịch tiêm chủng lớn nhất trong lịch sử - tiêm vaccine phòng Covid-19 nhằm đạt mục tiêu miễn dịch cộng đồng vào năm 2022. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng thực hiện các chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp chịu ảnh hưởng do dịch Covid-19 nhằm sớm hồi phục sản xuất kinh doanh và tăng trưởng kinh tế.

7.2. Rủi ro khác


Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh của Nagakawa có thể chịu ảnh hưởng bởi những rủi ro khác như rủi ro do thiên tai, dịch bệnh, sự ảnh hưởng những biến động chính trị, xã hội trên thế giới, chiến tranh,... Nếu xảy ra, những rủi ro đó có thể sẽ gây thiệt hại về con người, tài sản của Nagakawa hoặc làm cho hoạt động kinh doanh của Nagakawa bị ảnh hưởng.

III. CÁC KHÁI NIỆM

BCTC	: Báo cáo tài chính
BKS	: Ban kiểm soát
BVSC	: Công ty cổ phần Chứng khoán Bảo Việt
CTCP	: Công ty cổ phần
Công ty, Doanh nghiệp, NAG, Nagakawa	: Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa
DTT	: Doanh thu thuần
ĐHĐCĐ	: Đại hội đồng cổ đông
HDQT	: Hội đồng quản trị
HĐTV	: Hội đồng thành viên
HNX	: Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
LNST	: Lợi nhuận sau thuế
Luật Doanh nghiệp	: Luật Doanh nghiệp số 59/2020/QH14 ngày 17/06/2020
Luật Chứng khoán	: Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14 ngày 26/11/2019
TGD	: Tổng Giám đốc
Thuế GTGT/ VAT	: Thuế giá trị gia tăng
Thuế TNCN	: Thuế thu nhập cá nhân
Thuế TNDN	: Thuế thu nhập doanh nghiệp
TMĐT	: Thương mại điện tử
UBCKNN	: Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
VND	: Việt Nam Đồng
VSD	: Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam

IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

1. Thông tin chung về Tổ chức phát hành

Tên Công ty đầy đủ	: CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA
Tên viết tắt	: NAGAKAWA GROUP
Tên quốc tế	: NAGAKAWA GROUP JOINT STOCK COMPANY
Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số	: Số 2500217389 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc cấp lần đầu ngày 21/03/2007, đăng ký thay đổi lần thứ 18 ngày 11/11/2021.
Địa chỉ trụ sở chính	: Khu 09, Phường Phúc Thắng, Thành phố Phúc Yên, Tỉnh Vĩnh Phúc, Việt Nam
Số điện thoại	: (84-21) 1387 3568
Số fax	: (84-21) 1354 8020
Website	: www.nagakawa.com.vn
Vốn điều lệ hiện tại	: 166.826.240.000 đồng
Người đại diện theo pháp luật	: Nguyễn Thị Huyền Thương – Chức vụ: Tổng Giám đốc
Mã cổ phiếu	: NAG
Sàn niêm yết	: HNX
Logo	: 

Ngành nghề kinh doanh:

Mã ngành	Tên ngành, nghề kinh doanh
2640 (Chính)	Sản xuất sản phẩm điện tử dân dụng
2750	Sản xuất đồ điện dân dụng
	Chi tiết: - Sản xuất đồ điện dân dụng - Sản xuất điều hoà không khí
2790	Sản xuất thiết bị điện khác
	Chi tiết: - Sản xuất và mua bán máy móc thiết bị điện, vật liệu điện
2410	Sản xuất sắt, thép, gang
2511	Sản xuất các cấu kiện kim loại
2591	Rèn, dập, ép và cán kim loại; luyện bột kim loại
2592	Gia công cơ khí; xử lý và tráng phủ kim loại
710	Khai thác quặng sắt

Mã ngành	Tên ngành, nghề kinh doanh
	(DN chỉ hoạt động khi có đủ điều kiện và được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cấp phép theo quy định)
722	Khai thác quặng kim loại khác không chứa sắt (DN chỉ hoạt động khi có đủ điều kiện và được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cấp phép theo quy định)
810	Khai thác đá, cát, sỏi, đất sét Chi tiết: - Khai thác và mua bán đá, cát, sỏi, đất sét
5210	Kho bãi và lưu giữ hàng hóa Chi tiết: - Cho thuê kho bãi - Kho bãi và lưu trữ hàng hóa
4663	Bán buôn vật liệu, thiết bị lắp đặt khác trong xây dựng
3250	Sản xuất thiết bị, dụng cụ y tế, nha khoa, chỉnh hình và phục hồi chức năng Chi tiết: - Sản xuất thiết bị, dụng cụ y tế, nha khoa (trừ răng giả, kính thuốc)
3320	Lắp đặt máy móc và thiết bị công nghiệp
4311	Phá dỡ
4312	Chuẩn bị mặt bằng
4321	Lắp đặt hệ thống điện
4329	Lắp đặt hệ thống xây dựng khác Chi tiết: - Thiết kế hệ thống thông gió, cấp nhiệt, điều hòa không khí công trình xây dựng - Lắp đặt hệ thống xây dựng khác
4651	Bán buôn máy vi tính, thiết bị ngoại vi và phần mềm
4652	Bán buôn thiết bị và linh kiện điện tử, viễn thông
4653	Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy nông nghiệp
4659	Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy khác Chi tiết: - Mua bán máy móc, thiết bị y tế - Mua bán dụng cụ y tế - Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy khác
4933	Vận tải hàng hóa bằng đường bộ Chi tiết: Vận tải hàng hóa bằng ô tô chuyên dụng
6810	Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê
6820	Tư vấn, môi giới, đấu giá bất động sản, đấu giá quyền sử dụng đất
4322	Lắp đặt hệ thống cấp, thoát nước, hệ thống sưởi và điều hòa không khí
4101	Xây dựng nhà để ở
4102	Xây dựng nhà không để ở
4211	Xây dựng công trình đường sắt
4212	Xây dựng công trình đường bộ
4221	Xây dựng công trình điện

Mã ngành	Tên ngành, nghề kinh doanh
4222	Xây dựng công trình cấp, thoát nước
4223	Xây dựng công trình viễn thông, thông tin liên lạc
4229	Xây dựng công trình công ích khác
4291	Xây dựng công trình thủy
4292	Xây dựng công trình khai khoáng
4293	Xây dựng công trình chế biến, chế tạo
4299	Xây dựng công trình kỹ thuật dân dụng khác

2. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển của Tổ chức phát hành

Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa là tập đoàn kinh tế tư nhân hoạt động trong lĩnh vực điện lạnh, gia dụng và thiết bị nhà bếp với sản phẩm chủ lực là máy điều hòa không khí, tủ đông, máy làm mát, sản phẩm gia dụng thương hiệu Nagakawa.

Gia nhập thị trường Việt Nam vào năm 2002, bằng những nỗ lực không ngừng, Nagakawa trở thành thương hiệu uy tín tại Việt Nam và liên tục mở rộng các ngành nghề mới như: đầu tư tài chính và đặc biệt là cung ứng các sản phẩm điều hòa công nghiệp công suất lớn phục vụ các công thương mại và công nghiệp.

Mục tiêu của Nagakawa là trở thành tập đoàn kinh tế lớn mạnh, tận dụng tiềm lực và nội lực tích lũy gần 20 năm để nỗ lực hoàn thiện, phát phát triển năng động, bền vững trong tiến trình hội nhập quốc tế.

➤ CÁC MỐC PHÁT TRIỂN:

Ngày 22/08/2002: Nagakawa thành lập, tiền thân là Công ty liên doanh Nagakawa Việt Nam, số vốn pháp định là 100 tỷ đồng.

Ngày 21/3/2007: 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. Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam 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.

Tháng 9/2009: 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 Tập đoàn Nagakawa.

Tháng 12/2009: Thành lập Công ty Đầu tư và phát triển kỹ thuật Nagakawa – IDT. Công ty Nagakawa – IDT chuyên cung cấp và lắp đặt hệ thống máy công suất lớn cho các công trình thương mại.

Tháng 7/2010: Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam tăng vốn điều lệ từ 100 tỷ đồng lên 110 tỷ đồng thông qua việc phát hành cổ phiếu thường cho cổ đông hiện tỷ lệ 20:1 và trả cổ tức bằng cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu với tỷ lệ 20:1.

Tháng 2/2011: Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam tăng vốn điều lệ từ 110 tỷ đồng lên 135 tỷ đồng.

Tháng 8/2011: Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam tăng vốn điều lệ từ 135 tỷ đồng lên 148.5 tỷ đồng.

Tháng 8/2017: Thành lập công ty điện tử Nagakawa với các mặt hàng về gia dụng, điện gia dụng như một nhánh mới tạo sự đa dạng và phong phú thêm về lĩnh vực hoạt động của Công ty cổ phần Nagakawa Việt Nam, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng với mục tiêu sẽ trở thành Top 3 doanh nghiệp gia dụng lớn nhất Việt Nam.

Ngày 21/8/2017: Công ty Cổ phần Nagakawa Việt Nam chính thức chuyển đổi thành Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa theo giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh do Sở kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc cấp ngày 21/8/2017.

Ngày 6/11/2019: Nagakawa chính thức ra mắt website thương mại điện tử riêng <https://www.shop.nagakawa.com.vn>, đánh dấu một bước ngoặt mới của Công ty trong kỷ nguyên 4.0.

Năm 2020: Nagakawa chính thức ra mắt ngành hàng Thiết bị nhà bếp Cao cấp góp phần hoàn thiện hệ sinh thái nhà bếp của Nagakawa. Năm 2020, Nagakawa ra mắt Chiến lược thương hiệu mới “An tâm toàn diện” với mục tiêu “Lấy khách hàng làm trung tâm”.

➤ CÁC THÀNH TÍCH VÀ GIẢI THƯỞNG TIÊU BIỂU:

STT	Thành tích đạt được	Năm	Cấp khen thưởng
1	Top 500 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam	2020, 2021	Tổ chức xếp hạng Việt Nam Report
2	Top 50 doanh nghiệp tăng trưởng xuất sắc nhất Việt Nam	2020, 2021	Tổ chức xếp hạng Việt Nam Report
3	Thương hiệu mạnh Việt Nam	2021	Tạp chí Kinh tế Việt Nam
4	Thương hiệu xanh trong CMCN 4.0	2021	Tạp chí Việt Nam hội nhập - Viện Chính sách, Pháp luật và Quản lý
5	Nhà máy thân thiện với môi trường	2021	Tạp chí Việt Nam hội nhập - Viện Chính sách, Pháp luật và Quản lý
6	Doanh nhân tiêu biểu vì sự nghiệp bảo vệ môi trường	2021	Tạp chí Việt Nam hội nhập - Viện Chính sách, Pháp luật và Quản lý
7	Top sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho gia đình và trẻ em	2021	Bộ Lao động – Thương Binh và xã hội
8	Thương hiệu vàng vì sức khỏe người Việt	2019	BTC chương trình Thương hiệu vàng vì sức khỏe người Việt

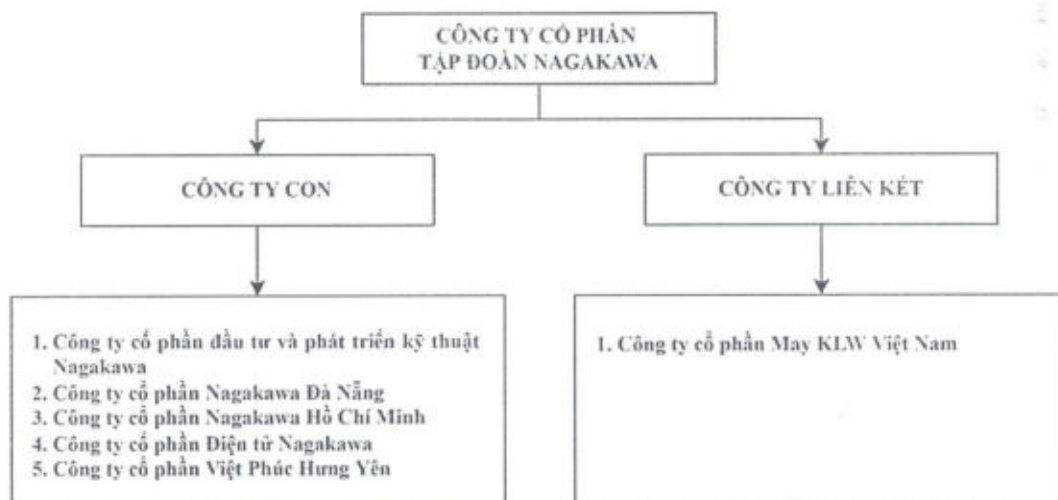
STT	Thành tích đạt được	Năm	Cấp khen thưởng
9	Cúp Vàng sản phẩm vì Thương hiệu chất lượng cao và quyền sử dụng dấu hiệu	2018	Liên hiệp khoa học doanh nhân Việt Nam và Viện Chất lượng Việt Nam phù hợp tiêu chuẩn
10	Top 10 Thương hiệu tiêu biểu Châu Á Thái Bình Dương	2017	BTC chương trình Thương hiệu tiêu biểu Châu Á Thái Bình Dương
11	Top 10 sản phẩm dịch vụ xuất sắc vì người tiêu dùng	2016	BTC chương trình Doanh nhân, doanh nghiệp tiêu biểu sản phẩm dịch vụ xuất sắc vì người tiêu dùng
12	Doanh nghiệp xuất sắc tỉnh Vĩnh Phúc	2010	Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc
13	Giải thưởng Thương hiệu nổi tiếng Quốc Gia	2010	BTC Chương trình “Giải thưởng Thương hiệu nổi tiếng Quốc Gia”

Nguồn: NAG

3. Cơ cấu tổ chức

Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa hoạt động theo mô hình được quy định tại mục a, Khoản 1, Điều 137 Luật Doanh nghiệp. Tính đến 31/12/2021, mô hình hoạt động của Công ty gồm 5 công ty con và 1 công ty liên kết.

Sơ đồ 1: Cơ cấu tổ chức NAG

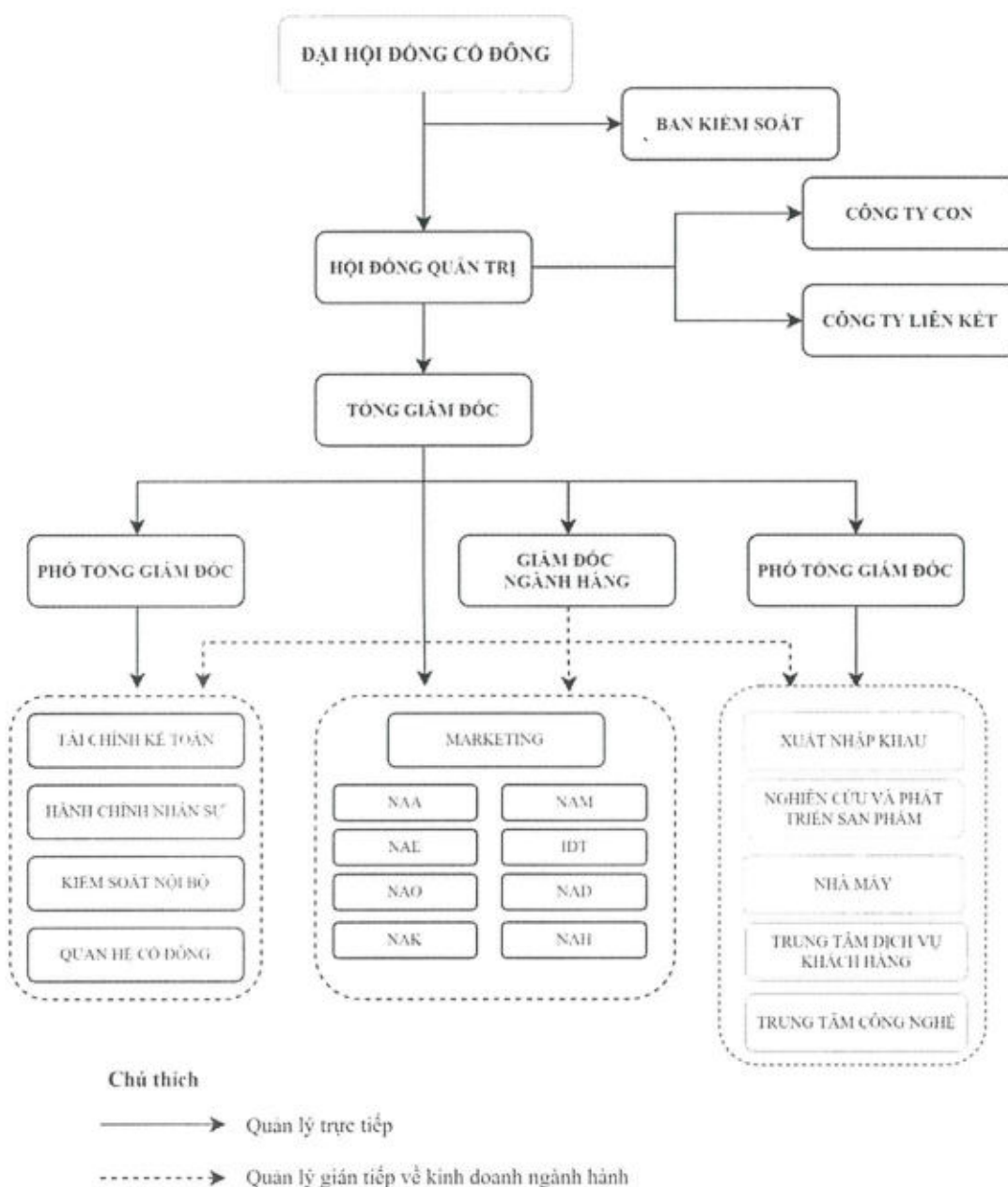


Nguồn: NAG

Thông tin về các công ty con và công ty liên kết của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa được trình bày chi tiết tại Bảng 1 và Bảng 2 mục IV.5.2. của Bản cáo bạch này.

4. Cơ cấu quản trị và bộ máy quản lý của Tổ chức phát hành

Sơ đồ 2: Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty



Nguồn: NAG

4.1. Đại hội đồng cổ đông

Là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của Công ty, thực hiện các chức năng, quyền và nghĩa vụ theo quy định tại điều lệ của Công ty và pháp luật liên quan. Đại hội đồng cổ đông có quyền thông qua các báo cáo tài chính hàng năm của Công ty, kế hoạch phát triển trung và dài hạn của Công ty và các vấn đề khác thuộc thẩm quyền của ĐHĐCĐ.

4.2. Hội đồng quản trị

Là cơ quan quản lý Công ty, có toàn quyền nhân danh Công ty để quyết định mọi vấn đề liên quan đến mục đích, quyền lợi của Công ty, trừ những vấn đề thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng cổ đông. Hội đồng quản trị có ít nhất ba (03) người và nhiều nhất là mười một (11) người, nhiệm kỳ không quá 05 năm và có thể được bầu lại với số nhiệm kỳ không hạn chế. Hội đồng quản trị quyết định chiến lược, kế hoạch phát triển trung hạn và kế hoạch kinh doanh hằng năm của Công ty, quyết định phương án đầu tư, dự án đầu tư trong thẩm quyền và giới hạn theo quyết định của pháp luật. Các quyền và nghĩa vụ khác của Hội đồng quản trị được quy định theo Luật Doanh nghiệp, quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty.

4.3. Ban Kiểm soát

Ban Kiểm soát có nghĩa vụ giám sát tình hình tài chính của Công ty, việc tuân thủ pháp luật trong hoạt động của thành viên Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc và người quản lý khác; đảm bảo phối hợp hoạt động với Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc và Cổ đông. Các quyền và nghĩa vụ khác của Ban Kiểm soát được quy định theo Luật Doanh nghiệp, quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty.

4.4. Tổng giám đốc và Ban điều hành

Tổng Giám đốc là người đại diện theo pháp luật của Công ty và được hỗ trợ của Ban điều hành mà Tổng Giám đốc là người đứng đầu, chịu trách nhiệm điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty trên cơ sở tuân thủ Quyết định, Nghị quyết của ĐHĐCĐ, HĐQT và Chủ tịch HĐQT.

4.5. Các phòng ban Công ty

4.5.1. Phòng tài chính – kế toán

Phòng Tài chính – kế toán có chức năng, nhiệm vụ sau: tham mưu, tư vấn cho Ban lãnh đạo các giải pháp về kinh tế, tài chính, kế toán của Công ty; xây dựng và triển khai các quy định tài chính của Công ty theo quy định của pháp luật; quản lý, kiểm tra, giám sát các khoản thu, chi tài chính, tổ chức huy động vốn, quay vòng vốn đáp ứng kịp thời yêu cầu kinh doanh; Hạch toán các nghiệp vụ kế toán theo đúng chế độ kế toán theo quy định; kiểm tra, giám sát các hoạt động xuất, nhập hàng hóa theo đúng quy định; quản lý, thực hiện các công việc liên quan đến vấn đề thuế theo đúng quy định của Công ty và Pháp luật.

4.5.2. Phòng hành chính – nhân sự

Phòng hành chính – nhân sự có chức năng nhiệm vụ sau: tham mưu, tư vấn cho Ban TGD về cơ cấu tổ chức, định biên nhân sự và xây dựng, triển khai kế hoạch, duy trì và phát triển nguồn nhân lực; công tác tuyển dụng và quản lý nguồn nhân lực nhằm đáp ứng đầy đủ và kịp thời cho nhu cầu hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời phù hợp với định hướng và chiến lược phát triển của Công ty; xây dựng các kế hoạch và chương trình đào tạo và phát triển nguồn nhân lực; xây dựng, triển khai và tổ chức thực hiện các chiến lược, chính sách và cơ cấu chi trả lương phù hợp với mục tiêu dài hạn. Đề xuất và tư vấn Ban TGD trong việc đưa ra các Quy chế/QĐ có liên quan đến công tác lao động tiền lương và chế độ chính sách, v.v..

4.5.3. Phòng kiểm soát nội bộ

Phòng kiểm soát nội bộ có chức năng và nhiệm vụ sau: xây dựng và vận hành hệ thống quản trị rủi ro, thực hiện công tác thanh tra và kiểm soát trong toàn tập đoàn; quản lý, lưu trữ hồ sơ tài liệu về công tác kiểm toán, kiểm soát tuân thủ, pháp chế và quản lý chất lượng của tập đoàn; xử lý các hành vi vi phạm quy định nội bộ của tập đoàn và của pháp luật (nếu có).

4.5.4. Phòng quan hệ cổ đông

Phòng quan hệ cổ đông có chức năng và nhiệm vụ sau: chịu trách nhiệm về những vấn đề pháp lý liên quan đến thủ tục phát hành chứng khoán tăng vốn điều lệ, trả cổ phiếu thưởng, trả cổ tức bằng cổ phiếu. Tham mưu cho lãnh đạo Công ty lựa chọn các đơn vị tư vấn phù hợp, phụ trách việc công bố thông tin của Công ty theo các quy định nội bộ của công ty và của pháp luật

4.5.5. Phòng kinh doanh

Phòng kinh doanh của Công ty hiện được chia thành 8 đơn vị kinh doanh phân theo từng khu vực (bao gồm: NAA, NAE, NAO, NAK, NAM, IDT, NAD và NAH) có chức năng và nhiệm vụ sau: tham mưu, tư vấn cho Ban lãnh đạo chiến lược phát triển kinh doanh và quản lý bán hàng mặt hàng của Công ty; xây dựng và triển khai các kế hoạch kinh doanh của Công ty; quản lý, kiểm tra, giám sát các hoạt động quảng cáo tiếp thị, tiêu thụ sản phẩm của Công ty; tổ chức tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng để đề xuất cải tiến mẫu mã, kiểu dáng hoặc những ý tưởng cho việc hình thành các sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu của thị trường, v.v...

4.5.6. Phòng Marketing

Phòng Marketing có chức năng và nhiệm vụ sau: tham mưu, tư vấn cho ban lãnh đạo các giải pháp quảng bá và phát triển thương hiệu của công ty; xây dựng chiến lược & các hoạt động marketing cụ thể cho từng nhãn hiệu. hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu, quản trị thương hiệu của Công ty, kiểm tra và giám sát việc thực hiện các hoạt động có liên quan đến thương hiệu và việc sử dụng hình ảnh của công ty; nghiên cứu và phân tích thông tin thị trường, theo dõi các hoạt động trên thị trường và những thay đổi về chính sách của nhà nước để xây dựng các báo cáo tổng hợp hỗ trợ việc ra quyết định của lãnh đạo Công ty; quản lý, kiểm tra, giám sát các hoạt động quảng cáo tiếp thị, giới thiệu hình ảnh của công ty.

4.5.7. Phòng xuất nhập khẩu

Phòng xuất nhập khẩu có chức năng và nhiệm vụ sau: nghiên cứu và phát triển các danh mục sản phẩm mới, sản phẩm thay thế quốc tế; Tìm kiếm các nhà cung cấp, xây dựng hồ sơ pháp lý, chứng từ xuất nhập khẩu, chính sách mua hàng; kiểm soát hàng hóa giao - nhập về kho và ra thị trường, v.v...

4.5.8. Phòng nghiên cứu phát triển sản phẩm

Phòng nghiên cứu phát triển sản phẩm có chức năng và nhiệm vụ sau: thực hiện nghiên thị trường trong nước để thu thập, phân tích hệ thống thông tin sản phẩm, khách hàng, thị trường, đối thủ cạnh tranh; xây dựng kế hoạch phát triển sản phẩm theo định hướng và chiến lược của Công ty, phối hợp với bộ phận Kinh doanh xây dựng giá bán sản phẩm; xây dựng quy trình và tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng đầu vào; xây dựng và thực hiện lưu trữ hệ thống tài liệu kỹ thuật sản phẩm; thực hiện chứng nhận chất lượng sản phẩm hàng hóa theo quy định của Nhà nước, v.v...

4.5.9. Trung tâm dịch vụ khách hàng

Phòng kỹ thuật nghiệp vụ có chức năng và nhiệm vụ sau: Quản lý và chịu trách nhiệm về việc bảo hành sản phẩm; Tham mưu, tư vấn cho Ban lãnh đạo các giải pháp đảm bảo chất lượng sản phẩm; Chăm sóc khách hàng; giải đáp các thắc mắc của khách về lỗi hàng hóa, cách thức sử dụng, v.v...

4.5.10. Trung tâm công nghệ

Trung tâm công nghệ có chức năng và nhiệm vụ sau: Nghiên cứu và ứng dụng công nghệ vào vận hành và quản trị doanh nghiệp giúp tối ưu hiệu suất lao động và quản trị thông tin, ứng dụng công nghệ vào để đa kênh các hoạt động kinh doanh tiếp thị, nghiên cứu các tính năng mới vào các sản phẩm nhằm mang lại lợi ích, thuận tiện, đơn giản cho người tiêu dùng, v.v...

4.5.11. Kho hàng

Đội ngũ tại các kho hàng có nhiệm vụ: tham mưu, tư vấn về giá cả, lựa chọn nhà cung cấp tối ưu nhất cho dịch vụ vận tải; vận chuyển hàng hóa, đóng gói, dán tem nhãn; tư vấn, giải quyết các vấn đề trong quá trình xuất, nhập hoặc quá trình vận chuyển hàng hoá; đặt hàng, theo dõi tiến độ và kiểm tra lượng hàng tồn trong kho, hàng tồn kho tối thiểu; dự báo, xây dựng và triển khai kế hoạch chi phí của phòng, v.v...

5. Thông tin về Công ty mẹ, Công ty con của Tổ chức phát hành, những Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức phát hành, những Công ty mà Tổ chức phát hành nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần, phần vốn góp chi phối

5.1. Công ty mẹ của Tổ chức phát hành, Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức phát hành

Không có.

5.2. Công ty con và Công ty liên kết của Tổ chức phát hành

Bảng 1: Danh sách Công ty con tại thời điểm 31/12/2021

Stt	Tên Công ty	Ngày thành lập	Số giấy chứng nhận ĐKDN	Địa chỉ	Hoạt động kinh doanh chính	Tỷ lệ sở hữu của NAG tại các Công ty	Tỷ lệ biểu quyết của NAG tại các Công ty
1	Công ty cổ phần đầu tư và phát triển kỹ thuật Nagakawa	25/12/2009	2500386108	Khu 09, Phường Phúc Thắng, Thành Phố Phúc Yên, Tỉnh Vĩnh Phúc	Bán lẻ, bán buôn thiết bị, linh kiện điện tử, lắp đặt hệ thống điều hòa cho các công trình	80,00%	80,00%
2	Công ty cổ phần Nagakawa Đà Nẵng	15/09/2016	0401789381	94 Nam Trân, Phường Hòa Minh, Quận Liên Chiểu, Thành phố Đà Nẵng	Bán lẻ, bán buôn thiết bị, linh kiện điện tử, đồ gia dụng	52,00%	52,00%
3	Công ty cổ phần Nagakawa Hồ Chí Minh	12/09/2016	0314005672	25 Đoàn Thị Điểm, Phường 01, Quận Phú Nhuận, TP Hồ Chí Minh	Bán lẻ, bán buôn thiết bị, linh kiện điện tử, đồ gia dụng	51,00%	51,00%
4	Công ty cổ phần Điện tử Nagakawa	09/08/2017	0107952812	Tầng 2, số 96A phố Định Công - Phường Phương Liệt - Quận Thanh Xuân - Hà Nội.	Bán lẻ, bán buôn thiết bị, linh kiện điện tử, đồ gia dụng	51,00%	51,00%
5	Công ty cổ phần Việt Phúc Hưng Yên	10/03/2021	0900251422	Thôn Vĩnh Bảo - Xã Vĩnh Khúc - Huyện Văn Giang - Hưng Yên.	Chưa đi vào hoạt động, đang đầu tư xây dựng	96,92%	96,92%

Nguồn: NAG

Bảng 2: Danh sách Công ty liên doanh liên kết được hợp nhất theo phương pháp vốn chủ

Stt	Tên Công ty	Ngày thành lập	Số giấy chứng nhận ĐKDN	Địa chỉ	Hoạt động kinh doanh chính	Tỷ lệ sở hữu của NAG tại các Công ty	Tỷ lệ biểu quyết của NAG tại các Công ty
-----	-------------	----------------	-------------------------	---------	----------------------------	--------------------------------------	--

Stt	Tên Công ty	Ngày thành lập	Số giấy chứng nhận ĐKDN	Địa chỉ	Hoạt động kinh doanh chính	Tỷ lệ sở hữu của NAG tại các Công ty	Tỷ lệ biểu quyết của NAG tại các Công ty
1	Công ty cổ phần May KIW Việt Nam	26/07/2013	2500504721	Khu 09, Phường Phúc Thắng, Thành Phố Phúc Yên, Tỉnh Vĩnh Phúc	Gia công may mặc	48,00%	48,00%

Nguồn: NAG

6. Thông tin về quá trình tăng, giảm vốn điều lệ của Tổ chức phát hành

Tính từ khi thành lập đến nay, Công ty đã trải qua các đợt tăng vốn như sau:

Bảng 3: Thông tin quá trình tăng/giảm vốn của NAG

Stt	Ngày hoàn thành	Vốn điều lệ trước phát hành (đồng)	Vốn điều lệ tăng thêm (đồng)	Hình thức phát hành	Đơn vị cấp	Ý kiến đơn vị kiểm toán
1	07/2010	100.000.000.000	10.000.000.000	Phát hành cổ phiếu thưởng tỷ lệ 20:1 và trả cổ tức bằng cổ phiếu tỷ lệ 20:1	UBCKNN	Không có
2	02/2011	110.000.000.000	25.000.000.000	Tăng vốn bằng phát hành cổ phiếu cho CD chiến lược	UBCKNN	Không có
3	08/2011	135.000.000.000	13.500.000.000	Phát hành cổ phiếu trả cổ tức 5% và cổ phiếu thưởng 5%	UBCKNN	Không có
4	11/2019	148.500.000.000	10.386.360.000	Phát hành cổ phiếu trả cổ tức 7%	UBCKNN	Không có
5	11/2021	158.886.360.000	7.939.880.000	Phát hành cổ phiếu trả cổ tức 5%	UBCKNN	Không có

Nguồn: NAG

7. Thông tin về các khoản góp vốn, thoái vốn lớn của Tổ chức phát hành tại các doanh nghiệp khác

Trong 2 năm 2020, 2021 và tính đến thời điểm lập Bản cáo bạch này, Công ty không có khoản góp vốn, thoái vốn nào có giá trị từ 10% tổng giá trị tài sản trở lên được ghi nhận trong BCTC kỳ gần nhất của Công ty tại thời điểm thực hiện.

8. Thông tin về chứng khoán đang lưu hành

8.1. Cổ phiếu phổ thông

Bảng 4: Cơ cấu cổ đông của Công ty tại ngày 12/01/2022

STT	Tên cổ đông	Số lượng cổ đông	Số cổ phần nắm giữ (CP)	Tỷ lệ sở hữu (%)
I	Cổ đông trong nước	1.334	16.291.118	97,65%
	<i>Trong đó:</i>			
	- Tổ chức:	15	3.116.801	18,68%
	- Cá nhân:	1.319	13.174.317	78,97%
II	Cổ đông nước ngoài	23	391.504	2,35%
	<i>Trong đó:</i>			
	- Tổ chức:	7	243.435	1,46%
	- Cá nhân:	16	148.069	0,89%
III	Tổ chức kinh tế có nhà đầu tư nước ngoài nắm giữ trên 50% vốn điều lệ	0	0	0,00%
IV	Cổ phiếu quỹ	1	2	0,00%
	Tổng cộng	1.358	16.682.624	100%

Nguồn: Danh sách cổ đông chốt tại ngày 12/01/2022 do VSD cung cấp

8.2. Cổ phiếu ưu đãi và các loại chứng khoán khác

Không có.

9. Thông tin về tỷ lệ sở hữu nước ngoài

- Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Tổ chức phát hành theo quy định pháp luật: Công ty đã báo cáo Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và được Ủy ban Chứng Khoán Nhà nước chấp thuận tại Công văn số 7654/UBCK -PTTT ngày 22/11/2021, tỷ lệ sở hữu tối đa theo quy định của pháp luật của NAG hiện nay là: **50%**.

- Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa theo quyết định của Đại hội đồng cổ đông và quy định tại Điều lệ Công ty: **Không có**.

- Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của NAG tại ngày 12/01/2022 là: **2,35%**.

10. Hoạt động kinh doanh

10.1. Đặc điểm hoạt động kinh doanh

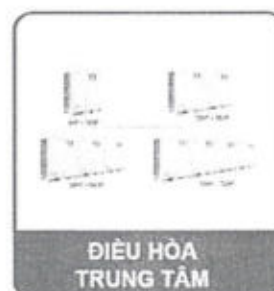
10.1.1. Các ngành hàng sản phẩm và dịch vụ

Hiện nay, Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh thương mại, cụ thể là cung ứng các sản phẩm điện lạnh, sản phẩm hàng gia dụng và sản phẩm thiết bị nhà bếp nhập khẩu, cụ thể như sau:

a) Ngành hàng điện lạnh và cung cấp linh kiện

Sản phẩm điện lạnh chủ lực của Nagakawa hiện nay là các sản phẩm điều hòa dân dụng và sản phẩm điều hòa thương mại công suất lớn (theo đó, doanh thu thuần ngành hàng điều hòa chiếm 88,67% tổng doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2021 của Nagakawa). Các loại điều hòa mà Nagakawa đang cung ứng trên thị trường bao gồm: Điều hòa treo tường, điều hòa tủ đứng, điều hòa cassette, điều hòa multi và điều hòa trung tâm.

Ngoài ra, Nagakawa còn cung cấp dịch vụ Nhà thầu cơ điện lạnh cho các công trình lớn khác. Sản phẩm điều hòa không khí của Nagakawa hiện có hệ thống hơn 10.000 đại lý và nhà phân phối trải rộng trên toàn quốc. Bên cạnh đó, Hệ thống điện lạnh của Nagakawa cũng đã có mặt tại nhiều công trình lớn trên cả nước như: Khách sạn 5 sao Central Thanh Hóa, Khách sạn Mường Thanh – Thanh Hóa, Khu vui chơi giải trí Tuần Châu Hà Nội, Ngân hàng TMCP Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Viện Hàn lâm khoa học và Công nghệ, Viện Thiết kế Tàu Quân sự, v.v....



Một số sản phẩm điều hòa không khí của Nagakawa

Sản phẩm điều hòa của Nagakawa được cải tiến và ứng dụng những công nghệ mới, tính năng thông minh, bắt kịp những xu thế 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, an toàn cho người sử dụng,... cùng hàng loạt những tính năng công nghệ khác được trang bị cho điều hòa thế hệ mới của Nagakawa.

Bên cạnh hoạt động phân phối và cung ứng các sản phẩm điều hòa không khí, Nagakawa hiện còn cung cấp các linh kiện điều hòa cho các đối tác, đại lý và nhà phân phối như: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ điều hòa và các linh kiện khác.

b) Ngành hàng gia dụng

Ngành hàng gia dụng của Nagakawa bao gồm các sản phẩm đồ gia dụng như Nồi inox, chảo, nồi áp suất, v.v... và các sản phẩm điện gia dụng như: ấm siêu tốc, bàn là, bếp hồng ngoại, bếp lẩu, các loại máy xay, v.v...



Một số sản phẩm hàng gia dụng của Nagakawa

Với định hướng nâng tầm thương hiệu 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 người tiêu dùng. Các sản phẩm gia dụng của Nagakawa có nhiều ưu điểm vượt trội như: mẫu mã đẹp, sang trọng, chất liệu cao cấp, an toàn cho sức khỏe; tiết kiệm chi phí và năng lượng, độ bền cao và dễ sử dụng, v.v...

Hiện tại, Nagakawa có hệ thống hàng nghìn mã sản phẩm hàng gia dụng, hơn 10 hệ thống chuỗi siêu thị điện máy phân phối sản phẩm và hơn 10.000 điểm bán lẻ (bao gồm hệ thống các đại lý và nhà phân phối) trên toàn quốc.

c) Ngành hàng thiết bị nhà bếp cao cấp

Chuỗi các sản phẩm thiết bị nhà bếp cao cấp của Nagakawa cung cấp bao gồm: Bếp điện từ thông minh, Máy hút mùi, Máy rửa bát với những tính năng ưu việt, sử dụng công nghệ tiên

tiến nhất. Bên cạnh đó, 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.



Bộ sản phẩm thiết bị nhà bếp cao cấp của Nagakawa

Nhóm ngành sản phẩm thiết bị nhà bếp cao cấp tuy mới được Công ty cho ra mắt vào năm 2020 nhưng chỉ trong năm 2020 nhóm sản phẩm này đã chiếm đến 1,24% giá trị toàn thị trường (theo số liệu Doanh nghiệp cung cấp). Trong đó, sản phẩm bếp điện từ chiếm tỷ trọng 67% doanh số của Nagakawa. Với định vị phân khúc sản phẩm là trung - cao cấp, Nagakawa xây dựng chiến lược sản phẩm chất lượng cao với mức giá hợp lý để tiếp cận nhiều người tiêu dùng trên thị trường Việt Nam. Bộ sản phẩm thiết bị nhà bếp cao cấp được phát triển nhằm tạo ra trải nghiệm thuận tiện, an toàn nhất cho người sử dụng, đưa công nghệ vào nhà bếp, góp phần hoàn thiện hệ sinh thái nhà bếp, nâng tầm cuộc sống của người Việt.

d) Các dịch vụ hỗ trợ

- Dịch vụ chăm sóc khách hàng: Đội ngũ tư vấn riêng phục vụ khách hàng và người tiêu dùng; các số hotline hỗ trợ đặt mua hàng, v.v...
- Dịch vụ bảo hành: Chính sách bảo hành và đổi mới ưu việt với hơn 130 trạm bảo hành trên toàn quốc.
- Dịch vụ hỗ trợ tài chính: Kênh MT (Kênh bán hàng hiện đại) đồng hành cùng gói hỗ trợ của các kênh thương mại điện tử (TMĐT); Tặng phiếu giảm giá/mua hàng tại sàn TMĐT của Nagakawa.
- Dịch vụ nâng cấp sản phẩm: Nâng cấp lên các mẫu sản phẩm mới, cao cấp hơn với giá ưu đãi.
- Các chương trình khuyến mại: Mua tặng quà, Pre-order (đặt hàng trước), phiếu ưu đãi khi mua sản phẩm thứ 2, Bốc thăm trúng thưởng, v.v...

10.1.2. Mạng lưới phân phối

Sản phẩm thương hiệu Nagakawa đã chính thức cán mốc có mặt tại 63 tỉnh thành, hơn 130 trạm bảo hành qua 4 kênh phân phối chính:

- Kênh phân phối bán hàng truyền thống (Kênh GT);
- Kênh phân phối bán hàng hiện đại (Kênh MT);
- Kênh thương mại điện tử (Kênh TMDT);
- Kênh Dự án.

a) Kênh GT - Kênh phân phối bán hàng truyền thống

Với hệ thống gần 10.000 đại lý và nhà phân phối trên toàn quốc, Nagakawa đã mang đến mọi miền những sản phẩm điều hòa, đồ gia dụng, thiết bị nhà bếp cao cấp chất lượng, kiến tạo nên cuộc sống tiện nghi của từng gia đình Việt Nam.

b) Kênh MT - Kênh phân phối bán hàng hiện đại

Sản phẩm của Tập đoàn Nagakawa hiện đã và đang có mặt tại hơn 700 siêu thị (10 hệ thống siêu thị điện máy) tại cả 3 miền Bắc - Trung - Nam, với những hệ thống tiêu biểu như hệ thống Điện máy xanh, siêu thị điện máy HC, PICO, Media Mart, Lan Chi Mart, v.v...

c) Kênh thương mại điện tử

Các kênh Thương mại điện tử (TMDT) đang dần trở thành kênh phân phối quan trọng của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa. Các sản phẩm của Nagakawa không chỉ xuất hiện tại nhiều sàn Thương mại điện tử lớn như Shopee, Tiki, Lazada, Sendo, OnlineFriday, v.v... mà Nagakawa còn sở hữu riêng website: shop.nagakawa.com.vn với nhiều tính năng hiện đại, tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng.

d) Kênh Dự án

Với nhiệm vụ chính là tư vấn, thiết kế, thi công các công trình cơ điện và điều hòa không khí cho các công trình dân dụng và công nghiệp, thông qua kênh dự án, sản phẩm Nagakawa đã và đang được lắp đặt và sử dụng tại hàng ngàn dự án trên cả nước.

Các công trình tiêu biểu: Nhà hát lớn Tỉnh Vĩnh Phúc; Trung tâm thương mại TP Hải Phòng; Bệnh viện K Tân Triều Hà Nội; Nhà máy kem Vila Italia, v.v...

10.1.3. Quy trình phân phối và kiểm soát chất lượng hàng hóa

Hiện nay, hàng hóa cung ứng của Nagakawa được đặt hàng theo yêu cầu và nhập khẩu nguyên chiếc từ các nhà cung cấp quốc tế. Trong đó, một số ngành hàng có sản phẩm được dán nhãn xuất xứ từ một số quốc gia như:

- Sản phẩm điện lạnh: Malaysia, Indonesia;
- Sản phẩm gia dụng: Trung Quốc;

- Sản phẩm thiết bị nhà bếp: Malaysia, Indonesia.

Về quy trình phân phối đối với các sản phẩm của Nagakawa, sản phẩm sẽ bắt đầu tại nguồn của các nhà cung cấp, sau đó hàng hóa sẽ được đánh giá thông qua hàng loạt các quy trình kiểm duyệt nghiêm ngặt của Nagakawa như sau:

- Quy trình đánh giá sản phẩm;
- Quy trình kiểm duyệt thiết kế;
- Lập bộ tiêu chuẩn cho các nhóm hàng hóa;
- Các tiêu chuẩn, quy định chất lượng và an toàn của Nhà nước.

Khi hàng hóa đáp ứng đầy đủ tất cả các tiêu chuẩn về chất lượng và quy định, hàng sẽ được vận chuyển về kho của các đơn vị của Nagakawa.

10.1.4. Tính thời vụ của hoạt động sản xuất kinh doanh

Do đặc thù của sản phẩm kinh doanh là các mặt hàng điện lạnh, gia dụng, hoạt động kinh doanh của Nagakawa cũng chịu tác động của các yếu tố mang tính thời vụ theo các thời điểm trong năm. Cụ thể, doanh thu các sản phẩm điều hòa sẽ tập trung chủ yếu trong thời gian từ tháng ba đến tháng bảy hàng năm, do đây là thời điểm thời tiết nắng nóng, nhu cầu sử dụng các thiết bị làm mát không khí trên thị trường tăng cao.

Bên cạnh đó, đối với các sản phẩm thiết bị nhà bếp và đồ gia dụng, nhu cầu sử dụng của người tiêu dùng là quanh năm, tuy nhiên sẽ có một số sản phẩm đặc thù mang tính thời vụ, được tiêu thụ nhiều hơn vào các thời điểm như:

- Mùa hè (tháng 04 - tháng 09): Các loại máy ép, xay sinh tố; Máy phun sương; Quạt năng lượng, v.v...
- Mùa đông (tháng 10 - tháng 03 năm sau): Nồi chiên, hấp; Bếp nướng, Bếp từ, Bếp lẩu, Máy sấy, Quạt sưởi, v.v...

Ngoài ra, tại các thời điểm là các tháng có các ngày Lễ lớn như 30/04, 01/05, Giáng sinh, Black Friday, Tết Nguyên Đán, v.v..., nhu cầu mua sắm các thiết bị cũng tăng vọt. Vì vậy, Công ty cũng đã lên kế hoạch chuẩn bị nguồn cung và chính sách bán hàng phù hợp, linh hoạt với các dịp cao điểm, từ đó, nâng cao hiệu quả luân chuyển hàng tồn kho cũng như là kết quả doanh thu bán hàng.

10.1.5. Cơ cấu Doanh thu, lợi nhuận

Bảng 5: Cơ cấu doanh thu và lợi nhuận gộp của NAG

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2020		Năm 2021		Thay đổi 2021 so với 2020 (%)	Lũy kế đến Quý 1/2022	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)		Giá trị	Tỷ trọng (%)
A. CÔNG TY MẸ							
I. Doanh thu thuần	1.020.141	100,00	1.412.495	100,00	38,46	508.657	100,00
1. Doanh thu thuần ngành hàng điều hòa và linh kiện điều hòa	906.071	88,82	1.247.193	88,30	37,65	476.250	93,63
2. Doanh thu thuần ngành hàng gia dụng	88.412	8,67	107.340	7,60	21,41	19.685	3,87
3. Doanh thu thuần ngành hàng thiết bị nhà bếp	15.446	1,51	45.800	3,24	196,52	8.850	1,74
4. Doanh thu khác	10.212	1,00	12.162	0,86	19,10	3.873	0,76
5. Doanh thu cung cấp dịch vụ	-	-	-	-	-	-	-
II. Lợi nhuận gộp	103.863	100	150.683	100	45,08	38.424	100,00
1. Lợi nhuận gộp ngành hàng điều hòa và linh kiện điều hòa	83.269	80,17	104.239	69,18	25,18	29.425	76,58
2. Lợi nhuận gộp ngành hàng gia dụng	7.151	6,89	32.037	21,26	348,01	6.446	16,77
3. Lợi nhuận gộp ngành hàng thiết bị nhà bếp	3.803	3,66	11.388	7,56	199,45	973	2,53
4. Doanh thu khác	9.640	9,28	3.019	2,00	(68,68)	1.581	4,11
5. Lợi nhuận cung cấp dịch vụ	-	-	-	-	-	-	-
B. HỢP NHẤT							
I. Doanh thu thuần	1.075.856	100,00	1.404.424	100,00	30,54	527.582	100,00
1. Doanh thu thuần ngành hàng điều hòa và linh kiện điều hòa	942.469	87,60	1.245.248	88,67	32,13	478.974	90,79
2. Doanh thu thuần ngành hàng gia dụng	106.538	9,90	96.973	6,90	(8,98)	21.855	4,14
3. Doanh thu thuần ngành hàng thiết bị nhà bếp	15.446	1,44	50.041	3,56	223,97	22.750	4,31
4. Doanh thu khác	5.095	0,47	12.162	0,87	138,70	4.003	0,76
5. Doanh thu cung cấp dịch vụ	6.308	0,59	-	-	(100)	-	-
II. Lợi nhuận gộp	146.358	100,00	182.015	100,00	24,36	63.185	100,00
1. Lợi nhuận gộp ngành hàng điều hòa và linh kiện điều hòa	105.915	72,37	112.344	61,72	6,07	40.918	64,76
2. Lợi nhuận gộp ngành hàng gia dụng	30.996	21,18	53.798	29,56	73,57	8.057	12,75
3. Lợi nhuận gộp ngành hàng thiết bị nhà bếp	4.133	2,82	12.854	7,06	211,01	12.499	19,78

Chỉ tiêu	Năm 2020		Năm 2021		Thay đổi 2021 so với 2020 (%)	Lũy kế đến Quý 1/2022	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)		Giá trị	Tỷ trọng (%)
4. Doanh thu khác	2.478	1,69	3.019	1,66	21,83	1.711	2,71
5. Lợi nhuận cung cấp dịch vụ	2.836	1,94	-	-	(100)	-	-

Nguồn: NAG

10.2. Tài sản

Bảng 6: Tài sản lớn thuộc sở hữu của NAG tại thời điểm 31/03/2022

Đơn vị tính: Đồng

Stt	Tên Tài sản	Nguyên giá	Hao mòn	Giá trị còn lại
1	Nhà xưởng số 1, hàng rào, nhà CNV, nhà bảo vệ	9.959.018.937	6.392.440.951	3.566.577.986
2	Dây truyền đồng bộ SX, lắp ráp và kiểm tra máy ngoài nhà ĐHKK trung tâm 100.000-120.000BTU	6.537.412.355	-	-
3	Nhà xưởng số 2	3.840.000.000	2.566.532.380	1.273.467.620
4	Xe ô tô con Mercedes - Benz S450L (BKS 30G-38166)	3.799.952.727	1.106.617.053	2.693.335.674
5	Hệ thống khuôn sản xuất cây nước	3.673.998.000	-	-
6	Dây truyền đồng bộ SX, lắp ráp và kiểm tra máy trong nhà ĐHKK trung tâm 120.000BTU	3.556.064.963	-	-
7	Dây truyền đồng bộ SX, lắp ráp và kiểm tra máy trong nhà ĐHKK trung tâm 100.000BTU	3.376.465.722	-	-
8	Nhà trưng bày sản phẩm	2.489.595.976	2.032.781.486	456.814.490
9	Dây chuyền SX linh kiện máy ĐHKK	2.437.000.000	-	-
10	Nhà kho số 2	2.221.214.653	-	-

Nguồn: NAG

10.3. Thị trường hoạt động

Hiện nay, thị trường kinh doanh của Nagakawa tập trung chủ yếu ở khu vực miền Bắc, chiếm khoảng 95% doanh số của Nagakawa năm 2021.

Bảng 7: Cơ cấu doanh thu theo từng thị trường

Đơn vị tính: Đồng

Tiêu chí	Năm 2020	Năm 2021	% thay đổi
Khu vực Miền Bắc	1.439.613.756.214	2.043.165.687.247	41,92%
Khu vực Miền Trung	76.265.276.158	41.655.643.160	(45,38%)
Khu vực Miền Nam	92.267.922.005	62.248.229.985	(32,54%)
Các khoản loại trừ (*)	(532.290.820.780)	(742.645.470.368)	39,52%
Tổng doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.075.856.133.597	1.404.424.090.024	30,54%

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán của NAG

(*) Theo BCTC hợp nhất năm 2020 và 2021 đã được kiểm toán của NAG, các khoản loại trừ được nêu trong bảng trên bao gồm tất cả các khoản doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ nội bộ giữa các bộ phận trong Công ty.

Trong giai đoạn tới, Nagakawa đang lên kế hoạch đẩy mạnh việc phát triển thị phần tại các khu vực miền Trung và miền Nam, đồng thời, Nagakawa cũng đang hướng sản phẩm tới các thị trường quốc tế bao gồm khu vực các nước Đông Nam Á và các khu vực lân cận khác.

10.4. Báo cáo tình hình đầu tư, hiệu quả đầu tư, hiệu quả sản xuất kinh doanh, cung cấp dịch vụ trong các lĩnh vực hoạt động chính

Hoạt động sản xuất kinh doanh của Nagakawa chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh và cung ứng các sản phẩm điện lạnh, gia dụng. Bên cạnh việc duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh các sản phẩm thuộc các ngành hàng chủ lực là điều hòa không khí và đồ gia dụng, trong năm 2020, sau quá trình nghiên cứu và khảo sát thị trường, Nagakawa đã mở rộng hoạt động kinh doanh đối với ngành hàng thiết bị nhà bếp cao cấp.

Bảng 8: Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2021

Stt	Các chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện năm 2020	Kế hoạch năm 2021	Thực hiện năm 2021	Thực hiện 2021/Thực hiện 2020	Thực hiện 2021/Kế hoạch 2021
A	CÔNG TY MẸ						
I	Nhóm sản phẩm điều hòa						
1	Sản lượng điều hòa	Bộ	114.692	131.263	226.774	198%	173%
2	Tổng doanh thu	Triệu đồng	906.071	800.706	1.247.193	138%	156%
3	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	83.269	122.443	104.239	125%	85%
II	Nhóm sản phẩm gia dụng						
1	Sản lượng sản phẩm gia dụng	Bộ	161.519	243.798	238.533	148%	98%
2	Doanh thu	Triệu đồng	88.412	126.775	107.340	121%	85%
3	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	7.151	56.645	32.037	448%	57%
III	Nhóm sản phẩm thiết bị nhà bếp						
1	Sản lượng sản phẩm TBNB	Bộ	4.983	25.036	9.385	188%	37%
2	Doanh thu	Triệu đồng	15.446	113.914	45.800	297%	40%
3	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	3.803	44.314	11.388	299%	26%
IV	Nhóm khác						
1	Doanh thu	Triệu đồng	10.212	180.000	12.162	119%	7%
2	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	9.640	3.600	3.019	31%	84%
	TỔNG CỘNG						
1	Tổng doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ	Triệu đồng	1.020.141	1.221.395	1.412.495	138%	116%
2	Tổng lợi nhuận gộp	Triệu đồng	103.863	227.002	150.683	145%	66%
B	HỢP NHẤT						
I	Nhóm sản phẩm điều hòa						

S/tt	Các chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện năm 2020	Kế hoạch năm 2021	Thực hiện năm 2021	Thực hiện 2021/Thực hiện 2020	Thực hiện 2021/Kế hoạch 2021
1	Sản lượng điều hòa	Bộ	162.001	69.567	158.830	98%	228%
2	Doanh thu	Triệu đồng	942.469	800.706	1.245.248	132%	156%
3	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	105.915	122.443	112.344	106%	92%
II	Nhóm sản phẩm gia dụng						
1	Sản lượng sản phẩm gia dụng	Bộ	496.334	274.753	403.098	81%	147%
2	Doanh thu	Triệu đồng	106.538	126.775	96.973	91%	76%
3	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	30.996	56.645	53.798	174%	95%
III	Nhóm sản phẩm thiết bị nhà bếp						
1	Sản lượng sản phẩm TBNB	Bộ	5.315	39.281	18.197	342%	46%
2	Doanh thu	Triệu đồng	15.446	113.914	50.041	324%	44%
3	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	4.133	44.314	12.854	311%	29%
IV	Nhóm khác						
1	Doanh thu	Triệu đồng	11.403	180.000	12.162	107%	7%
2	Lợi nhuận gộp	Triệu đồng	5.314	3.600	3.019	57%	84%
	TỔNG CỘNG						
1	Tổng doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ	Triệu đồng	1.075.856	1.221.395	1.404.424	131%	115%
2	Tổng lợi nhuận gộp	Triệu đồng	146.358	227.002	182.015	124%	80%

Nguồn: NAG

10.5. Các hợp đồng lớn

Bảng 9: Thông tin một số hợp đồng có giá trị lớn của NAG

Stt	Tên Hợp đồng	Giá trị Hợp đồng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào	Sản phẩm, dịch vụ đầu ra	Các đối tác tham gia	Mối quan hệ của các đối tác tham gia với TCPH
I. CÁC HỢP ĐỒNG ĐÃ ĐƯỢC THỰC HIỆN								
1	HĐ số 2020002 HS WMT/NA-CJ ngày 31/12/2019 giữa CJ Century Technology SDN.BHD và Công ty Cp tập đoàn Nagakawa:	9.084.649.040 (VND)	31/12/2019	2020	Điều hòa		CJ Century Technology SDN.BHD	
2	HĐ số 2020001/NAG-ARISA ngày 06/01/2020 giữa Pt Arisamandiri Pratama và Công ty Cp tập đoàn Nagakawa	44.746.396.336 (VND)	06/01/2020	2020	Điều hòa		Pt Arisamandiri Pra tama	
3	HĐ số 2020001 HS WM /NA-PS ngày 16/5/2020 giữa PENSEUR INDUSTRIES SDN BHD (587108-T) và Công ty CP tập đoàn Nagakawa	68.309.430.400 (VND)	16/05/2020	2020	Điều hòa		Penseur Industries SDN BHD (587108-T)	
4	HĐ số 2019048/NAE-WA01 ngày 29/11/2019 giữa Ningbo Wanai Appliance co., LTD và Công ty Cổ phần tập đoàn Nagakawa	11.968.555.200 (VND)	29/11/2019	2020	Máy làm mát		Ningbo Wanai Appliance co., LTD	

Stt	Tên Hợp đồng	Giá trị Hợp đồng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào	Sản phẩm, dịch vụ đầu ra	Các đối tác tham gia	Mối quan hệ của các đối tác tham gia với TCPH
5	HD số 2020002/NA-CG ngày 13/5/2020 giữa GUANGDONG CHIGO HEATING AND VENTILATION EQUIPMENT CO.,LTD và Công ty CP tập đoàn Nagakawa	5.831.784.000 (VND)	13/05/2020	2020	Điều hòa tủ		Guangdong Chigo Heating And Ventilation Equipment Co.,Ltd	
6	HD số 2021002 MD WM/NA-PS ngày 10/03/2021 Giữa Công ty Nagakawa với Công ty Penseur industries SDN BHD	3.057.621 (USD)	03/10/2021	2021	Điều hòa		Công ty Penseur industries SDN BHD	
7	HD số 01-CDK-03/TS1-2021/HD-VHXXH ký ngày 15 tháng 07 năm 2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa với Ban quản lý dự án đầu tư xây dựng công trình văn hóa - xã hội Thành phố Hà Nội	12.095.100.000 (VND)	15/07/2021	2021		Điều hòa	Ban quản lý dự án đầu tư xây dựng công trình văn hóa - xã hội Thành phố Hà Nội	
8	HD số 35/2021/HĐMSTT/TATP ký ngày 23 tháng 07 năm 2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa với BQL Dự án đầu tư xây dựng công trình dân dụng và công nghiệp thành phố Hà Nội	32.734.640.000 (VND)	23/07/2021	2021		Điều hòa	BQL Dự án đầu tư xây dựng công trình dân dụng và công nghiệp thành phố Hà Nội	

Stt	Tên Hợp đồng	Giá trị Hợp đồng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào	Sản phẩm, dịch vụ đầu ra	Các đối tác tham gia	Mối quan hệ của các đối tác tham gia với TCPH
9	HĐ số 2021059/NAE-SK07 ký ngày 18/08/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa với Zhongshan Sukio Electric Appliance Co.,Ltd	8.385.408.000 (VND)	18/08/2021	2021	Bếp từ		Zhongshan Sukio Electric Appliance Co.,Ltd	
10	HĐ số 2021058/NAE-MGT07 ký ngày 12/08/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa với Công ty High Ace Industries SDN. BHD	4.041.543.936 (VND)	08/12/2021	2021	Máy hút mùi		Công ty High Ace Industries SDN. BHD	
II. CÁC HỢP ĐỒNG ĐÃ KÝ KẾT VÀ ĐANG THỰC HIỆN								
1	HĐ số 2021084/NAE-WA03 ký ngày 06/11/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa với Công ty Ningbo Wanai Appliance Co., Ltd	7.198.936.800 (VND)	11/06/2021	2022	Máy làm mát		Công ty Ningbo Wanai Appliance Co., Ltd	
2	HĐ số 2021086/NAE-YAH15 ký ngày 17/11/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa và Công ty Ningbo Becigar Kitchenware Co., Ltd	5.801.665.296 (VND)	17/11/2021	2022	Chảo chống dính		Công ty Ningbo Becigar Kitchenware Co., Ltd	

Stt	Tên Hợp đồng	Giá trị Hợp đồng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào	Sản phẩm, dịch vụ đầu ra	Các đối tác tham gia	Mối quan hệ của các đối tác tham gia với TCPH
3	HD số 2022001 HS WM/NA-PS ký ngày 24/12/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa và Công ty Penseur Industries Sdn Bhd	18.828.656.000 (VND)	24/12/2021	2022	Điều hòa		Công ty Penseur Industries Sdn Bhd	
4	HD số 2021056/NAE-MSF13 ký ngày 14/07/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa và Công ty Shenzhen Meishengfa Trade CO., LTD	3.913.835.360 (VND)	14/07/2021	2022	Chảo inox		Công Ty Shenzhen Meishengfa Trade Co., Ltd	
5	HD số 2021005 NA-CG ký ngày 17/05/2021 giữa Công ty CP Tập đoàn Nagakawa và Công ty Guangdong Carrier Heating, Ventilation & Air Conditioning Company Limited	7.018.417.600 (VND)	17/05/2021	2022	Điều hòa		Công Ty Guangdong Carrier Heating, Ventilation & Air Conditioning Company Limited	
III. CÁC HỢP ĐỒNG ĐÃ KÝ KẾT NHƯNG CHƯA THỰC HIỆN Không có.								

Nguồn: NAG

10.6. Các khách hàng, nhà cung cấp lớn

10.6.1. Các khách hàng lớn

Bảng 10: Thông tin các khách hàng lớn của NAG

Stt	Tên khách hàng	Giá trị giao dịch (Đồng)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
Hợp đồng năm 2020					
1	Công ty TNHH Phát triển Kinh tế Quốc tế Anh Vũ ("AVC")	430.990.575.532	2020	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	1. AVC là cổ đông lớn của NAG: AVC hiện nắm giữ 3.115.240 cổ phiếu NAG - tỷ lệ sở hữu 18,67%. 2. Người có liên quan của cổ đông lớn của NAG: Ông Nguyễn Đức Khả là cổ đông lớn hiện nắm giữ 5.783.778 cổ phiếu NAG - tỷ lệ sở hữu 34,67%; và là thành viên HĐTV của AVC. 3. Người có liên quan đến người nội bộ của NAG: Tại thời điểm phát sinh HĐ, (1) Ông Nguyễn Đức Khả là Chủ tịch HĐQT của NAG và là thành viên HĐTV của AVC; (2) Bà Đào Thị Soi là thành viên HĐQT của NAG và là thành viên HĐTV của AVC.
2	Công ty cổ phần đầu tư MK Việt Nam	62.019.311.233	2020	Điều hòa, linh kiện	Không có
3	Công ty cổ phần Điện lạnh Ngọc Nguyên Châu	61.105.175.896	2020	Điều hòa	Không có

Stt	Tên khách hàng	Giá trị giao dịch (Đồng)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
4	Công ty TNHH Thương Mại Huy Hùng	50.322.225.134	2020	Điều hòa	Không có
5	Công ty TNHH Thương Mại Huy Hùng	50.322.225.134	2020	Điều hòa	Không có
6	Công ty TNHH Hồng Lợi Nam	48.142.200.823	2020	Điều hòa	Không có
7	Công ty cổ phần Phát triển thương mại Bảy Lợi	24.812.001.530	2020	Điều hòa	Không có
8	Công ty TNHH đào tạo và chuyển giao công nghệ cơ điện lạnh CNQ	19.810.322.059	2020	Điều hòa	Không có
9	Công ty TNHH phát triển thương mại Hưng Thịnh	18.172.929.596	2020	Điều hòa	Không có
10	Công ty cổ phần Đầu tư và dịch vụ thương mại TTC ("TTC")	17.015.394.428	2020	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, đàn nóng, mô tơ máy, vò...	1. Người có liên quan đến người nội bộ của NAG: Tại thời điểm phát sinh HĐ, Ông Vũ Tiến Thành là Thành viên Ban Kiểm soát của NAG và là Giám đốc của TTC
11	Công ty TNHH Thương Mại VHC	16.518.419.259	2020	Đồ gia dụng	Không có
12	Công ty TNHH MTV Thương mại Ti Ki	8.910.598.179	2020	Đồ gia dụng	Không có
13	Công ty Cổ phần PICO	2.385.585.245	2020	Đồ gia dụng	Không có
Hợp đồng năm 2021					
1	Công ty TNHH Phát triển Kinh tế Quốc tế Anh Vũ ("AVC")	523.039.581.603	2021	Linh kiện	1. AVC là cổ đông lớn của NAG: AVC hiện nắm giữ 3.115.240 cổ phiếu NAG - tỷ lệ

Stt	Tên khách hàng	Giá trị giao dịch (Đồng)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
					sở hữu 18,67%. 2. Người có liên quan của cổ đông lớn của NAG: Ông Nguyễn Đức Khả là cổ đông lớn hiện nắm giữ 5.783.778 cổ phiếu NAG – tỷ lệ sở hữu 34,67%; và là thành viên HĐQT của AVC. 3. Người có liên quan đến người nội bộ của NAG: Tại thời điểm phát sinh HĐ, (1) Ông Nguyễn Đức Khả là Chủ tịch HĐQT của NAG và là thành viên HĐQT của AVC; (2) Bà Đào Thị Soi là thành viên HĐQT của NAG và là thành viên HĐQT của AVC.
2	Công ty cổ phần Điện lạnh Ngọc Nguyên Châu	128.644.510.862	2021	Điều hòa	Không có
3	Chi nhánh Công ty cổ phần Thế Giới Di Động	124.408.517.952	2021	Điều hòa	Không có
4	Công ty TNHH Thương Mại Xuất Nhập Khẩu Việt Hàn	57.042.354.435	2021	Điều hòa	Không có
5	Công ty TNHH Hồng Lợi Nam	38.107.929.600	2021	Điều hòa	Không có
6	Công ty TNHH Thương Mại Huy Hùng	36.240.272.821	2021	Điều hòa	Không có
7	Công ty TNHH Thương Mại VHC	26.978.470.881	2021	Đồ gia dụng	Không có

S/tt	Tên khách hàng	Giá trị giao dịch (Đồng)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
8	Công ty cổ phần phát triển thương mại Bảy Lợi	23.952.171.832	2021	Điều hòa	Không có
9	Công ty cổ phần Đầu tư và dịch vụ thương mại TTC ("TTC")	23.286.769.175	2021	Linh kiện	1. Người có liên quan đến người nội bộ của NAG: Tại thời điểm phát sinh HĐ, Ông Vũ Tiến Thành là Thành viên Ban Kiểm soát của NAG và là Giám đốc của TTC.
10	Công ty TNHH phát triển thương mại Hưng Thịnh	18.654.294.699	2021	Điều hòa	Không có
11	Công ty cổ phần đầu tư MK Việt Nam	16.550.269.527	2021	Điều hòa, linh kiện	Không có
12	Công Ty Cổ Phần Thương Mại Xuất Nhập Khẩu Nam Sa Pa	14.321.600.800	2021	Điều hòa	Không có
13	Công ty TNHH đào tạo và chuyển giao công nghệ cơ điện lạnh CNQ	14.315.658.140	2021	Điều hòa	Không có
14	Công Ty TNHH MTV Thương Mại Tì Ki	13.938.400.273	2021	Đồ gia dụng	Không có
15	Công ty Cổ phần PI CO	9.624.221.057	2021	Đồ gia dụng	Không có

Nguồn: NAG

10.6.2. Các nhà cung cấp lớn

Bảng 11: Thông tin các nhà cung cấp lớn của NAG

Stt	Tên nhà cung cấp	Giá trị giao dịch	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
Hợp đồng năm 2020					
1	Công ty TNHH thương mại và tư vấn kỹ thuật - Cao	260.003.169.508	2020	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
2	Công ty TNHH Cơ điện lạnh HC Toàn Cầu	185.532.824.583	2020	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
3	PT Arisamandiri Pratama	165.591.457.185	2020	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
4	CJ Century Technology SDN.BHD	124.917.786.366	2020	Điều hòa	Không có
5	CJ Century Technology SDN.BHD	124.917.786.366	2020	Điều hòa	Không có
6	Penseur Industries SDN BHD (587108-T)	68.553.004.042	2020	Điều hòa	Không có
7	Công ty TNHH TM và XNK An Thịnh Phát	23.125.473.162	2020	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
8	Ningbo Wanai Appliance co., LTD	16.110.739.864	2020	Hàng gia dụng	Không có

Sst	Tên nhà cung cấp	Giá trị giao dịch	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
9	Guangdong Chigo Heating And Ventilation Equipment Co.,Ltd	13.644.016.671	2020	Điều hòa âm trần, linh phụ kiện	Không có
10	TCL Air Conditioner (Zhongshan) Co., LTD.	12.952.001.423	2020	Điều hòa	Không có
Hợp đồng năm 2021					
1	Công ty TNHH thương mại và tư vấn kỹ thuật - Cao	305.002.906.018	2021	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
2	Công ty TNHH Cơ điện lạnh HC Toàn Cầu	277.451.791.182	2021	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
3	Penseur Industries SDN BHD (587108-T)	227.910.158.479	2021	Điều hòa	Không có
4	CJ Century Technology SDN.BHD	140.308.512.815	2021	Điều hòa	Không có
5	Guangzhou Hualing Refrigerating Equipment Co., Ltd	94.104.107.185	2021	Điều hòa, bo mạch, linh kiện	Không có
6	High Ace Industries SDN.BHD	45.637.944.949	2021	Máy rửa bát, bếp đôi, máy hút mùi, máy lọc	Không có
7	Công ty TNHH TM và XNK An Thịnh Phát	31.116.973.968	2021	Phụ kiện điều hòa: ống đồng, máy nén, dàn nóng, mô tơ máy, vỏ...	Không có
8	Công ty cổ phần Tramexco	20.451.558.974	2021	Bao bì, ống đồng, phụ kiện....	Không có

Stt	Tên nhà cung cấp	Giá trị giao dịch	Thời gian giao dịch	Sản phẩm, dịch vụ	Mối quan hệ với người nội bộ, cổ đông của TCPH
9	Hisense International Co., Ltd	17.147.004.090	2021	Điều hòa	Không có
10	Guangdong Chigo Heating And Ventilation Equipment Co.,Ltd	14.222.167.018	2021	Điều hòa âm trần, linh kiện	Không có

Nguồn: NAG

10.7. Vị thế của Tổ chức phát hành trong ngành

a) Vị thế của Tổ chức phát hành so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành

Nagakawa hiện đang hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại, cụ thể là phân phối các sản phẩm ngành hàng điện lạnh (sản phẩm chủ lực là điều hòa không khí), ngành hàng gia dụng và các sản phẩm thiết bị nhà bếp cao cấp nhập khẩu. Với mỗi ngành hàng kinh doanh, Công ty đang chiếm một thị phần và vị thế nhất định trên thị trường so với các đối thủ cạnh tranh cả trong nước và quốc tế, cụ thể:

➤ Ngành điện lạnh (nhóm hàng điều hòa không khí)

Tại Việt Nam, thị trường điều hòa diễn ra sôi động khi có sự cạnh tranh mạnh mẽ đến từ nhiều thương hiệu trong và ngoài nước. Trong đó, phổ biến là các sản phẩm điều hòa có thương hiệu đến từ Nhật bản (Daikin, Panasonic, Mitsubishi, Toshiba, v.v...) và Hàn quốc (LG, Samsung, v.v...). Bên cạnh đó, các sản phẩm điều hòa thương hiệu Việt Nam như Asanzo, Funiki, Sunhouse và Kangaroo cũng được người tiêu dùng ưa chuộng bởi mức giá hợp lý và cạnh tranh so với các đối thủ đến từ quốc tế.

Công ty chưa thực hiện các nghiên cứu chi tiết về thị trường và các bên tham gia vào thị trường đối với ngành hàng điều hòa không khí, do đó, Công ty chưa có các số liệu liên quan đến thị phần để khẳng định vị thế của Công ty trong ngành.

➤ Ngành hàng gia dụng

Hiện nay, mức độ cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành hàng gia dụng tại Việt Nam là rất lớn, trong đó có các sản phẩm mang thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam như Sunhouse, Kangaroo, Happy cook, Sơn Hà, Asanzo, Tân Á, Điện Quang, v.v... Ngoài ra, thị trường đồ gia dụng còn tiếp tục nóng lên khi liên tục xuất hiện các thương hiệu lớn đến từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Đức... theo hình thức nhập khẩu, phân phối và bán lẻ, hoặc thực hiện các thương vụ mua bán và sáp nhập (M&A) để nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường như Electrolux, Tập đoàn Haier (Trung Quốc), Tập đoàn Muiji và Zojirushi (Nhật).

Công ty chưa thực hiện các nghiên cứu chi tiết về thị trường và các bên tham gia vào thị trường đối với ngành hàng gia dụng, do đó, Công ty chưa có các số liệu liên quan đến thị phần để khẳng định vị thế của Công ty trong ngành.

➤ Ngành thiết bị nhà bếp

Nagakawa hiện đang định vị nhóm sản phẩm thiết bị nhà bếp của mình thuộc phân khúc trung – cao cấp với mức giá hợp lý so với các đối thủ hiện đang kinh doanh cùng nhóm sản phẩm. Trong đó, các nhãn hàng quốc tế (Bosch, Mallocal, Teka, v.v...) đang thuộc phân khúc chất lượng cao với giá bán sản phẩm cao, khách hàng mục tiêu là những người tiêu dùng có thu nhập lớn. Ngoài ra, các nhãn hàng trong nước (Sunhouse, Kangaroo, v.v...) được định vị là các thương hiệu sản phẩm trung – cao với giá bán thấp phù hợp với mặt bằng chung của thị trường.

Công ty chưa thực hiện các nghiên cứu chi tiết về thị trường và các bên tham gia vào thị trường đối với ngành hàng thiết bị nhà bếp, do đó, Công ty chưa có các số liệu liên quan đến thị phần để khẳng định vị thế của Công ty trong ngành.

b) Triển vọng phát triển của ngành

➤ **Ngành điện lạnh (nhóm hàng điều hòa không khí)**

Với đặc thù của điều kiện thời tiết nước ta là khí hậu nhiệt đới gió mùa, thời tiết mùa hè nắng nóng cùng nhiệt độ tăng cao, vì vậy, nhu cầu sử dụng các thiết bị làm mát không khí như điều hòa của người dân là rất lớn.

Bên cạnh đó, tốc độ đô thị hóa tăng nhanh cùng sự gia tăng số lượng các tòa nhà cao tầng, các trung tâm thương mại và các công trình tại các thành phố lớn, dẫn đến nhu cầu lớn đối với các thiết bị điều hòa không khí, thiết bị làm lạnh. Từ đó, tạo ra những động lực lớn cho các doanh nghiệp có hoạt động phân phối và lắp đặt các sản phẩm, thiết bị điều hòa không khí.

➤ **Ngành hàng gia dụng**

Việt Nam hiện có cơ cấu dân số trẻ đặc biệt là dân số trong độ tuổi từ 18-45 tuổi, đây là nhóm khách hàng mục tiêu lớn của ngành hàng gia dụng. Đồng thời, việc thu nhập của người dân ngày gia tăng dẫn đến những thay đổi nhu cầu về chất lượng, mẫu mã sản phẩm, cùng sự quan tâm ngày càng lớn cho sức khỏe và trải nghiệm sống, người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm có chất lượng cao hơn.

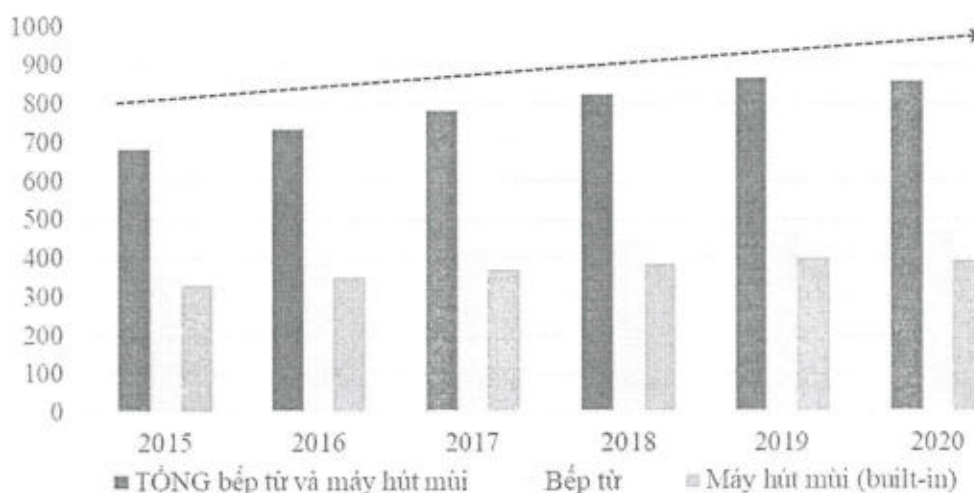
Ngoài ra, tỷ lệ người tiêu dùng có xu hướng quan tâm đến các hàng hóa có “Thương hiệu Việt” ngày càng tăng sẽ tạo ra những động lực tăng trưởng cho ngành hàng gia dụng của các doanh nghiệp Việt Nam như Nagakawa.

➤ **Ngành thiết bị nhà bếp**

Theo báo cáo khảo sát về thị trường thiết bị nhà bếp của Euromonitor Intl - Công ty chuyên nghiên cứu chiến lược cho thị trường tiêu dùng (*Nguồn khảo sát: “Large cooking appliances in Vietnam, Euromonitor Intl, 2021”*), quy mô thị trường ngành thiết bị nhà bếp đang đạt khoảng 5.160 tỷ đồng.

Biểu đồ 3: Dung lượng thị trường thiết bị nhà bếp 2015 – 2020

Đơn vị tính: 1.000 chiếc



Nguồn: NAG (Large cooking appliances in Vietnam, Euromonitor Intl, 2021)

Theo đó, dung lượng thị trường thiết bị nhà bếp đã tăng trưởng 125% trong giai đoạn 2015-2020 (cụ thể sản lượng tiêu thụ Bếp từ tăng từ 352.500 lên 464.900 chiếc, sản lượng máy hút mùi tăng từ 329.100 lên 389.900 chiếc). Tốc độ tăng trưởng về dung lượng thị trường đạt 5%/năm. Theo đánh giá của Euromonitor Intl. (Nguồn khảo sát: “Large cooking appliances in Vietnam, Euromonitor Intl, 2021”), sản lượng các thiết bị nhà bếp sẽ tăng trưởng 115% trong giai đoạn 2020-2025 với tốc độ tăng trưởng bình quân dự kiến đạt 3%/năm.

c) Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Tổ chức phát hành so với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước, xu thế chung trên thế giới.

Định hướng phát triển của Tập đoàn trong giai đoạn 2022-2026 là trở thành tập đoàn đa ngành vững mạnh luôn nằm trong “Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam” và “Top 50 doanh nghiệp phát triển nhanh nhất Việt Nam”. Để đạt được những mục tiêu trên và đưa mục tiêu phù hợp với định hướng của của ngành, chính sách của Nhà nước, xu thế chung trên thế giới, Công ty đã xây dựng những chiến lược phát triển trung và dài hạn như sau:

- **Về quản trị:** Tái cơ cấu lại bộ máy quản trị toàn hệ thống và các ngành hàng để phù hợp với bối cảnh thị trường có nhiều biến động như hiện nay; Phát triển gắn liền với quản trị rủi ro tài chính, rủi ro thị trường, v.v....;

- **Về quan hệ đối tác:** Nghiên cứu từng bước để mở rộng lĩnh vực sản xuất kinh doanh, ngành nghề kinh doanh dưới các hình thức như liên doanh, hợp tác đầu tư; Tăng cường việc hợp tác với các khách hàng (Nhà phân phối, cửa hàng, người tiêu dùng) và nhà cung cấp nhằm xây dựng mối quan hệ phát triển bền vững lâu dài. Với chiến lược “Lấy khách hàng làm trung tâm”,

cần xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng một cách tận tâm và thấu hiểu, để từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm của người dùng.

- **Về phát triển thị trường:** Duy trì và phát huy hiệu quả của thị trường chủ đạo là khu vực miền Bắc và các kênh phân phối thể mạnh. Ngoài ra, đẩy mạnh các chiến lược và chính sách bán hàng tại khu vực tiềm năng mới như khu vực miền Trung và miền Nam. Đồng thời, tiếp tục tăng cường các hoạt động marketing trên các kênh phân phối và truyền thông hiện đại để tiếp cận nhiều người dùng, đặc biệt là người tiêu dùng như giới trẻ, v.v...

- **Về sản phẩm:** Tuân thủ những tiêu chuẩn về kiểm soát chặt chẽ nguồn hàng nhằm đảm bảo về chất lượng sản phẩm, thiết kế mẫu mã, công nghệ áp dụng và tính thuận tiện với người tiêu dùng, đáp ứng những xu hướng mới trên thị trường.

- **Về tài chính:** Tuân thủ nghiêm túc các quy định hiện hành của pháp luật về công tác quản lý tài chính, phát huy dòng tiền một cách hợp lý; Nghiên cứu các biện pháp huy động vốn phù hợp với nhu cầu vốn cho mục tiêu phát triển từng giai đoạn nhằm cơ cấu nguồn vốn và sử dụng vốn có hiệu quả; Kiểm soát chặt chẽ chi phí sản xuất kinh doanh, chi phí đầu tư, phối hợp đồng bộ trong công tác sản xuất, xuất hàng, giao hàng, thu tiền hàng, chuyển tiền nhằm tăng vòng quay đồng vốn giảm thiểu vốn vay các tổ chức tín dụng để tăng lợi nhuận cho Tập đoàn..

- **Về nguồn nhân lực:** Đẩy mạnh công tác đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nghiệp vụ và kỹ năng làm việc của nhân sự; xây dựng chính sách tuyển dụng, đãi ngộ phù hợp đối với từng chức danh, vị trí, từng ngành nghề, từng công việc; phân phối thành quả lao động phù hợp với công sức đóng góp của mỗi thành viên trong quá trình quản lý điều hành và sản xuất kinh doanh, nhằm giữ chân đội ngũ quản lý và lao động giỏi hiện có đồng thời thu hút được nhiều hiền tài đến với Tập đoàn

Với triển vọng phát triển của các nhóm ngành điện lạnh, gia dụng và thiết bị nhà bếp như hiện nay, Nagakawa cho thấy đang có những bước đi đúng đắn và phù hợp với định hướng phát triển của ngành, của Nhà nước, Chính phủ và xu hướng chung của thế giới.

10.8. Hoạt động Marketing

Đối với từng ngành hàng kinh doanh, Nagakawa đều xây dựng những chiến lược Marketing và truyền thông riêng phù hợp với đặc thù của ngành hàng đó, cụ thể như sau:

➤ Ngành hàng điện lạnh (nhóm hàng điều hòa không khí)

Với ngành hàng điều hòa không khí, Nagakawa xây dựng chiến lược Marketing với thông điệp **“Điều hoà không khí Nagakawa - Vượt kỳ vọng, Thỏa ước mong”** cùng 4 yếu tố chính sau: tiết kiệm điện năng; tính năng tốt cho sức khỏe; tiện ích thông minh và vận hành bền bỉ. Các hoạt động truyền thông cho sản phẩm điều hòa được Nagakawa triển khai trên các hệ thống, kênh sau:

- TV Ads: Sử dụng TVC quảng cáo trên các kênh truyền hình vào các khung giờ vàng;

- VOV Ads: Quảng cáo VOV trong các khung giờ cao điểm tại Hà Nội và HCM; Hệ thống loa phường tại 400 huyện tỉnh thành nơi có đông khách hàng mục tiêu của Nagakawa;
- OOH Ads: Hệ thống màn hình sân bay, tòa nhà và chung cư cao cấp; Biển quảng cáo ngoài trời tại các điểm quốc lộ đi tỉnh, xe khách, xe buýt, v.v...
- Kênh trực tiếp: Trưng bày sản phẩm tại đại lý phân phối; Catalog, tờ rơi; Tổ chức các hội nghị khách hàng và các hoạt động roadshow tại các thành phố lớn nhằm giới thiệu sản phẩm/tính năng mới của điều hòa Nagakawa và gia tăng tình cảm với nhà phân phối/ đại lý, v.v...
- Các nền tảng mạng xã hội hiện đại như: Google Ads (SEM); Youtube Ads (Trueview & Bumper), v.v...

➤ **Ngành hàng gia dụng và thiết bị nhà bếp cao cấp**

Với ngành hàng gia dụng, Nagakawa đang chuyển dịch sang chiến lược **“Lấy khách hàng làm trung tâm”** được thiết kế xung quanh nhu cầu và sở thích của khách hàng. Trong đó, với riêng nhóm ngành thiết bị nhà bếp cao cấp, Nagakawa xây dựng riêng chiến lược Marketing với thông điệp **“Tâm an tại bếp”** nhằm hướng người tiêu dùng đến những sản phẩm tiện nghi, an tâm, an toàn và góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của các gia đình tại Việt Nam.

Các hoạt động truyền thông đối với ngành hàng gia dụng và thiết bị nhà bếp được Công ty triển khai trên một số kênh tương tự với ngành hàng điều hòa không khí như đã nêu ở trên. Tuy nhiên, do thị phần của nhóm sản phẩm này chưa lớn nên Công ty cũng chú trọng triển khai trên các kênh truyền thông khác nhằm tiếp cận được nhiều khách hàng mục tiêu mới đặc biệt là giới trẻ, cụ thể như sau:

- Các kênh digital: Google; Youtube; Facebook, v.v...
- Hệ thống biển quảng cáo ngoài trời: 8500 frame thang máy, 3000 màn hình siêu thị lớn toàn quốc, 500 màn hình lớn tại các sân bay, 50 biển quảng cáo tấm lớn, v.v...
- Truyền thông tại điểm bán: quầy kệ trưng bày sản phẩm
- Kênh báo chí: Thông cáo báo chí về sự kiện ra mắt bộ sản phẩm TBNB cao cấp trên gần 100 đầu báo uy tín trên toàn quốc như Vnexpress, Vietnamnet, Zingnews, v.v...
- Kênh truyền thông số khác: Chiến dịch **“TÂM AN TẠI BẾP”** trên fanpage Nagakawa Group; Quảng cáo online: GDN, Admicro, SEM, SEO, v.v...

10.9. Quyền sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế

Nhãn hiệu Công ty:



Nhãn hiệu Logo Nagakawa đã được Công ty đăng ký nhãn hiệu hàng hóa tại Cục sở hữu trí tuệ thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hoá số 140828 đính kèm theo Quyết định số 1098/QĐ-SHTT ngày 18/01/2010.

10.10. Chính sách nghiên cứu, phát triển

Hiện nay, Nagakawa đang không ngừng triển khai các dự án về nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường và nâng cao ưu thế về chất lượng sản phẩm với các đối thủ cạnh tranh. Các sản phẩm mới được phát triển dựa trên giá trị cốt lõi là “**An Tâm Toàn Diện**”, cụ thể:

- **Tận tâm:** Mỗi sản phẩm đều xuất phát từ cái tâm của những con người Nagakawa.
- **Sáng tạo:** Sáng tạo là động lực của sự phát triển và tạo ra dấu ấn riêng của Nagakawa.
- **Thân thiện:** Nagakawa cung cấp những sản phẩm thân thiện và phục vụ đại đa số gia đình Việt.

- **Tin cậy:** là nền tảng xuyên suốt quá trình hình thành và phát triển của Nagakawa

Các sản phẩm mới của Nagakawa khi ra mắt luôn đáp ứng các tiêu chuẩn về kỹ thuật, chất lượng, tính tiện lợi đối với cuộc sống:

- Sản phẩm an toàn không gây hại cho sức khỏe;
- Sản phẩm áp dụng công nghệ tiên tiến hiện đại;
- Sản phẩm tiết kiệm chi phí, tiết kiệm năng lượng;
- Chất lượng sản phẩm bền bỉ;
- Sản phẩm dễ sử dụng cho tất cả mọi người;
- Sản phẩm phù hợp với mọi gia đình theo phong cách hiện đại.

Đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm của Nagakawa tuân thủ những tiêu chuẩn khắt khe về kiểm duyệt, đánh giá chất lượng và độ an toàn của sản phẩm; phân tích định kỳ các số liệu bán hàng, phản hồi của khách hàng cũng như là các lỗi sản phẩm được bảo hành của các năm, để từ đó cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm mới.

Trong giai đoạn năm 2022, Công ty đã có những kế hoạch về phát triển và ra mắt các sản phẩm với từng mã hàng phục vụ cho từng nhóm khách hàng tại mức giá phù hợp. Đồng thời, Nagakawa cũng đã lên kế hoạch phù hợp cho những sản phẩm mang tính mùa vụ (mùa đông - hè), các kế hoạch bán hàng trong các dịp lễ lớn và các tháng mua sắm cao điểm của người tiêu dùng, v.v...

Đánh giá ảnh hưởng của chính sách nghiên cứu phát triển tới tình hình hoạt động kinh doanh của NAG:

Hoạt động nghiên cứu và phát triển của Nagakawa nhằm đa dạng hóa danh mục sản phẩm, thúc đẩy doanh thu, đồng thời cải tiến và áp dụng những công nghệ tiên tiến nhất vào các sản phẩm nhằm tối đa hóa trải nghiệm và sự hài lòng của người tiêu dùng.

10.11. Chiến lược kinh doanh

Định hướng phát triển của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa trong giai đoạn 2022-2026 là trở thành *Tập đoàn đa ngành vững mạnh luôn nằm trong top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam*, và *Top 50 doanh nghiệp phát triển nhanh nhất Việt Nam* với cam kết mang đến sự “An tâm toàn diện” cho người tiêu dùng khi trải nghiệm những sản phẩm và dịch vụ của Nagakawa. Bên cạnh đó là những định hướng phát triển cụ thể cho từng ngành hàng và lĩnh vực kinh doanh, cụ thể như sau:

- Top 5 thương hiệu sản xuất và phân phối điều hòa không khí tại Việt Nam;
- Thương hiệu dẫn đầu ngành thiết bị nhà bếp cao cấp tại thị trường Việt Nam;
- Duy trì Top 50 Doanh nghiệp phát triển nhanh nhất Việt Nam;
- Xuất khẩu sản phẩm Nagakawa ra thị trường Đông Nam Á và các khu vực lân cận;
- Tăng trưởng bền vững, nâng cao chất lượng quản trị, vận hành, sẵn sàng nhân lực.

a) Top 5 thương hiệu sản xuất và phân phối điều hòa không khí tại Việt Nam

Từ năm 2020, Nagakawa đã 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. Nổi bật nhất là tái cơ cấu lại bộ máy quản trị của ngành hàng điện lạnh, tập trung hơn nữa vào phát triển nguồn lực nội tại, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm để đưa ra thị trường những sản phẩm mới cạnh tranh hơn, chất lượng hơn, thông minh hơn.

Bên cạnh đó, Công ty còn chú trọng 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 các kênh bán hàng dự án, kênh thương mại điện tử 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 – chuỗi điện máy lớn nhất Việt Nam.

b) Thương hiệu dẫn đầu ngành thiết bị nhà bếp cao cấp tại thị trường Việt Nam

Tháng 9/2020, Nagakawa chính thức cho ra thị trường 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.

Bộ sản phẩm này cũng đánh dấu sự chuyển dịch sang chiến lược “**Lấy khách hàng làm trung tâm**”, thấu hiểu nhu cầu và hành vi của khách hàng để thiết kế sản phẩm và cung cấp dịch vụ, nhằm thoả mãn chất lượng cuộc sống ngày càng cao. Với thông điệp “**Tâm An Tại Bếp**”, Nagakawa mong muốn đưa đến cho người tiêu dùng những sản phẩm tiện nghi, an tâm, an toàn và góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của các gia đình tại Việt Nam.

c) Duy trì Top 50 Doanh nghiệp phát triển nhanh nhất Việt Nam

Nagakawa đã thay đổi định vị ngành hàng gia dụng từ phân khúc trung - thấp sang phân khúc trung - cao cấp bằng việc đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm, nguyên vật liệu cấu thành, kiểu dáng thiết kế sang trọng, hiện đại để tiếp cận đến những đối tượng khách hàng mục tiêu. Bên cạnh đó, Nakagawa mục tiêu đến năm 2023, ngành gia dụng sẽ thâm nhập vào các thị trường phía nam bằng việc phát triển những kênh bán hàng mới, cụ thể:

- Đối với thị trường thế mạnh tại Miền Bắc: Tiếp tục củng cố những đối tác bán hàng truyền thống, tiếp tục mở rộng hợp tác với các đối tác mới có tiềm lực vững mạnh;
- Đối với thị trường Miền Trung và Miền Nam: Mở rộng thêm các kênh phân phối với độ phủ khắp trải dài tại các điểm đông đúc dân cư, mở các chiến lược truyền thông, bán hàng nhằm thu hút lượng người tiêu dùng mới, v.v...
- Đẩy mạnh các phân phối hiện đại: Tiếp tục đầu tư và phát triển vào kênh MT (kênh siêu thị) và các kênh dự án với các công trình lớn các tỉnh thành, v.v...

*d) **Xuất khẩu sản phẩm Nagakawa ra thị trường Đông Nam Á và các khu vực lân cận***

Xuất khẩu sản phẩm Thương hiệu Nagakawa ra thị trường Đông Nam Á và các khu vực lân cận. Mục tiêu trong 5 năm tới, 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.

*e) **Tăng trưởng bền vững, nâng cao chất lượng quản trị, vận hành, sẵn sàng nhân lực***

Nâng cao chất lượng quản trị doanh nghiệp bằng cách ứng dụng công nghệ vào quy trình vận hành cũng như sản xuất để tối ưu hóa nguồn lực, tăng năng suất lao động, giảm thiểu lãng phí, v.v... từ đó nâng cao chất lượng môi trường làm việc, cũng như tăng vị thế cạnh tranh của Nagakawa trên thị trường. Bên cạnh đó, Nagakawa cũng đầu tư vào các chương trình đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân sự, đội ngũ quản lý và bán hàng có kinh nghiệm và phản ứng nhanh với thị trường.

Cuối năm 2020, Nagakawa đưa ra chiến lược thương hiệu mới "**An tâm toàn diện**" với trọng tâm của chiến lược là "**Lấy khách hàng làm trung tâm**", thông điệp này đã thể hiện những mong muốn mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm chất lượng, tiện nghi, góp phần nâng tầm cuộc sống của mỗi gia đình Việt. Để hiện thực hóa chiến lược và định hướng mới, năm 2021, Tập đoàn Nagakawa tiếp tục đẩy mạnh công tác Marketing, tăng cường các hoạt động giới thiệu quảng bá thương hiệu, hình ảnh, sản phẩm tới khách hàng, đẩy mạnh công tác nội dung, tối ưu hóa trải nghiệm người dùng trên các nền tảng số của Nagakawa.

11. Chính sách lao động

➤ Cơ cấu lao động:

Bảng 12: Cơ cấu lao động bình quân 2 năm 2020 và 2021

Tiêu chí phân loại	Bình quân năm 2020		Bình quân năm 2021	
	Số người	Tỷ lệ (%)	Số người	Tỷ lệ (%)
I. Phân theo trình độ lao động	330	100%	357	100%
1. Thạc sỹ, Tiến sỹ và sau Đại học	15	4,55%	15	4,20%
2. Đại học, Cao đẳng	262	79,39%	307	85,99%
3. Trung cấp, Sơ cấp và chứng chỉ nghề	38	11,52%	35	9,80%
4. Lao động phổ thông	15	4,55%	0	0,00%
II. Phân theo tính chất hợp đồng lao động	330	100%	357	100%
1. Lao động không xác định thời hạn	65	19,70%	70	19,61%
2. Lao động hợp đồng thời hạn từ 06 tháng - 03 năm	265	80,30%	287	80,39%
3. Lao động thử việc và thời vụ	0	0,00%	0	0,00%

Nguồn: NAG

Bảng 13: Cơ cấu lao động tại thời điểm 31/12/2021

Tiêu chí phân loại	Tại thời điểm 31/12/2021	
	Số người	Tỷ lệ (%)
I. Phân theo trình độ lao động	383	100%
1. Thạc sỹ, Tiến sỹ và sau Đại học	15	3,92%
2. Đại học, Cao đẳng	328	85,64%
3. Trung cấp, Sơ cấp và chứng chỉ nghề	40	10,44%
4. Lao động phổ thông	0	0,00%
II. Phân theo tính chất hợp đồng lao động	383	100%
1. Lao động không xác định thời hạn	75	19,58%
2. Lao động hợp đồng thời hạn từ 06 tháng - 03 năm	308	80,42%
3. Lao động thử việc và thời vụ	0	0,00%

Nguồn: NAG

➤ **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; phong cách làm việc chuyên nghiệp. Theo đó, trong năm 2021, Nagakawa đã tổ chức hơn 1.461 lượt đào tạo về nghiệp vụ và kỹ năng bán hàng cho nhân viên với thời gian đào tạo trung bình là 27 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:**

Nagakawa thường xuyên tổ chức các hoạt động thúc đẩy gắn kết CBNV với Tập đoàn, nâng cao đời sống tinh thần của CBNV, đồng thời lưu giữ và duy trì các nét văn hóa riêng của doanh nghiệp như: các sự kiện văn hóa, thể thao, ngày thành lập Công ty (22/08), ngày hướng về cội nguồn (10/03 âm lịch), ngày Quốc tế Phụ nữ (08/03), giải chạy vì sức khỏe, v.v...

Nagakawa “**lấy con người làm trọng tâm**”, 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.

➤ **Quy chế phát hành cổ phiếu thưởng cho người lao động:** Không có.

12. Chính sách cổ tức

Căn cứ Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty đã được Đại hội cổ đông thông qua, chính sách phân phối cổ tức của Công ty được quyết định bởi Đại hội đồng cổ đông và tuân thủ theo các quy định của pháp luật. Theo đó, Cổ tức sẽ được công bố và chi trả từ lợi nhuận giữ lại của Công ty nhưng không vượt quá mức do Hội đồng quản trị đề xuất sau khi đã xin ý kiến cổ đông tại Đại hội đồng cổ đông.

Bảng 14: Tình hình chi trả cổ tức của NAG

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Tỷ lệ cổ tức	5%	5%	6%
Căn cứ thực hiện	Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên 2020 số 01/2020/NQ-HĐCĐ-NAG ngày 15/06/2020	Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên 2021 số 01/2021/NQ-ĐHĐCĐ-NAG ngày 24/04/2021	Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên 2022 số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG ngày 12/02/2021
Hình thức thanh toán	Cổ tức bằng tiền	Cổ tức bằng cổ phiếu	Cổ tức bằng cổ phiếu
Thời gian thanh toán	Đã chi trả ngày 28/09/2020	Đã chi trả ngày 22/09/2021	Dự kiến Quý II/ Quý III năm 2022 và sau khi được UBCKNN chấp thuận

Nguồn: NAG

13. Thông tin về tình hình sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán gần nhất

Công ty không có đợt chào bán chứng khoán nào trong năm 2020, 2021 và tính đến thời điểm đăng ký chào bán.

14. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ chức phát hành

- Cam kết về sửa đổi Điều lệ Công ty:

Hiện tại, quy định tại Điểm c Khoản 4 Điều 25 Điều lệ Công ty cổ phần Nagakawa chưa phù hợp với quy định tại Điểm h Khoản 2 Điều 153 Luật doanh nghiệp số 59/2020/QH14. Do đó, Công ty cam kết sẽ sửa đổi Điều lệ Công ty tại Đại hội đồng cổ đông gần nhất cho phù hợp với quy định hiện hành. Ngoài ra, Công ty cam kết sẽ luôn đảm bảo các Quyết định của Hội đồng quản trị đáp ứng theo quy định của Luật Doanh nghiệp.

- Thông tin về Hợp đồng thuê đất:

Hiện tại, Công ty đang ký Hợp đồng thuê đất số 3012/HĐTĐ ngày 02/11/2017 với Ủy ban nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc, thông tin về khu đất thuê như sau:

- + Diện tích đất thuê: 22.406 m²
- + Vị trí: Xã Phúc Thắng, huyện Mê Linh (nay là phường Phúc Thắng, thị xã Phúc Yên), tỉnh Vĩnh Phúc.
- + Thời hạn thuê đất: 49 năm (kể từ 11/07/2003 đến 11/07/2052)

Ngoài ra, Công ty không có những cam kết liên quan đến trái phiếu chưa đáo hạn, các quyền chưa thực hiện của cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi, v.v... có thể ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh và tình hình tài chính của Công ty.

15. Các thông tin, nghĩa vụ nợ tiềm ẩn, tranh chấp kiện tụng liên quan tới Tổ chức phát hành có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính của Tổ chức phát hành, đợt chào bán, giá cổ phiếu chào bán, dự án sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán.

Không có.

16. Thông tin về cam kết của Tổ chức phát hành không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xóa án tích.

Hội đồng quản trị Công ty xin cam kết, tại thời điểm nộp hồ sơ chào bán thêm cổ phiếu năm 2022, Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xóa án tích.

V. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH, TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH VÀ DỰ KIẾN KẾ HOẠCH

1. Kết quả hoạt động kinh doanh

1.1. Hoạt động kinh doanh của Công ty

Bảng 15: Tóm tắt hoạt động kinh doanh của NAG năm 2020 và 2021

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Tăng/giảm 2021 so với 2020 (%)	Quý I/2022
A. CÔNG TY MẸ				
1. Tổng giá trị tài sản	742.754.539.823	1.114.561.275.050	50,06	1.114.272.505.235
2. Doanh thu thuần	1.020.140.902.214	1.412.495.088.030	38,46	508.657.049.595
3. Doanh thu hoạt động tài chính	3.534.802.783	12.345.496.919	249,26	606.993.030
4. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	16.646.400.274	36.413.478.449	118,75	5.440.301.035
5. Lợi nhuận khác	1.909.168.698	(1.360.767.588)	(171,28)	124.943.721
6. Lợi nhuận trước thuế	18.555.568.972	35.052.710.861	88,91	5.565.244.756
7. Lợi nhuận sau thuế	14.652.595.182	27.410.332.743	87,07	4.432.979.714
8. Cổ tức, lợi nhuận được chia từ các công ty con	-	-	-	-
B. HỢP NHẤT				
1. Tổng giá trị tài sản	773.578.800.737	1.201.009.605.290	55,25	1.211.200.634.097
2. Doanh thu thuần	1.075.856.133.597	1.404.424.090.024	30,54	528.128.703.901
3. Doanh thu hoạt động tài chính	4.301.892.393	6.217.855.145	44,54	821.250.629
4. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	13.129.467.710	24.287.754.929	84,99	8.844.197.147

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Tăng/giảm 2021 so với 2020 (%)	Quý I/2022
5. Lợi nhuận khác	1.475.530.634	(1.563.503.945)	(205,96)	125.008.389
6. Lợi nhuận trước thuế	14.604.998.344	22.724.250.984	55,59	8.969.205.536
7. Lợi nhuận sau thuế	8.269.034.005	15.440.626.818	86,73	8.362.843.976
8. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối tại thời điểm cuối kỳ	25.171.683.805	34.650.168.523	37,66	40.107.818.054
9. Tỷ lệ cổ tức	5,00%	6,00%	20,00	0%
10. Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	96,07%	64,83%	(32,52)	0%

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

1.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Tổ chức phát hành

1.2.1. Thuận lợi

Nagakawa là thương hiệu Việt Nam với 20 năm phát triển cùng sản phẩm chủ lực là máy điều hòa không khí, sản phẩm quen thuộc và được người tiêu dùng Việt Nam tin tưởng và ưa chuộng.

Đội ngũ lãnh đạo trẻ, năng động, nhiệt huyết và có kiến thức, am hiểu thị trường. Các phòng ban và đội ngũ phát triển thị trường có độ phản ứng nhanh với các thay đổi trong nhu cầu và thị yếu của người tiêu dùng.

Dịch vụ và chính sách bảo hành sản phẩm của Nagakawa được đánh giá tốt, nhanh chóng và thuận tiện (cụ thể, dịch vụ một đổi một trong 01 năm và bảo hành lên đến 05 năm). Đây là một ưu thế lớn so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

1.2.2. Khó khăn

Do ảnh hưởng của dịch Covid-19 khiến cho các hoạt động giao thương và lưu chuyển hàng hóa bị đình trệ đã ảnh hưởng trực tiếp đến nguồn cung ứng đầu vào của Doanh nghiệp. Kéo theo đó là việc tăng các chi phí giá vốn hàng hóa, chi phí logistics và các biến động giá nguyên vật liệu trên thế giới cũng khiến cho chi phí của Doanh nghiệp gia tăng. Đồng thời, dịch Covid 19 cũng tác động đến nhu cầu tiêu dùng của thị trường, khi mà tỷ lệ thất nghiệp tăng lên, nhu cầu tiêu dùng của người dân giảm xuống do thu nhập giảm sâu cũng đã gây ra việc sụt giảm doanh số bán hàng của Nagakawa trong thời gian qua.

Bên cạnh đó, áp lực cạnh tranh trên thị trường ngày càng gay gắt khi mà các đối thủ lớn đều là các doanh nghiệp đã kinh doanh lâu năm, đã hoàn chỉnh hệ thống phân phối, có tập khách hàng riêng và am hiểu người dùng. Ngoài ra, các đối thủ này đều có những danh mục sản phẩm

đa dạng đáp ứng đủ các phân khúc và nhu cầu của người tiêu dùng, cùng chiến lược marketing bài bản, hình ảnh được đầu tư chuyên nghiệp.

Trong bối cảnh hội nhập, các thương hiệu quốc tế cũng đã thâm nhập vào thị trường Việt Nam và nhanh chóng chiếm một thị phần khá lớn. Cùng sự gia nhập liên tục của các nhãn hàng mới có xuất xứ sản phẩm không rõ ràng với giá mức giá bán thấp hơn so giá thị trường cũng đã gây ra những ảnh hưởng đến các hoạt động kinh doanh của Nagakawa.

1.2.3. Những biến động lớn có thể ảnh hưởng tới kết quả hoạt động kinh doanh của Tổ chức phát hành.

Dịch bệnh Covid-19 luôn tiềm tàng những rủi ro có thể ảnh hưởng xấu tới hoạt động sản xuất kinh doanh của Nagakawa. Các chính sách về giãn cách xã hội, hạn chế xuất khẩu,... có thể ảnh hưởng tới nguồn cung ứng sản phẩm đầu vào của Công ty do tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, các chi phí tồn kho, chi phí vận chuyển, chi phí quản lý,... tăng cao sẽ làm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh bị sụt giảm.

2. Tình hình tài chính

2.1. Các chỉ tiêu cơ bản

2.1.1. Báo cáo về vốn điều lệ, vốn kinh doanh và tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh

Nagakawa sử dụng và quản lý vốn góp của cổ đông và vốn kinh doanh theo đúng các quy định của pháp luật và đúng mục đích quy định tại Điều lệ của Công ty.

Bảng 16: Cơ cấu vốn kinh doanh của NAG

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
I. VỐN CHỦ SỞ HỮU	198.607.268.699	225.847.415.884	229.971.583.062
1. Vốn góp của chủ sở hữu	158.886.360.000	166.826.240.000	166.826.240.000
<i>Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết</i>	<i>158.886.360.000</i>	<i>166.826.240.000</i>	<i>166.826.240.000</i>
2. Thặng dư vốn cổ phần	5.672.110.000	5.672.110.000	5.672.110.000
3. Cổ phiếu quỹ	(20.000)	(20.000)	(20.000)
4. Quỹ đầu tư phát triển	5.915.984.116	6.341.448.011	7.113.479.352
5. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	28.132.834.583	47.007.637.873	50.359.773.710
- <i>LNST chưa phân phối lũy kế đến cuối kỳ trước</i>	<i>13.480.239.401</i>	<i>19.597.305.130</i>	<i>45.926.793.996</i>
- <i>LNST chưa phân phối kỳ này</i>	<i>14.652.595.182</i>	<i>27.410.332.743</i>	<i>4.432.979.714</i>
B. HỢP NHẤT			

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
I. VỐN CHỦ SỞ HỮU	212.876.544.766	228.908.184.154	236.962.215.594
1. Vốn góp của chủ sở hữu	158.886.360.000	166.826.240.000	166.826.240.000
- Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết	158.886.360.000	166.826.240.000	166.826.240.000
2. Thặng dư vốn cổ phần	5.672.110.000	5.672.110.000	5.672.110.000
3. Cổ phiếu quỹ	(20.000)	(20.000)	(20.000)
4. Quỹ đầu tư phát triển	5.915.984.116	6.341.448.011	7.113.479.352
5. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	25.171.683.805	34.650.168.523	40.107.818.054
- LNST chưa phân phối lũy kế đến cuối kỳ trước	16.662.405.902	16.636.154.352	33.569.324.646
- LNST chưa phân phối kỳ này	8.509.277.903	18.014.014.171	6.538.493.408
6. Lợi ích cổ đông không kiểm soát	17.230.426.845	15.418.237.620	17.242.588.188

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

2.1.2. Trích khấu hao tài sản cố định

Tài sản cố định được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính. Số năm khấu hao của các loại tài sản cố định như sau:

Loại tài sản cố định	Số năm
Nhà cửa, vật kiến trúc:	10-25
Máy móc và thiết bị:	06-10
Phương tiện vận tải, truyền dẫn:	06-18
Thiết bị dụng cụ quản lý:	03-05
Các tài sản khác:	05

Nagakawa luôn thực hiện trích khấu hao tài sản theo đúng quy định của pháp luật.

2.1.3. Mức lương bình quân

Bảng 17: Mức lương bình quân

Đơn vị tính: Đồng

Thời gian	Thu nhập bình quân của người lao động theo năm (VND/người/tháng)
Năm 2020	10.875.000 VNĐ
Năm 2021	14.250.000 VNĐ

Nguồn: NAG

Mức lương bình quân của người lao động của Nagakawa được đánh giá là nằm ở mức cạnh tranh tương đối so với mức lương bình quân của các doanh nghiệp khác cùng ngành trong cùng địa bàn.

2.1.4. Tình hình công nợ

➤ Tình hình các khoản phải thu

Tổng số khoản phải thu của Công ty mẹ trong năm 2020 là **283.733.747.209 đồng**, năm 2021 là **379.095.797.744 đồng** và tại thời điểm kết thúc Quý I/2022 là **516.251.333.663 đồng**.

Tổng số khoản phải thu của Nagakawa (Số liệu hợp nhất) trong năm 2020 là **255.440.831.178 đồng**, năm 2021 là **350.026.251.352 đồng** và tại thời điểm kết thúc Quý I/2022 là **493.849.039.076 đồng**.

Tình hình số dư các khoản phải thu của NAG tại các thời điểm như sau:

Bảng 18: Các khoản phải thu tại các thời điểm

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
I. Các khoản phải thu ngắn hạn	283.233.747.209	378.595.797.744	515.751.333.663
1. Phải thu ngắn hạn của khách hàng	222.834.330.601	344.628.332.253	456.540.974.257
2. Trả trước cho người bán ngắn hạn	63.381.970.243	28.099.940.348	49.458.008.363
3. Phải thu về cho vay ngắn hạn	-	3.700.000.000	9.800.000.000
4. Phải thu ngắn hạn khác	1.955.705.254	6.196.998.890	3.981.824.790
5. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	(4.938.258.889)	(4.029.473.747)	(4.029.473.747)
II. Các khoản phải thu dài hạn	500.000.000	500.000.000	500.000.000
Phải thu dài hạn khác	500.000.000	500.000.000	500.000.000
Tổng cộng	283.733.747.209	379.095.797.744	516.251.333.663
B. HỢP NHẤT			
I. Các khoản phải thu ngắn hạn	254.592.158.679	349.201.382.867	493.024.170.591
Phải thu ngắn hạn của khách hàng	184.396.960.478	302.706.149.377	415.876.294.769
Trả trước cho người bán ngắn hạn	63.907.366.922	42.579.713.629	66.829.646.329
Phải thu về cho vay ngắn hạn	12.000.000.000	9.259.247.000	16.862.800.000
Phải thu ngắn hạn khác	2.204.218.728	2.737.678.272	1.536.834.904
Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	(7.916.387.449)	(8.081.405.411)	(8.081.405.411)

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
II. Các khoản phải thu dài hạn	848.672.499	824.868.485	824.868.485
Phải thu dài hạn khác	848.672.499	824.868.485	824.868.485
Tổng cộng	255.440.831.178	350.026.251.352	493.849.039.076

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

❖ **Các khoản nợ xấu và tình hình trích lập dự phòng nợ phải thu:**

Theo Phụ lục số 01 của Thuyết minh BCTC hợp nhất năm 2021 đã được kiểm toán của Nagakawa, Công ty đang có các khoản nợ xấu tại thời điểm 31/12/2021 với tổng giá trị là **10.507.573.354 đồng**, Công ty đã trích lập dự phòng nợ phải thu ngắn hạn khó đòi tại ngày 31/12/2021 với giá trị là **8.081.405.411 đồng**, cụ thể như sau:

- Tổng giá trị khoản phải thu quá hạn: **10.507.573.354 đồng**
- Thời gian quá hạn: Công ty có nhiều khoản phải thu có thời gian quá hạn từ 1 đến trên 3 năm và một số khoản phải thu khó có khả năng thu hồi.
- Nguyên nhân phát sinh: Bên nợ đã ngừng kinh doanh hoặc thay đổi chủ sở hữu mới và không chấp nhận thanh toán.
- Khả năng thu hồi: Giá trị có thể thu hồi được tính bằng giá gốc trừ đi giá trích lập dự phòng. Cụ thể:
 - + Giá trị khoản phải thu: **10.507.573.354 đồng**
 - + Giá trị trích lập dự phòng: **8.081.405.411 đồng**
 - + Giá trị có thể thu hồi được: **2.426.167.943 đồng**
- Biện pháp xử lý: Công ty đã thực hiện trích lập dự phòng đầy đủ theo quy định tại Thông tư 200/2014/TT-BTC về hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp ngày 22/12/2014 và đơn đốc thu hồi công nợ các khoản phải thu này

❖ **Doanh thu và các khoản phải thu phát sinh đối với các Công ty con:**

Theo Báo cáo tài chính tổng hợp năm 2021 của Công ty, tại Thuyết minh số V-3 Phải thu ngắn hạn của khách hàng và Thuyết minh số VI-1, Công ty phát sinh doanh thu và khoản phải thu đối với các công ty con. Cụ thể như sau:

Tên Công ty	Năm thành lập	Vốn điều lệ (đồng)	Tỷ lệ sở hữu của NAG	Doanh thu (đồng)	Phải thu ngắn hạn của khách hàng (đồng)

Tên Công ty	Năm thành lập	Vốn điều lệ (đồng)	Tỷ lệ sở hữu của NAG	Doanh thu (đồng)	Phải thu ngắn hạn của khách hàng (đồng)
1. Công ty cổ phần Đầu tư và Phát triển Kỹ thuật Nagakawa	2009	12.000.000.000	80%	179.087.959.654	119.505.848.566
2. CTCP Điện tử Nagakawa	2017	20.000.000.000	51%	44.583.276.625	19.421.736.723
3. CTCP Nagakawa Đà Nẵng	2016	5.000.000.000	52%	86.783.808.900	22.917.148.178
4. CTCP Nagakawa TP Hồ Chí Minh	2016	9.700.000.000	51%	67.957.430.178	60.869.285.265

Hiện nay, 4 công ty con nêu trên của Nagakawa hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực thương mại (bán buôn, bán lẻ các thiết bị, linh kiện điện tử, điều hòa, đồ gia dụng). 4 công ty con nêu trên đều nhập hàng trực tiếp từ Công ty CP Tập đoàn Nagakawa và phân phối cho các Nhà phân phối/ đại lý ở khu vực miền Nam, miền Trung và phân phối cho kênh Dự án. Công ty CP Tập đoàn Nagakawa cho các công ty con nợ trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng và sau thời hạn trên các công ty con phải trả phí trả chậm cho Công ty. Vì vậy, các công ty này không cần lượng vốn lớn để nhập hàng, từ đó dẫn đến việc vốn điều lệ khá nhỏ so với doanh thu; đồng thời, số dư các khoản phải thu cuối năm cao và cũng lớn hơn nhiều so với vốn điều lệ công ty con. Đây là đặc thù kinh doanh giữa Nagakawa và các công ty con trong suốt những năm qua.

Trong những năm vừa qua, hoạt động kinh doanh của các công ty con vẫn duy trì liên tục và hiệu quả, các chỉ tiêu kinh doanh ổn định, luôn có doanh thu, lợi nhuận cũng như nộp thuế đầy đủ. Ngoài ra, các đơn vị này duy trì khả năng thanh toán tốt, luôn thanh toán đầy đủ cho Nagakawa.

➤ Tình hình các khoản phải trả

Tổng số khoản phải trả của Công ty mẹ trong năm 2020 là **544.147.271.124 đồng**, năm 2021 là **888.713.859.166 đồng** và tại thời điểm kết thúc Quý 1/2022 là **884.300.922.173 đồng**.

Tổng số khoản phải trả (Số liệu hợp nhất) của Nagakawa trong năm 2020 là **560.702.255.971 đồng**, năm 2021 là **972.101.421.136 đồng** và tại thời điểm kết thúc Quý 1/2022 là **974.238.418.503 đồng**.

Tình hình số dư các khoản phải trả của NAG như sau:

Bảng 19: Các khoản phải trả tại các thời điểm

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
I. Nợ ngắn hạn	544.147.271.124	888.713.859.166	884.300.922.173
1. Phải trả người bán ngắn hạn	124.368.474.603	106.087.921.394	120.439.512.976
2. Người mua trả tiền trước ngắn hạn	7.573.445.025	23.211.362.400	14.243.266.446
3. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	7.713.336.178	10.996.997.109	16.013.040.563
4. Phải trả người lao động	4.187.532.931	3.197.945.000	2.385.616.000
5. Chi phí phải trả ngắn hạn	19.117.758.828	11.887.756.592	6.725.855.652
6. Phải trả ngắn hạn khác	598.672.356	1.437.591.320	1.081.370.773
7. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	376.060.621.587	724.841.584.178	716.407.388.429
8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	4.137.620.067	6.501.431.066	6.144.788.691
9. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	389.809.549	551.270.107	860.082.643
II. Nợ dài hạn	-	-	-
Tổng cộng	544.147.271.124	888.713.859.166	884.300.922.173
B. HỢP NHẤT			
I. Nợ ngắn hạn	559.138.334.653	970.480.669.668	972.518.517.849
1. Phải trả người bán ngắn hạn	126.632.923.716	110.011.347.568	123.878.117.125
2. Người mua trả tiền trước ngắn hạn	8.840.718.233	26.333.131.582	18.135.476.927
3. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	8.715.675.548	12.384.660.782	16.979.762.272
4. Phải trả người lao động	6.519.160.156	5.388.939.514	4.516.360.844
5. Chi phí phải trả ngắn hạn	20.544.431.870	12.746.879.174	14.076.170.585
6. Phải trả ngắn hạn khác	696.617.531	1.573.735.102	1.241.697.255
7. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	381.060.621.587	793.167.736.268	784.186.153.129
8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	5.738.376.463	8.322.969.571	8.644.697.069
9. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	389.809.549	551.270.107	860.082.643
II. Nợ dài hạn	1.563.921.318	1.620.751.468	1.719.900.654
1. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	1.563.921.318	1.620.751.468	1.719.900.654
Tổng cộng	560.702.255.971	972.101.421.136	974.238.418.503

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

2.1.5. Tình hình dư nợ vay

Tình hình số dư các khoản vay của NAG tại các thời điểm như sau:

Bảng 20: Số dư các khoản vay tại các thời điểm

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
1. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	376.060.621.587	724.841.584.178	716.407.388.429
<i>1.1 Vay ngắn hạn ngân hàng</i>	<i>373.339.621.587</i>	<i>713.270.584.178</i>	<i>709.836.388.429</i>
Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - CN Thành An	175.453.701.228	217.829.889.179	225.074.614.178
Ngân hàng TMCP Quân đội - CN Điện Biên Phủ	-	49.896.656.597	30.125.390.744
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - CN Hà Nội	197.885.920.359	350.612.021.844	374.253.963.942
Ngân hàng TMCP Tiên phong - CN Hoàn Kiếm	-	39.946.898.899	25.417.648.380
Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Hà Nội	-	54.985.117.659	54.964.771.185
<i>1.2 Vay ngắn hạn bên liên quan</i>	<i>2.721.000.000</i>	<i>11.571.000.000</i>	<i>6.571.000.000</i>
CTCP May KLV Việt Nam	2.721.000.000	11.571.000.000	6.571.000.000
2. Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	-	-	-
Tổng cộng	376.060.621.587	724.841.584.178	716.407.388.429
B. HỢP NHẤT			
1. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	381.060.621.587	793.167.736.268	784.186.153.129
<i>1.1 Vay ngắn hạn ngân hàng</i>	<i>378.339.621.587</i>	<i>774.546.736.268</i>	<i>770.565.153.129</i>
Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - CN Thành An	175.453.701.228	217.829.889.179	225.074.614.178
Ngân hàng TMCP Quân đội - CN Điện Biên Phủ	-	49.896.656.597	30.125.390.744
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - CN Hà Nội	197.885.920.359	350.612.021.844	374.253.963.942
Ngân hàng TMCP Á Châu - CN Đà Nẵng	-	6.500.000.000	6.000.000.000
Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Hà Nội	-	34.974.716.700	34.974.716.700
Ngân hàng TMCP Tiên phong - CN Hoàn Kiếm	-	39.946.898.899	25.417.648.380

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Hà Nội	-	54.985.117.659	54.964.771.185
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - CN Hà Nội	-	19.801.435.390	19.754.048.000
Ngân hàng TMCP Quân đội - CN Đà Nẵng	5.000.000.000	-	-
1.2 Vay ngắn hạn bên liên quan	2.721.000.000	18.621.000.000	13.621.000.000
CTCP May KLV Việt Nam	2.721.000.000	11.571.000.000	6.571.000.000
Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ	-	7.050.000.000	7.050.000.000
2. Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	-	-	-
Tổng cộng	381.060.621.587	793.167.736.268	784.186.153.129

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

2.1.6. Tình hình thanh toán các khoản nợ

Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa cam kết đã thực hiện thanh toán đầy đủ và đúng hạn các khoản nợ theo quy định tại các hợp đồng/cam kết và không có nợ quá hạn.

Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa cam kết rằng Công ty mẹ và các công ty con của Nagakawa không vi phạm các điều khoản khác trong hợp đồng và các cam kết.

2.1.7. Tình hình các khoản phải nộp theo luật định

Theo Báo cáo tài chính riêng và hợp nhất năm 2020 và 2021 đã được kiểm toán của NAG, Công ty có ghi nhận các khoản chi phí khác có liên quan đến các khoản phải nộp theo luật định tại thời điểm 31/12/2021, cụ thể như sau:

Tại BCTC riêng đã được kiểm toán, Tiền phạt truy thu thuế, chậm nộp thuế năm 2020 là 657.866.827 đồng và năm 2021 là 1.409.874.012 đồng (Lý do: Truy thu theo biên bản quyết toán thuế từ năm 2018 – 2020 và tiền phạt chậm nộp thuế năm 2019 - 2020);

Tại BCTC hợp nhất đã được kiểm toán, Tiền phạt truy thu thuế, chậm nộp thuế năm 2020 là 1.178.998.313 đồng và năm 2021 là 1.829.952.583 đồng (Lý do: Truy thu theo biên bản quyết toán thuế từ năm 2018 – 2020 và tiền phạt chậm nộp thuế năm 2019 - 2020).

Tính đến thời điểm 31/12/2021, Công ty đã hoàn thành đầy đủ các nghĩa vụ liên quan đến thuế và các vi phạm hành chính liên quan.

Tình hình các khoản phải nộp theo luật định của Nagakawa tại các thời điểm như sau:

Bảng 21: Các khoản phải nộp theo luật định

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
1. Thuế GTGT hàng bán nội địa	1.161.098.564	55.183.140	312.113.668
2. Thuế GTGT hàng nhập khẩu	-	-	1.866.958.884
3. Thuế tiêu thụ đặc biệt	2.284.686.831	3.756.995.653	4.932.890.507
4. Thuế xuất nhập khẩu	-	-	476.612.764
5. Thuế thu nhập doanh nghiệp	3.732.037.879	6.462.564.142	7.594.829.184
6. Thuế thu nhập cá nhân	411.134.019	148.962.735	303.183.862
7. Tiền thuê đất	-	193.935.125	138.525.085
8. Các loại thuế khác	124.378.885	379.356.314	387.926.609
Tổng cộng	7.713.336.178	10.996.997.109	16.013.040.563
B. HỢP NHẤT			
1. Thuế GTGT hàng bán nội địa	1.647.402.200	55.183.140	312.113.668
2. Thuế GTGT hàng nhập khẩu	-	-	1.866.958.884
3. Thuế tiêu thụ đặc biệt	2.284.686.831	3.756.995.653	4.932.890.507
4. Thuế xuất nhập khẩu	-	-	476.612.764
5. Thuế thu nhập doanh nghiệp	4.152.998.689	7.736.631.110	8.382.879.805
6. Thuế thu nhập cá nhân	492.542.276	248.892.773	468.188.283
7. Tiền thuê đất	-	193.935.125	138.525.085
8. Các loại thuế khác	138.045.552	393.022.981	401.593.276
Tổng cộng	8.715.675.548	12.384.660.782	16.979.762.272

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

2.1.8. Tình hình trích lập các quỹ

Theo quy định của Luật Doanh nghiệp và Điều lệ Công ty, Công ty trích lập các quỹ hàng năm căn cứ vào kết quả hoạt động kinh doanh và do Đại hội đồng cổ đông quyết định.

Bảng 22: Tình hình trích lập các quỹ

Đơn vị tính: Đồng

Chỉ tiêu	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022
A. CÔNG TY MẸ			
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	389.809.549	551.270.107	860.082.643
2. Quỹ đầu tư phát triển	5.915.984.116	6.341.448.011	7.113.479.352
Tổng cộng	6.305.793.665	6.892.718.118	7.973.561.995
B. HỢP NHẤT			
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	389.809.549	551.270.107	860.082.643
2. Quỹ đầu tư phát triển	5.915.984.116	6.341.448.011	7.113.479.352
Tổng cộng	6.305.793.665	6.892.718.118	7.973.561.995

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán và Quý I/2022 tự lập của NAG

2.1.9. Những biến động lớn có thể ảnh hưởng tới tình hình tài chính của Tổ chức phát hành kể từ thời điểm kết thúc năm tài chính gần nhất.

Dịch bệnh Covid-19 luôn tiềm tàng những rủi ro có thể ảnh hưởng xấu tới hoạt động kinh doanh của Nagakawa. Các chính sách về giãn cách xã hội, hạn chế xuất khẩu,... có thể ảnh hưởng tới sản lượng đầu ra của Nagakawa. Bên cạnh đó, các chi phí tồn kho, chi phí vận chuyển, chi phí quản lý,... tăng cao sẽ làm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh bị sụt giảm sâu. Khi đó, tình hình tài chính của Công ty có thể bị ảnh hưởng do hoạt động kinh doanh chịu tác động tiêu cực. Tuy nhiên, những ảnh hưởng này đều đã nằm trong kế hoạch tài chính của Nagakawa nên sẽ không ảnh hưởng đáng kể tới tình hình tài chính của Nagakawa.

2.2. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 23: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu năm 2020 và 2021

Các chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2020	Năm 2021
A. CÔNG TY MẸ			
1. Khả năng thanh toán			
- Hệ số thanh toán ngắn hạn:	Lần	1,23	1,11
<i>Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn</i>			
- Hệ số thanh toán nhanh:	Lần	0,60	0,53
<i>(Tài sản ngắn hạn – Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn</i>			
2. Cơ cấu vốn			
- Hệ số Nợ/Tổng tài sản	Lần	0,73	0,80
- Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	Lần	2,74	3,94

Các chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2020	Năm 2021
3. Năng lực hoạt động			
- Vòng quay tổng tài sản: <i>Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân</i>	Lần	1,50	1,52
- Vòng quay vốn lưu động: <i>Doanh thu thuần/Tổng tài sản ngắn hạn bình quân</i>	Lần	1,67	1,71
- Vòng quay hàng tồn kho: <i>Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân</i>	Lần	3,31	2,96
4. Khả năng sinh lời			
- Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): <i>Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần</i>	%	1,44%	1,94%
- Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (ROA): <i>Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân</i>	%	2,16%	2,95%
- Hệ số lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu (ROE): <i>Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bình quân</i>	%	7,50%	12,92%
B. HỢP NHẤT			
1. Khả năng thanh toán			
- Hệ số thanh toán ngắn hạn: <i>Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn</i>	Lần	1,26	1,13
- Hệ số thanh toán nhanh: <i>(Tài sản ngắn hạn – Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn</i>	Lần	0,54	0,49
2. Cơ cấu vốn			
- Hệ số Nợ/Tổng tài sản	Lần	0,72	0,81
- Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	Lần	2,63	4,25
3. Năng lực hoạt động			
- Vòng quay tổng tài sản: <i>Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân</i>	Lần	1,52	1,42
- Vòng quay vốn lưu động: <i>Doanh thu thuần/Tổng tài sản ngắn hạn bình quân</i>	Lần	1,67	1,56
- Vòng quay hàng tồn kho: <i>Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân</i>	Lần	2,62	2,39
4. Khả năng sinh lời			
- Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS):	%	0,77%	1,10%

Các chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2020	Năm 2021
<i>Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần</i>			
- Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (ROA): <i>Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân</i>	%	1,17%	1,56%
- Hệ số lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu (ROE): <i>Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bình quân</i>	%	3,89%	6,99%
Thu nhập trên cổ phần (EPS)	VND	500 (**)	1.058

Nguồn: Số liệu tính toán từ BCTC riêng và hợp nhất 2020, 2021 đã được kiểm toán của NAG

() Chỉ tiêu được tính toán dựa trên lợi nhuận sau thuế của cổ đông công ty mẹ và Vốn chủ sở hữu bao gồm lợi ích của cổ đông không kiểm soát.*

*(**) Năm 2021, Công ty thực hiện chia cổ tức bằng cổ phiếu. Do đó, chỉ tiêu lãi cơ bản trên cổ phiếu năm 2020 được điều chỉnh là 500 đồng/cổ phần.*

3. Ý kiến của Tổ chức kiểm toán đối với Báo cáo tài chính của Tổ chức phát hành

3.1. Đối với BCTC riêng năm 2020 đã được kiểm toán

Theo ý kiến của tổ chức kiểm toán - Công ty TNHH Kiểm toán Nhân Tâm Việt tại Báo cáo Kiểm toán Độc lập số 2506.01/2020/BCTC-NTV2 ngày 25/03/2021, cụ thể:

“Theo ý kiến của chúng tôi, Báo cáo tài chính tổng hợp để cập đã phản ánh trung thực và hợp lý trên các khía cạnh trọng yếu tình hình tài chính của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa tại thời điểm ngày 31/12/2020 cũng như kết quả hoạt động kinh doanh tổng hợp và tình hình lưu chuyển tiền tệ tổng hợp 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 tổng hợp”.

3.2. Đối với BCTC hợp nhất năm 2020 đã được kiểm toán

Theo ý kiến của tổ chức kiểm toán - Công ty TNHH Kiểm toán Nhân Tâm Việt tại Báo cáo Kiểm toán Độc lập số 2506.01.06/2020/BCTC-NTV2 ngày 25/03/2021, cụ thể:

“Theo ý kiến của chúng tôi, Báo cáo tài chính hợp nhất để cập đã phản ánh trung thực và hợp lý trên các khía cạnh trọng yếu tình hình tài chính của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa tại thời điểm ngày 31/12/2020 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”.

3.3. Đối với BCTC riêng năm 2021 đã được kiểm toán

Theo ý kiến của tổ chức kiểm toán - Công ty TNHH Kiểm toán Nhân Tâm Việt tại Báo cáo Kiểm toán Độc lập số 21.05/2021/BCTC-NTV2 ngày 07/02/2022, cụ thể:

“Theo ý kiến của chúng tôi, Báo cáo tài chính tổng hợp đề cập đã phản ánh trung thực và hợp lý trên các khía cạnh trọng yếu tình hình tài chính của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa tại thời điểm ngày 31/12/2021 cũng như kết quả hoạt động kinh doanh tổng hợp và tình hình lưu chuyển tiền tệ tổng hợp 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 tổng hợp”.

3.4. Đối với BCTC hợp nhất năm 2021 đã được kiểm toán

Theo ý kiến của tổ chức kiểm toán - Công ty TNHH Kiểm toán Nhân Tâm Việt tại Báo cáo Kiểm toán Độc lập số 21.06/2020/BCTC-NTV2 ngày 07/02/2022, cụ thể:

“Theo ý kiến của 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 của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa tại thời điểm ngày 31/12/2021 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”.

4. Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức

4.1. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức năm 2022

Căn cứ Nghị quyết số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG đã được ĐHĐCĐ thông qua ngày 12/02/2022, kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh và phân phối lợi nhuận năm 2022 của Công ty như sau:

Bảng 24: Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức năm 2022 của NAG

Đơn vị tính: Đồng

Stt	Chỉ tiêu	Thực hiện Năm 2021	Năm 2022	
			Kế hoạch	% tăng/giảm so với 2021
1	Doanh thu thuần	1.404.424.090.024	1.746.000.000.000	24,32%
2	Lợi nhuận trước thuế	22.724.250.984	31.500.000.000	38,62%
3	Lợi nhuận sau thuế	15.440.626.818	25.000.000.000	61,91%
4	Tỷ lệ LNST/Doanh thu thuần	1,10%	1,43%	30,24%
5	Tỷ lệ LNST/Vốn chủ sở hữu bình quân (*)	6,99%	7,70%	10,11%
6	Tỷ lệ cổ tức	6%	Từ 05 - 10%	

Nguồn: Nghị quyết ĐHĐCĐ số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG đã được thông qua ngày 12/02/2022

(*) Tỷ lệ được tính toán bao gồm lợi ích cổ đông không kiểm soát.

4.2. Căn cứ để đạt được kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức nêu trên

Năm 2022, Nagakawa tiếp tục đặt mục tiêu tăng trưởng dựa trên những thế mạnh đã xây dựng được trong 20 năm qua như: Thương hiệu Nagakawa được người tiêu dùng tin tưởng, ưa chuộng; công tác quản trị được tối ưu hóa, đồng bộ trên toàn hệ thống (hệ thống quản trị, hệ thống sản xuất, hệ thống nhân sự, hệ thống phân phối và bảo hành, v.v...); quan hệ đối tác tốt đẹp và lâu dài với các khách hàng và nhà cung cấp trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, Nagakawa cũng đang đẩy mạnh thực hiện nghiên cứu, khảo sát thị trường và nhận định nhu cầu tiêu dùng của thị trường ngày càng cao, khách hàng ngày càng sẵn sàng chi tiền cho những sản phẩm chất lượng tốt với mức giá hợp lý và đặc biệt luôn dành niềm tin và phản ứng tích cực với các thương hiệu đã có uy tín trên thị trường như Nagakawa.

Chính vì các yếu tố trên mà trong năm 2022, Nagakawa lên kế hoạch mở rộng kinh doanh và phát triển doanh thu với các chiến lược chủ đạo:

- Mở rộng và phát triển các kênh phân phối: Phát triển kênh phân phối truyền thống, hợp tác và mở rộng điểm bán lên đến 4.000 điểm bán, đồng thời, mở rộng thêm các điểm phân phối tại các hệ thống siêu thị điện máy và hợp tác với các sàn Thương mại điện tử lớn để bán hàng online các sản phẩm của Nagakawa.

- Tăng cường hợp tác ở các kênh siêu thị: Tiếp tục duy trì và mở rộng quan hệ hợp tác với các siêu thị Điện máy xanh, siêu thị HC, siêu thị Pico, siêu thị Mediamart, siêu thị Lottemart, v.v... Ngoài ra, Công ty sẽ hợp tác thêm với các đối tác mới như: Siêu thị Coop Mark, Sài Gòn Chợ Lớn, v.v... và đặc biệt việc phân phối thêm ngành hàng gia dụng, ngành hàng thiết bị nhà bếp, ngành hàng điều hòa cho gần hết 2.780 điểm giao dịch của Điện Máy Xanh (Công ty cổ phần Thế giới di động) trên cả nước trong năm 2022 sẽ giúp Công ty gia tăng một lượng doanh số đáng kể.

4.3. Đánh giá của Tổ chức tư vấn về kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức của Nagakawa

Dựa trên kết quả kinh doanh của Nagakawa qua các năm 2020 và 2021 và căn cứ vào năng lực hoạt động của các đơn vị thành viên, cũng như tình hình kiểm soát dịch bệnh Covid – 19 tại Việt Nam trong năm 2021, BVSC đánh giá kế hoạch kinh doanh của Nagakawa được xây dựng cho năm 2022 là có tính khả thi với điều kiện không có các yếu tố bất lợi rõ rệt, dịch bệnh được kiểm soát, chi phí logistic giảm. Hiện nay, dịch bệnh Covid-19 đã và đang ảnh hưởng sâu rộng tới nền kinh tế. Các ảnh hưởng của dịch bệnh và tác động của các giải pháp vi mô, vĩ mô đưa ra để khắc phục là rất khó dự đoán do đó có thể ảnh hưởng đến kế hoạch kinh doanh của Công ty.

Chúng tôi xin lưu ý rằng, các ý kiến nhận xét nêu trên được đưa ra dưới góc độ đánh giá của tổ chức tư vấn dựa trên những cơ sở thông tin được thu thập có chọn lọc và dựa trên lý

thuyết về tài chính chứng khoán mà không hàm ý bảo đảm giá trị của chứng khoán cũng như tính chắc chắn của những số liệu được dự báo. Nhận xét này chỉ mang tính tham khảo với nhà đầu tư khi tự mình ra quyết định đầu tư.

VI. THÔNG TIN VỀ CỔ ĐÔNG SÁNG LẬP, CỔ ĐÔNG LỚN, THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, KIỂM SOÁT VIÊN, TỔNG GIÁM ĐỐC (GIÁM ĐỐC), PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC, KẾ TOÁN TRƯỞNG

1. Thông tin về cổ đông sáng lập

Hiện tại, Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa không có cổ đông sáng lập đang trong thời gian hạn chế chuyển nhượng cổ phần NAG.

2. Thông tin về cổ đông lớn

2.1. Ông Nguyễn Đức Khả

1) Tên	Nguyễn Đức Khả					
2) Ngày sinh	02/12/1959					
3) Quốc tịch	Việt Nam					
4) Số lượng và tỷ lệ cổ phần của cổ đông lớn (CDL) và người có liên quan:						
Tên	Số lượng và tỷ lệ cổ phần nắm giữ			Số lượng và tỷ lệ cổ phần có quyền biểu quyết		
	Tại thời điểm trở thành CDL	Tại thời điểm 12/01/2022	Dự kiến sau đợt chào bán	Tại thời điểm trở thành CDL	Tại thời điểm 12/01/2022	Dự kiến sau đợt chào bán
Ông Nguyễn Đức Khả	3.467.000 cổ phiếu (34,67%)	5.783.778 cổ phiếu (34,67%)	11.567.556 cổ phiếu (34,67%)	3.467.000 cổ phiếu (34,67%)	5.783.778 cổ phiếu (34,67%)	11.567.556 cổ phiếu (34,67%)
Người có liên quan của Ông Nguyễn Đức Khả:						
Nguyễn Thị Huyền Thương (Con ruột ông Nguyễn Đức Khả)	0 cổ phiếu (0%)	682.641 cổ phiếu (4,09%)	1.365.282 cổ phiếu (4,09%)	0 cổ phiếu (0%)	682.641 cổ phiếu (4,09%)	1.365.282 cổ phiếu (4,09%)
Đào Thị Soi (Vợ ông Nguyễn Đức Khả)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)
Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ ("AVC") (Ông Nguyễn Đức Khả nắm giữ 100% cổ phần)	1.867.000 cổ phần (18,67%)	3.115.240 cổ phiếu (18,67%)	6.230.480 cổ phiếu (18,67%)	1.867.000 cổ phần (18,67%)	3.115.240 cổ phiếu (18,67%)	6.230.480 cổ phiếu (18,67%)

Khả là thành viên HĐTV với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC)						
5) Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:						
		2020		2021		
5.1. Thù lao, tiền lương		- Tiền lương: 607.912.000 đồng - Thù lao HĐQT (Chức vụ: Chủ tịch HĐQT): 100.099.967 đồng		- Tiền lương: 775.052.000 đồng - Thù lao HĐQT (Chức vụ: Chủ tịch HĐQT): 160.485.020 đồng		
5.2. Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...))		- Tiền thưởng: 169.500.000 đồng		Không có		
5.3. Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:						
- Tổ chức phát hành		<u>Năm 2020:</u>				
		1) Hợp đồng nguyên tắc số 0201/2020/NAH-NAG giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty cổ phần Nagakawa Hồ Chí Minh (“NAG HCM”) – Giá trị: 48.703.569.240 đồng. (Tại thời điểm phát sinh HĐ, Ông Nguyễn Đức Khả là Chủ tịch HĐQT của NAG và là Giám đốc tại NAG HCM)				
		2) Hợp đồng nguyên tắc số 02.01.20/HĐNT/AV-NAGA giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty TNHH Phát triển kinh tế Quốc tế Anh Vũ – Giá trị: 391.809.614.120 đồng. (Tại thời điểm phát sinh giao dịch, Ông Nguyễn Đức Khả là Chủ tịch HĐQT của NAG và là thành viên HĐTV với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC)				
		3) Hợp đồng nguyên tắc số 04.10/2016/KLW-NAG giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty cổ phần May KLW Việt Nam (“KLW”) – Giá trị: 12.725.413.091 đồng. (Ông Nguyễn Đức Anh Vũ – con trai Ông Nguyễn Đức Khả hiện giữ chức vụ Giám đốc tại KLW)				
		<u>Năm 2021</u>				

	<div>1) Hợp đồng nguyên tắc số 0201/2020/NAH-NAG giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty cổ phần Nagakawa Hồ Chí Minh (“NAG HCM”) – Giá trị: 68.502.884.723 đồng. <i>(Tại thời điểm phát sinh HĐ, Ông Nguyễn Đức Khả là Chủ tịch HĐQT của NAG và là Giám đốc tại NAG HCM)</i></div> <div>2) Hợp đồng nguyên tắc số 02.01.21/HĐNT/AV-NAGA giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty TNHH Phát triển kinh tế Quốc tế Anh Vũ – Giá trị: 475.490.528.730 đồng. <i>(Tại thời điểm phát sinh giao dịch, Ông Nguyễn Đức Khả là Chủ tịch HĐQT của NAG và là thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC)</i></div> <div>3) Hợp đồng nguyên tắc số 2909/2021/NAG-KLW giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty cổ phần May KLW Việt Nam (“KLW”) – Giá trị: 2.429.186.354 đồng. <i>(Ông Nguyễn Đức Anh Vũ – con trai Ông Nguyễn Đức Khả hiện giữ chức vụ Giám đốc tại KLW)</i></div>			
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có			
6) Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành:				
Stt	Tên doanh nghiệp	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ liên quan	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
1	Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ (“AVC”)	Thương mại dịch vụ	<div>- AVC là Khách hàng của NAG</div> <div>- Ông Nguyễn Đức Khả là thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC.</div> <div>- Bà Đào Thị Soi (Vợ) là Thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 3 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 10% tại AVC; Hiện giữ chức vụ Phó Giám đốc của AVC.</div>	Các Hợp đồng kinh tế giữa 2 bên phải được HĐQT, ĐHCĐ chấp thuận, tuân thủ Điều lệ Công ty, Luật Doanh nghiệp về giao dịch với các bên liên quan.

2.2. Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ

1) Tên:		Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ				
2) Năm thành lập:		17/11/2000				
3) Số Giấy chứng nhận ĐKDN:		0101079140				
4) Địa chỉ trụ sở chính:		Số 112, ngách 155/206, đường Trường Chinh, tổ 66, Phường Phương Liệt, Quận Thanh Xuân, Thành phố Hà Nội, Việt Nam				
5) Vốn điều lệ:		30.000.000.000 đồng				
6) Người đại diện theo pháp luật:		Nguyễn Thị Mận – Chức vụ: Giám đốc				
7) Người đại diện theo ủy quyền tại Tổ chức phát hành (tên, chức vụ):		Không có				
8) Số lượng và tỷ lệ cổ phần của cổ đông lớn (CĐL) và người có liên quan:						
Tên	Số lượng và tỷ lệ cổ phần nắm giữ			Số lượng và tỷ lệ cổ phần có quyền biểu quyết		
	Tại thời điểm trở thành CĐL	Tại thời điểm 12/01/2022	Dự kiến sau đợt chào bán	Tại thời điểm trở thành CĐL	Tại thời điểm 12/01/2022	Dự kiến sau đợt chào bán
Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ (“AVC”)	1.867.000 cổ phần (18,67%)	3.115.240 cổ phiếu (18,67%)	6.230.480 cổ phiếu (18,67%)	1.867.000 cổ phần (18,67%)	3.115.240 cổ phiếu (18,67%)	6.230.480 cổ phiếu (18,67%)
Người có liên quan của Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ:						
Ông Nguyễn Đức Khả (là Thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC)	3.467.000 cổ phiếu (34,67%)	5.783.778 cổ phiếu (34,67%)	11.567.556 cổ phiếu (34,67%)	3.467.000 cổ phiếu (34,67%)	5.783.778 cổ phiếu (34,67%)	11.567.556 cổ phiếu (34,67%)
Bà Đào Thị Soi (là Thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 3 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 10% tại AVC)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)	0 cổ phiếu (0%)
9) Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:						
	2020			2021		
9.1 Thù lao tiền lương	Không có			Không có		
9.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...))	Không có			Không có		
9.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:						

- Tổ chức phát hành	<p>Năm 2020:</p> <p>1) Hợp đồng nguyên tắc số 02.01.20/HĐNT/AV-NAGA giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty TNHH Phát triển kinh tế Quốc tế Anh Vũ – Giá trị: 391.809.614.120 đồng;</p> <p>Năm 2021</p> <p>2) Hợp đồng nguyên tắc số 02.01.21/HĐNT/AV-NAGA giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty TNHH Phát triển kinh tế Quốc tế Anh Vũ – Giá trị: 475.490.528.730.</p>
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có
<p>10) Trường hợp cổ đông lớn có lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành:</p> <p>- Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ là Khách hàng với NAG (Chi tiết các giao dịch được trình bày tại mục số 9.3 nêu ở trên)</p>	

2.3. Bà La Mỹ Phượng

1) Tên	La Mỹ Phượng					
2) Ngày sinh	1972					
3) Quốc tịch	Việt Nam					
4) Số lượng và tỷ lệ cổ phần của cổ đông lớn (CĐL) và người có liên quan						
Tên	Số lượng và tỷ lệ cổ phần nắm giữ			Số lượng và tỷ lệ cổ phần có quyền biểu quyết		
	Tại thời điểm trở thành CĐL	Tại thời điểm 12/01/2022	Dự kiến sau đợt chào bán	Tại thời điểm trở thành CĐL	Tại thời điểm 12/01/2022	Dự kiến sau đợt chào bán
Bà La Mỹ Phượng	823.478 cổ phần (5,18%)	885.531 cổ phiếu (5,308%)	1.771.062 cổ phiếu (5,308%)	823.478 cổ phần (5,18%)	885.531 cổ phiếu (5,308%)	1.771.062 cổ phiếu (5,308%)
Người có liên quan của bà La Mỹ Phượng: Không có						
5) Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:	Không có					
6) Trường hợp cổ đông lớn có lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành:	Không có					

3. Thông tin về thành viên Hội đồng quản trị, Kiểm Soát viên, Tổng Giám đốc và Kế toán trưởng

Bảng 25: Danh sách thành viên HĐQT, BKS, Tổng Giám đốc và Kế toán trưởng

STT	Họ và tên	Chức vụ
I	Thành viên Hội đồng quản trị	
1	Ông Nguyễn Ngọc Quý	Chủ tịch HĐQT
2	Bà Nguyễn Thị Huyền Thương	Phó chủ tịch HĐQT
3	Bà Trương Đào Hải Hà	Thành viên HĐQT
4	Ông Đoàn Đức Hòa	Thành viên HĐQT độc lập
5	Ông Phạm Anh Tuấn	Thành viên HĐQT
II	Thành viên Ban Kiểm soát	
1	Bà Nguyễn Thị Thu Thảo	Trưởng Ban Kiểm soát
2	Bà Phạm Thị Huệ Anh	Thành viên Ban Kiểm soát
3	Bà Vũ Thị Hải Yến	Thành viên Ban Kiểm soát
III	Thành viên Ban Điều hành	
1	Bà Nguyễn Thị Huyền Thương	Tổng Giám đốc
2	Bà Huy Thị Dung	Phó Tổng Giám đốc
3	Ông Trần Bá Đạt	Phó Tổng Giám đốc
IV	Kế toán trưởng	
1	Bà Huy Thị Dung	Kế toán Trưởng

Nguồn: NAG

3.1. Thành viên Hội đồng quản trị

3.1.1. Ông Nguyễn Ngọc Quý – Chủ tịch HĐQT

1. Tên:	Nguyễn Ngọc Quý
2. Ngày sinh:	22/02/1978
3. Quốc tịch:	Việt Nam
4. Trình độ học vấn:	Thạc sĩ
5. Năng lực chuyên môn:	Công nghệ thông tin

6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:					
Thời gian		Đơn vị công tác		Chức vụ	
Từ 2017 – 02/2022		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Thành viên HĐQT	
Từ 02/2022 - nay		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Chủ tịch HĐQT	
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:					
Thời gian		Đơn vị công tác		Chức vụ	
Từ 2013 – 2019		CTCP Đầu tư và phát triển kỹ thuật		Phó Giám đốc	
Từ 2019 - 2020		CTCP Nagakawa TP Hồ Chí Minh		Phó Giám đốc	
Từ 2021 - nay		Công ty cổ phần Việt Phúc Hưng Yên		Giám đốc	
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:					
		Số lượng cổ phần sở hữu		Tỷ lệ sở hữu	
- Ông Nguyễn Ngọc Quý		13.257 cổ phần		0,0795%	
- Người đại diện theo ủy quyền		0 cổ phần		0,00%	
- Những người có liên quan		550 cổ phần		0,0033%	
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành:					
STT	Họ và Tên	Mối quan hệ	Chức vụ tại TCPH	Số lượng cổ phần tại TCPH	Tỷ lệ sở hữu
1	Nguyễn Nam Cao	Em	Không	550 cổ phần	0,0033%
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:					
			2020	2021	
10.1 Thù lao, tiền lương			- Tiền lương: 533.201.000 đồng - Thù lao HĐQT: 36.000.000 đồng	- Tiền lương: 227.445.852 đồng - Thù lao HĐQT: 60.000.000 đồng	
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...))			Không có	Không có	
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:					
- Tổ chức phát hành			Không có		
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%			Không có		
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có					
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có					

3.1.2. Bà Nguyễn Thị Huyền Thương - Phó Chủ tịch HĐQT

1. Tên:	Nguyễn Thị Huyền Thương				
2. Ngày sinh:	13/10/1983				
3. Quốc tịch:	Việt Nam				
4. Trình độ học vấn:	Thạc sỹ				
5. Năng lực chuyên môn:	Quản trị kinh doanh				
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:					
Thời gian		Đơn vị công tác		Chức vụ	
Từ 2004 - 2006		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Trưởng phòng Hành chính nhân sự	
Từ 2006 - 2008		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Phó phòng Xuất nhập khẩu	
Từ 2008 - 2010		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Trưởng phòng Xuất nhập khẩu	
Từ 2010 - 2020		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Phó Chủ tịch HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc	
Từ 2020 - nay		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Phó Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc	
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác: Không có					
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:					
		Số lượng cổ phần sở hữu		Tỷ lệ sở hữu	
- Bà Nguyễn Thị Huyền Thương		682.641 cổ phần		4,09%	
- Người đại diện theo ủy quyền		0 cổ phần		0,00%	
- Những người có liên quan		8.899.018 cổ phần		53,34%	
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành:					
STT	Họ và Tên	Mối quan hệ	Chức vụ tại TCPH	Số lượng cổ phần tại TCPH	Tỷ lệ sở hữu
1	Nguyễn Đức Khả	Bố	Cổ đông lớn; Chủ tịch HĐQT từ 2002 đến 02/2022	5.783.778 cổ phần	34,67%
2	Đào Thị Soi	Mẹ	Thành viên HĐQT từ 2007 đến 01/2022	0 cổ phần	0%
3	Công ty TNHH Phát triển kinh	Ông Nguyễn Đức Khả (Bố Bà Nguyễn	Cổ đông lớn	3.115.240 cổ phần	18,67%

	tế quốc tế Anh Vũ (AVC)	Thị Huyền Thương) là Thành viên HĐQTV với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC			
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:					
			2020	2021	
10.1 Thù lao, tiền lương			Tiền lương: 347.812.000 đồng	Tiền lương: 829.370.000 đồng	
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...))			Tiền thưởng: 244.538.000 đồng	Không có	
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:					
- Tổ chức phát hành		<u>Năm 2020:</u>			
		1) Hợp đồng nguyên tắc số 0201/2020/NAH-NAG giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty cổ phần Nagakawa Hồ Chí Minh (NAG HCM) – Giá trị: 48.703.569.240 đồng. (Tại thời điểm phát sinh giao dịch, Ông Nguyễn Đức Khả - Bố Bà Nguyễn Thị Huyền Thương là Chủ tịch HĐQT của NAG và là Giám đốc tại NAG HCM)			
		2) Hợp đồng nguyên tắc số 02.01.20/HĐNT/AV-NAGA giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty TNHH Phát triển kinh tế Quốc tế Anh Vũ – Giá trị: 391.809.614.120 đồng. (Tại thời điểm phát sinh giao dịch, Ông Nguyễn Đức Khả - Bố Bà Nguyễn Thị Huyền Thương là Chủ tịch HĐQT của NAG và là Thành viên HĐQTV với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC)			
		<u>Năm 2021</u>			
		1) Hợp đồng nguyên tắc số 0201/2020/NAH-NAG giữa Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagakawa và Công ty cổ phần Nagakawa Hồ Chí Minh – Giá trị: 68.502.884.723 đồng (Ông Nguyễn Đức Khả - Bố Bà Nguyễn Thị Huyền Thương hiện giữ chức vụ Giám đốc tại NAG HCM)			
		2) Hợp đồng nguyên tắc số 02.01.21/HĐNT/AV-NAGA giữa			

	Công ty Cổ phần Tập đoàn Nagkawa và Công ty TNHH Phát triển kinh tế Quốc tế Anh Vũ – Giá trị: 475.490.528.730 đồng. (Tại thời điểm phát sinh giao dịch, Ông Nguyễn Đức Khả - Bố Bà Nguyễn Thị Huyền Thương là Chủ tịch HĐQT của NAG và là Thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC)			
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có			
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có				
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành:				
Stt	Tên doanh nghiệp	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ liên quan	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
1	Công ty TNHH Phát triển kinh tế quốc tế Anh Vũ (“AVC”)	Thương mại dịch vụ	<ul style="list-style-type: none">- AVC là khách hàng của NAG- Ông Nguyễn Đức Khả (Bố bà Nguyễn Thị Huyền Thương): là Thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 27 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 90% tại AVC.- Bà Đào Thị Soi (Mẹ bà Nguyễn Thị Huyền Thương): là Thành viên HĐQT với giá trị góp vốn: 3 tỷ đồng, tỷ lệ sở hữu: 10% tại AVC, Hiện giữ chức vụ Phó Tổng Giám đốc tại AVC.	Các Hợp đồng kinh tế giữa 2 bên phải được HĐQT, ĐHCĐ chấp thuận, tuân thủ Điều lệ Công ty, Luật Doanh nghiệp về giao dịch với các bên liên quan

3.1.3. Bà Trương Đào Hải Hà - Thành viên HĐQT

1. Tên:	Trương Đào Hải Hà
2. Ngày sinh:	12/10/1981
3. Quốc tịch:	Việt Nam
4. Trình độ học vấn:	Thạc sỹ

5. Năng lực chuyên môn:		Thạc sĩ ngành Kế toán			
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:					
Thời gian		Đơn vị công tác		Chức vụ	
Từ 2013 - 2015		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Nhân viên kế toán	
Từ 2015 - nay		CTCP Tập đoàn Nagakawa		Thành viên HĐQT	
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:					
Thời gian		Đơn vị công tác		Chức vụ	
Từ 2015 - nay		Công ty cổ phần May KLV Việt Nam		Kế toán trưởng	
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:					
		Số lượng cổ phần sở hữu		Tỷ lệ sở hữu	
- Bà Trương Đào Hải Hà		0 cổ phần		0,00%	
- Người đại diện theo ủy quyền		0 cổ phần		0,00%	
- Những người có liên quan		5.718 cổ phần		0,0343%	
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành:					
STT	Họ và Tên	Mối quan hệ	Chức vụ tại TCPH	Số lượng cổ phần tại TCPH	Tỷ lệ sở hữu
1	Đào Gia Dũng	Chồng	Không	5.718 cổ phần	0,0343%
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:					
			2020	2021	
10.1 Thù lao, tiền lương			Không có	Không có	
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...)			Không có	Không có	
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:					
- Tổ chức phát hành			Không có		
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%			Không có		
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có					
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có					

3.1.4. Ông Đoàn Đức Hòa - Thành viên HĐQT độc lập

1. Tên:	Đoàn Đức Hòa	
2. Ngày sinh:	09/11/1978	
3. Quốc tịch:	Việt Nam	
4. Trình độ học vấn:	Thạc sĩ	
5. Năng lực chuyên môn:	Thạc sĩ Quản lý đô thị, Kỹ sư xây dựng	
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 02/2022 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Thành viên HĐQT độc lập
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2004 - 2014	CTCP Đầu tư và Xây dựng số 4	Chuyên viên
Từ 2014 -2019	CTCP Xây dựng An Thịnh Tiến	Giám đốc
Từ 2019 - nay	Tập đoàn Alphanam – Ban QLDA Mường Hoa Sapa	Phó ban Quản lý dự án
Từ 2019 - nay	Công Ty TNHH Xây Dựng Hạ Tầng Và Cảnh Quan Fanxipăng	Tổng Giám đốc
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Ông Đoàn Đức Hòa	0 cổ phần	0,00%
- Người đại diện theo ủy quyền	0 cổ phần	0,00%
- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành:	Không có	
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		
	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Không có	Không có
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...))	Không có	Không có
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:		
- Tổ chức phát hành	Không có	
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có	
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có		

12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có

3.1.5. Ông Phạm Anh Tuấn - Thành viên HĐQT

1. Tên:	Phạm Anh Tuấn	
2. Ngày sinh:	27/05/1977	
3. Quốc tịch:	Việt Nam	
4. Trình độ học vấn:	Cử nhân	
5. Năng lực chuyên môn:	Cử nhân Tiếng trung	
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Năm 2012	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Trưởng phòng Xuất – nhập khẩu
Từ 02/2022 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Thành viên HĐQT
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2013 -2015	CTCP May KLV Việt Nam	Trưởng phòng Hành chính nhân sự và Xuất – nhập khẩu
Từ 2016 -2022	CTCP May KLV Việt Nam	Trưởng phòng sản xuất
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Ông Phạm Anh Tuấn	0 cổ phần	0,00%
- Người đại diện theo ủy quyền	0 cổ phần	0,00%
- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành:	Không có	
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		
	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Không có	Không có
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...)	Không có	Không có

10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:

- Tổ chức phát hành	Không có
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có	
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có	

3.2. Thành viên Ban Kiểm soát

3.2.1. Bà Nguyễn Thị Thu Thảo - Trưởng Ban Kiểm soát

1. Tên:	Nguyễn Thị Thu Thảo	
2. Ngày sinh:	10/08/1977	
3. Quốc tịch:	Việt Nam	
4. Trình độ học vấn:	Cử nhân	
5. Năng lực chuyên môn:	Cử nhân Kế toán	
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2003 - 2006	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Trưởng phòng sản xuất
Từ 2007 - 2013	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Giám đốc nhà máy
Từ 2012 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Trưởng Ban Kiểm soát
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2001 - 2003	Phòng kế toán - Công ty TNHH Media	Kế toán trưởng
Từ 2014 - nay	Công ty Cổ phần May KLV Việt Nam	Phó Giám đốc
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Bà Nguyễn Thị Thu Thảo	0 cổ phần	0,00%
- Người đại diện theo ủy quyền	0	0
- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành: Không có		
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		

	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Không có	Không có
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...)	Không có	Không có
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:		
- Tổ chức phát hành	Không có	
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có	
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có		
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có		

3.2.2. Bà Vũ Thị Hải Yến - Thành viên Ban Kiểm soát

1. Tên:	Vũ Thị Hải Yến	
2. Ngày sinh:	13/11/1983	
3. Quốc tịch:	Việt Nam	
4. Trình độ học vấn:	Thạc sỹ	
5. Năng lực chuyên môn:	Thạc sỹ Quản lý kinh tế	
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2006 - 2013	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Kế toán giá thành
Từ 2017 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Thành viên Ban kiểm soát
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2005 - 2006	Phòng Kế toán - Công ty TNHH TM Tùng Chi	Kế toán viên
Từ 2015 - nay	Phòng Kế toán - CTCP Anh Tuấn	Kế toán trưởng
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Bà Vũ Thị Hải Yến	0 cổ phần	0,00%
- Người đại diện theo ủy quyền	0 cổ phần	0,00%

- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành: Không có		
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		
	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Không có	Không có
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá) ...)	Không có	Không có
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:		
- Tổ chức phát hành	Không có	
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có	
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có		
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có		

3.2.3. Bà Phạm Thị Huệ Anh – Thành viên Ban Kiểm soát

1. Tên:	Phạm Thị Huệ Anh	
2. Ngày sinh:	24/05/1980	
3. Quốc tịch:	Việt Nam	
4. Trình độ học vấn:	Thạc sỹ	
5. Năng lực chuyên môn:	Cử nhân Tài chính Kế toán, Thạc sỹ Quản trị Kinh doanh	
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2006 - 2011	CTCP Nagakawa Việt Nam	Nhân viên kế toán
Từ 02/2022 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Thành viên Ban kiểm soát
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2002 - 2005	CTCP COMA18	Nhân viên kế toán
Từ 2007 – 2016	CTCP Đầu tư thương mại và phát triển công nghệ FSI	Trưởng phòng Tài chính – Kế toán
Từ 2016 - nay	CTCP Đầu tư thương mại và phát triển công nghệ FSI	Phó Tổng Giám đốc

8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Bà Phạm Thị Huệ Anh	0 cổ phần	0,00%
- Người đại diện theo ủy quyền	0 cổ phần	0,00%
- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành: Không có		
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		
	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Không có	Thù lao BKS: 12.000.000 đồng
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...)	Không có	Không có
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:		
- Tổ chức phát hành	Không có	
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có	
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có		
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có		

3.3. Ban điều hành

3.3.1. Bà Nguyễn Thị Huyền Thương - Tổng Giám đốc

Đã trình bày tại Mục VI.3.1.2.

3.3.2. Bà Huy Thị Dung - Phó Tổng Giám đốc

1. Tên:	Huy Thị Dung
2. Ngày sinh:	01/06/1979
3. Quốc tịch:	Việt Nam
4. Trình độ học vấn:	Cử nhân
5. Năng lực chuyên môn:	Cử nhân kế toán
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:	

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2006 - 2007	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Kế toán trưởng
Từ 2008 - 2010	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Kế toán trưởng - CTCP Tập đoàn Nagakawa Chi nhánh Hà Nội
Từ 2010 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Kế toán trưởng
Từ 2021 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Phó Tổng giám đốc
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2002 - 2005	CTCP Lucky Star	Kế toán trưởng
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Bà Huy Thị Dung	4.138 cổ phần	0,0248%
- Người đại diện theo ủy quyền	0 cổ phần	0,00%
- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành: Không có		
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		
	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Tổng thu nhập trước thuế tại NAG: 444.867.838 đồng	Tiền lương: 651.836.692 đồng
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...)	Không có	Không có
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:		
- Tổ chức phát hành	Không có	
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có	
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có		
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có		

3.3.3. Ông Trần Bá Đạt - Phó Tổng Giám đốc

1. Tên:	Trần Bá Đạt	
2. Ngày sinh:	30/12/1985	
3. Quốc tịch:	Việt Nam	
4. Trình độ học vấn:	Cử nhân	
5. Năng lực chuyên môn:	Cử nhân ngoại ngữ tiếng Pháp	
6. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại Tổ chức phát hành:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2021 - nay	CTCP Tập đoàn Nagakawa	Phó Tổng giám đốc
7. Chức vụ đã và đang nắm giữ tại các Tổ chức khác:		
Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 2006 - 2011	CTCP Quảng cáo Trực tuyến 24H	Phó phòng Kinh doanh
Từ 2011 - 2015	Công ty cổ phần Canifa	Trưởng phòng kinh doanh miền Bắc kiêm Trưởng phòng thương mại điện tử
Từ 2015 - 2017	Công ty TNHH Miniso Việt Nam	Giám đốc kinh doanh tiếp thị toàn quốc
Từ 2017 - 2018	CTCP Bibomart TM	Giám đốc kinh doanh miền Bắc kiêm giám đốc dự án
Từ 2018 - 2020	CTCP công nghệ và dịch vụ Co Salon	Giám đốc điều hành
Từ 2020 - 2021	CTCP tập đoàn vàng bạc đá quý Doji	Giám đốc kinh doanh miền Bắc - miền Trung
8. Số lượng, tỷ lệ sở hữu chứng khoán tại Tổ chức phát hành của cá nhân, người đại diện theo ủy quyền và những người có liên quan:		
	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ sở hữu
- Ông Trần Bá Đạt	0 cổ phần	0,00%
- Người đại diện theo ủy quyền	0 cổ phần	0,00%
- Những người có liên quan	0 cổ phần	0,00%
9. Người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Tổ chức phát hành: Không có		
10. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức phát hành:		
	2020	2021
10.1 Thù lao, tiền lương	Không có	Không có
10.2 Lợi ích khác (tiền thưởng; cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá)...))	Không có	Không có
10.3 Hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện:		

- Tổ chức phát hành	Không có
- Công ty con/Công ty do TCPH nắm quyền kiểm soát trên 50%	Không có
11. Các khoản nợ đối với Tổ chức phát hành: Không có	
12. Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức phát hành hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức phát hành: Không có	

3.4. Kế toán trưởng

3.4.1. Bà Huy Thị Dung - Kế toán trưởng

Đã trình bày tại Mục VI.3.3.2.

VII. THÔNG TIN VỀ ĐỢT CHÀO BÁN**1. Loại cổ phiếu**

Cổ phiếu phổ thông.

2. Mệnh giá cổ phiếu

10.000 đồng/cổ phiếu.

3. Tổng số lượng cổ phiếu chào bán

16.682.622 cổ phiếu

4. Tổng giá trị cổ phiếu chào bán theo mệnh giá

166.826.220.000 đồng

5. Giá chào bán dự kiến

10.000 đồng/cổ phiếu.

6. Phương pháp tính giá

Nguyên tắc xác định giá cổ phiếu được xác định dựa trên giá trị sổ sách, giá trị thị trường và đánh giá mức độ pha loãng cổ phần sau khi phát hành.

➤ **Giá trị sổ sách: Tại thời điểm 31/12/2021**

Giá trị sổ sách 1 cổ phiếu (Book Value/BV) CTCP Tập đoàn Nagakawa:

BV = Nguồn vốn chủ sở hữu/Số lượng cổ phiếu đang lưu hành

❖ **Giá trị sổ sách tại thời điểm 31/12/2020:**

$BV = 212.876.544.766 / 15.888.634 = 13.398$ đồng/cp. (Theo Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2020 của NAG).

❖ **Giá trị sổ sách tại thời điểm 31/12/2021:**

$BV = 228.908.184.154 / 16.682.622 = 13.721$ đồng/cp. (Theo Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2021 của NAG).

➤ **Giá trị thị trường:**

Giá đóng cửa bình quân của cổ phiếu NAG trong 30 phiên gần nhất từ ngày 28/12/2022 đến 15/02/2023 là: 14.370 đồng/cổ phiếu.

➤ **Mức độ pha loãng cổ phiếu:**

Tại ngày giao dịch không hưởng quyền, giá tham chiếu của cổ phiếu sẽ được điều chỉnh theo công thức sau đây:

$$P = \frac{P_t - 1 + (I \times PR)}{1 + I}$$

Trong đó:

P: là giá tham chiếu của cổ phiếu tại ngày giao dịch không hưởng quyền (giá cổ phiếu sau khi bị pha loãng);

P_{t-1}: là giá cổ phiếu trước ngày giao dịch không hưởng quyền (giá cổ phiếu trước khi bị pha loãng) – Giá định: 15.000 đồng/cổ phiếu;

I: là tỷ lệ vốn tăng, *I* = 1:1 (cổ đông sở hữu 01 cổ phiếu NAG tại ngày chốt danh sách cổ đông thực hiện quyền sẽ được hưởng tương ứng 01 quyền mua, và cứ 01 quyền mua sẽ được mua 01 cổ phiếu phát hành thêm),

PR: là giá cổ phiếu sẽ bán cho người nắm giữ quyền mua cổ phiếu trong đợt phát hành mới – 10.000 đồng/cổ phần.

$$P = (15.000 + 100\% \times 10.000) / (1 + 100\%) = 12.250 \text{ (đồng)}.$$

7. Phương thức phân phối

Cổ phiếu phát hành thêm được chào bán cho cổ đông hiện hữu theo phương thức thực hiện quyền với tỷ lệ thực hiện quyền là 1:1 (Theo đó, cổ đông sở hữu 1 cổ phiếu tại ngày chốt danh sách cổ đông để thực hiện quyền sẽ được quyền mua 1 cổ phiếu phát hành thêm)

Số lượng cổ phiếu nhà đầu tư không đăng ký mua, không nộp tiền mua, HĐQT ủy quyền cho HĐQT Công ty thực hiện phân phối theo tiêu chí và lựa chọn nhà đầu tư có nhu cầu và năng lực tài chính với giá không thấp hơn giá chào bán cho cổ đông hiện hữu (đồng thời đảm bảo điều kiện chào bán, điều kiện về quyền, nghĩa vụ của cổ đông không thuận lợi hơn so với điều kiện chào bán cho cổ đông hiện hữu).

Việc xử lý cổ phiếu nhà đầu tư không đăng ký mua, không nộp tiền mua phải đảm bảo tuân thủ quy định tại Điều 42 Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 và tuân thủ quy định về đầu tư góp vốn của công ty mẹ, công ty con theo quy định tại Khoản 2 Điều 195 Luật Doanh nghiệp.

Số cổ phiếu do nhà đầu tư không đăng ký mua, không nộp tiền mua khi phân phối tiếp sẽ bị hạn chế chuyển nhượng trong vòng 01 năm kể từ ngày hoàn thành đợt phát hành, căn cứ theo Khoản 2, Điều 42, Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020.

8. Đăng ký mua cổ phiếu**➤ Thời gian đăng ký mua cổ phiếu**

Trong thời hạn 07 ngày kể từ ngày Giấy chứng nhận đăng ký chào bán có hiệu lực, tổ chức phát hành sẽ công bố việc phát hành trên các phương tiện thông tin đại chúng theo quy định hiện hành của pháp luật về chứng khoán và thị trường chứng khoán; đồng thời, công bố

ngày chốt danh sách cổ đông, ngày giao dịch không hưởng quyền và thời gian, địa điểm thực hiện quyền.

Các cổ đông hiện tại đăng ký thực hiện quyền hoặc chuyển nhượng quyền và nộp tiền mua cổ phần vào tài khoản phòng tỏa trong vòng tối thiểu 20 ngày theo quy định của pháp luật.

➤ **Số lượng cổ phiếu đăng ký mua và số lượng cổ phiếu đăng ký mua tối thiểu**

Là số lượng cổ phiếu mà cổ đông hiện hữu được quyền mua theo tỷ lệ thực hiện quyền đã được Nghị quyết ĐHĐCĐ số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG thông qua ngày 12/02/2022.

Không giới hạn số lượng cổ phiếu đăng ký mua tối thiểu.

➤ **Phương thức thanh toán**

Các cổ đông hiện tại đăng ký thực hiện quyền hoặc chuyển nhượng quyền và nộp tiền mua cổ phần vào tài khoản phòng tỏa trong vòng tối thiểu 20 ngày theo quy định của pháp luật.

- Đối với cổ đông đã lưu ký chứng khoán: Nộp tiền mua cổ phiếu phát hành thêm tại thành viên lưu ký. Số tiền mua cổ phiếu sẽ được Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam tổng hợp và chuyển về Tài khoản phong tỏa của Công ty theo quy định;
- Đối với cổ đông chưa lưu ký chứng khoán: Cổ đông đăng ký tại **Văn phòng CTCP Tập đoàn Nagakawa – Chi nhánh Hà Nội** (Địa chỉ: Tầng 2 Tòa nhà 96A Định Công, Phương Liệt, Thanh Xuân, Hà Nội) trong thời hạn phân phối tiền mua cổ phiếu được nộp vào Tài khoản phong tỏa.

➤ **Chuyển giao cổ phiếu**

Sau khi Công ty hoàn thành đợt chào bán và hoàn thành thay đổi đăng ký chứng khoán; cổ phiếu phát hành thêm sẽ được Trung tâm Lưu ký Chứng khoán phân bổ vào tài khoản chứng khoán của các cổ đông đã lưu ký chứng khoán; các cổ đông chưa lưu ký chứng khoán sẽ nhận được Giấy chứng nhận sở hữu cổ phiếu phát hành thêm tại **Văn phòng CTCP Tập đoàn Nagakawa – Chi nhánh Hà Nội** (Địa chỉ: Tầng 2 Tòa nhà 96A Định Công, Phương Liệt, Thanh Xuân, Hà Nội), hoặc bổ sung thông tin về số cổ phiếu mới vào Giấy chứng nhận sở hữu cổ phần đã cấp.

➤ **Phương án xử lý cổ phiếu không chào bán hết:**

Giao Hội đồng quản trị toàn quyền quyết định phân phối số cổ phiếu không được các cổ đông đăng ký mua/từ chối quyền ưu tiên mua với giá không thấp hơn giá chào bán cho cổ đông hiện hữu. Số cổ phiếu không chào bán hết khi phân phối tiếp sẽ bị hạn chế chuyển nhượng trong vòng 01 năm kể từ ngày hoàn thành đợt phát hành.

9. Lịch trình dự kiến phân phối cổ phiếu

STT	Nội dung công việc	Thời gian
1	Giấy chứng nhận đăng ký chào bán có hiệu lực	T
2	Công bố thông tin về đợt chào bán trên các phương tiện thông tin đại chúng	T đến T+7
3	Xác định ngày chốt Danh sách sở hữu cuối cùng, lập và cung cấp danh sách sở hữu cuối cùng	T+7 đến T+14
4	Phối hợp cùng VSD, BVSC phân bổ và thông báo quyền mua đến các cổ đông	T+14 đến T+21
5	Đăng ký thực hiện quyền, chuyển nhượng quyền và nộp tiền mua cổ phần vào Tài khoản phong tỏa	T+21 đến T+42
6	Tổng hợp việc thực hiện quyền mua của cổ đông hiện hữu. Lập báo cáo trình HĐQT để HĐQT quyết định phương thức xử lý số cổ phiếu không chào bán hết (nếu có)	T+34 đến T+44
7	Xử lý cổ phần không bán hết	T+44 đến T+49
8	Báo cáo kết quả phát hành gửi UBCKNN	T+49
9	Nộp hồ sơ đăng ký lưu ký bổ sung và đăng ký niêm yết bổ sung	T+50

Lộ trình thực tế có thể thay đổi theo nhu cầu thực tế của Nagakawa, đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật có liên quan.

10. Các hạn chế liên quan đến việc chuyển nhượng cổ phiếu

Cổ phiếu phát hành cho cổ đông hiện hữu và người nhận chuyển nhượng quyền mua từ cổ đông hiện hữu không bị hạn chế chuyển nhượng.

Số cổ phiếu do nhà đầu tư không đăng ký mua, không nộp tiền mua khi phân phối tiếp sẽ bị hạn chế chuyển nhượng trong vòng 01 năm kể từ ngày hoàn thành đợt phát hành, căn cứ theo Khoản 2, Điều 42, Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020.

11. Tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu

Toàn bộ số tiền thu được từ đợt phát hành sẽ được chuyển vào Tài khoản phong tỏa của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa như sau:

- Tên ngân hàng: **Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Thành An**
- Số hiệu tài khoản: **111602719666**
- Tên tài khoản: **CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA**

12. Biện pháp bảo đảm tuân thủ quy định về sở hữu nước ngoài

Căn cứ Nghị quyết HĐQT Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG ngày 12/02/2022, HĐQT đã thông qua phương án đảm bảo việc phát hành cổ phiếu đáp ứng quy định về tỷ lệ sở hữu nhà đầu tư nước ngoài như sau:

- Các cổ đông của Công ty là nhà đầu tư nước ngoài và tổ chức kinh tế có nhà đầu tư nước ngoài sở hữu trên 50% vốn điều lệ tại thời điểm chốt danh sách cổ đông để thực hiện quyền chỉ được phép:

- (i) Thực hiện quyền theo phương án tăng vốn đã thông qua;
- (ii) Và/hoặc chuyển nhượng quyền mua (bán/mua) với các nhà đầu tư nước ngoài khác và tổ chức kinh tế có nhà đầu tư nước ngoài sở hữu trên 50% vốn điều lệ khác trong đợt chào bán cho cổ đông hiện hữu;
- (iii) Bán quyền mua cho các Nhà đầu tư Việt Nam;
- (iv) Không thực hiện nhận chuyển nhượng quyền mua từ các cổ đông Việt Nam.

- Trong trường hợp khi thực hiện Phương án phát hành tăng vốn điều lệ có phát sinh cổ phiếu do cổ đông không thực hiện quyền, HĐQT Công ty không phân phối số cổ phiếu này cho nhà đầu tư nước ngoài hoặc tổ chức kinh tế có nhà đầu tư nước ngoài sở hữu trên 50% vốn điều lệ.

13. Các loại thuế có liên quan

➤ Thuế Giá trị gia tăng:

Căn cứ Khoản 1, Điều 3 Nghị quyết số 43/2022/QH15 ngày 11/01/2022 đã được Quốc hội thông qua, hiện tại, Công ty đang áp dụng mức Thuế Giá trị gia tăng là 08% theo quy định của pháp luật.

➤ Thuế Thu nhập Doanh nghiệp:

Căn cứ (1) Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế Thu nhập Doanh nghiệp số 32/2013/QH13 ngày 19/6/2013; (2) Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26/12/2013 quy định chi tiết một số điều của Luật Thuế Thu nhập Doanh nghiệp và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế Thu nhập Doanh nghiệp; (3) Thông tư số 96/2015/TT-BTC ngày 22/6/2015 hướng dẫn về Thuế Thu nhập Doanh nghiệp tại Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật sửa đổi bổ sung một số điều của các Luật về thuế và sửa đổi bổ sung một số điều của các Nghị định về thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 78/2014/TT-BTC ngày 18/06/2014; (4) Thông tư số 119/2014/TT-BTC ngày 25/08/2014; (5) Thông tư số 151/2014/TT-BTC ngày 10/10/2014 của Bộ Tài chính, Thuế Thu nhập Doanh nghiệp của Công ty được tính dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm với thuế suất áp dụng là 20%.

➤ **Các loại thuế khác:**

Đối với nhà đầu tư cá nhân:

Thu nhập từ cổ tức và thu nhập từ chuyển nhượng cổ phiếu phải chịu Thuế Thu nhập cá nhân với mức thuế suất như sau:

- Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán:
 - + Đối với nhà đầu tư trong nước: thì thuế suất đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán là 0,1% trên giá bán chứng khoán từng lần được quy định tại điểm 2 Điều 16 Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành luật sửa đổi bổ sung một số điều của các Luật về Thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định về Thuế.
 - + Đối với nhà đầu tư nước ngoài: thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán áp dụng thuế suất Thuế Thu nhập cá nhân 0,1% trên tổng số tiền nhận được từ việc chuyển nhượng được áp dụng theo quy định tại điểm 2 Điều 20 Thông tư số 111/2013/TT-BTC ngày 01/10/2013 về việc “Thu nhập về đầu tư vốn và thu nhập từ chuyển nhượng vốn”.

- Thu nhập từ cổ tức: Theo Thông tư số 111/2013/TT-BTC, thu nhập của các cá nhân từ cổ tức được xem là thu nhập chịu thuế với mức thuế suất toàn phần là 5%. Trường hợp nhà đầu tư nhận được cổ tức bằng tiền mặt, Thuế Thu nhập cá nhân được tính bằng cổ tức mỗi lần trả nhân với thuế suất 5%. Trường hợp nhận cổ tức bằng cổ phiếu hoặc cổ phiếu thưởng, nhà đầu tư chưa phải nộp thuế khi nhận cổ phiếu, nhưng khi tiến hành chuyển nhượng số cổ phiếu này thì nhà đầu tư mới phải thực hiện nghĩa vụ thuế và áp dụng thuế suất tương tự như trường hợp chuyển nhượng chứng khoán.

Đối với nhà đầu tư tổ chức:

- Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán: Tổ chức trong nước: Theo quy định tại Thông tư số 78/2014/TT-BTC ngày 18/06/2014, thu nhập từ chuyển nhượng vốn, chuyển nhượng chứng khoán là thu nhập khác áp dụng thuế suất Thuế TNDN là 22% (kể từ ngày 01/01/2016 thuế suất Thuế TNDN sẽ là 20%).

Riêng đối với doanh nghiệp nước ngoài, tổ chức nước ngoài sản xuất kinh doanh tại Việt Nam không theo Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư thì thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán sẽ nộp thuế TNDN theo tỷ lệ 0,1% trên doanh thu tính thuế theo hướng dẫn tại Thông tư số 103/2014/TT-BTC ngày 06/08/2014.

- Thu nhập từ cổ tức: được miễn thuế theo quy định tại Khoản 6, Điều 4 Luật Thuế TNDN 2008.

14. Thông tin về các cam kết

- Công ty cam kết đảm bảo tuân thủ quy định theo Nghị định 155/2020/NĐ-CP và Quy chế niêm yết chứng khoán trên Sở Giao dịch Chứng khoán về việc thực hiện niêm yết bổ sung

cổ phiếu trong vòng ba mươi (30) ngày sau khi hoàn thành đợt chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng. Thời gian cụ thể theo hướng dẫn tại mục VII.9 của Bản cáo bạch này

- Ngay sau khi kết thúc đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng, Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa cam kết:

- + Thực hiện báo cáo kết quả phát hành cho Ủy Ban Chứng Khoán Nhà Nước;
- + Nộp hồ sơ và thực hiện đăng ký lưu ký bổ sung toàn bộ số cổ phiếu thực tế chào bán ra công chúng theo quy định tại Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam;
- + Nộp hồ sơ và thực hiện đăng ký niêm yết bổ sung toàn bộ số cổ phiếu thực tế chào bán ra công chúng tại HNX.

15. Thông tin về các chứng khoán khác được chào bán, phát hành trong cùng đợt:

Không có.

VIII. MỤC ĐÍCH CHÀO BÁN

Tổng khối lượng vốn huy động dự kiến từ đợt chào bán là **166.826.220.000 đồng**. Công ty dự kiến sử dụng toàn bộ số tiền thu được từ đợt chào bán để bổ sung vốn lưu động phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh. Theo đó, nhu cầu thực tế về nguồn vốn của Công ty như sau:

Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa hiện đang hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại, cụ thể là phân phối các sản phẩm điện lạnh và hàng gia dụng được nhập khẩu nguyên chiếc từ Malaysia, Indonesia và Trung Quốc và được phân phối tại Việt Nam dưới thương hiệu Nagakawa. Các sản phẩm nhập khẩu của Nagakawa được đảm bảo về quy trình kiểm duyệt chất lượng và các quy định về nhãn mác, xuất xứ hàng hóa của Bộ Công thương.

Theo kế hoạch kinh doanh năm 2022, Công ty đặt mục tiêu Doanh thu thuần năm 2022 là 1.746 tỷ đồng, tăng 24,32% so với năm 2021. Theo đó, tổng giá trị hàng hóa mà Công ty dự kiến nhập trong năm 2022 như sau:

Ngành hàng	Giá trị hàng hóa dự kiến nhập trong năm 2022 (VNĐ)	Giá trị một số hợp đồng đã ký kết (VNĐ) (*)	Số tiền đã đặt cọc theo HĐ (VNĐ)	Số tiền còn lại chưa thanh toán theo HĐ (VNĐ)
Ngành hàng điều hòa không khí	631.583.640.316	156.961.795.876	24.011.150.501	132.950.645.374
Ngành hàng gia dụng	67.405.022.094	25.526.417.600	3.798.603.173	21.727.814.427
Ngành hàng thiết bị nhà bếp	465.728.820.312	17.881.475.600	0	9.997.445.578
Tổng cộng	1.164.717.482.723	200.369.689.076	27.809.753.675	164.675.905.379

(*) Các hợp đồng này đã được ký kết từ Quý 3/2021 đến ngày 01/04/2022. Tính đến thời điểm hiện tại, Công ty mới chỉ thực hiện việc đặt cọc từ 10-20% giá trị các hợp đồng theo quy định về Điều khoản thanh toán của hợp đồng nhưng chưa thực hiện việc nhập hàng và thanh toán giá trị còn lại từ 80-90% giá trị các hợp đồng. Các hợp đồng này dự kiến được thực hiện và thanh toán phần còn lại trong Quý II và Quý III/2022.

Giá trị các hợp đồng được quy đổi theo tỷ giá VND/USD của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) tại thời điểm ngày 13/04/2021 là: 23.020 VND/USD.

Để đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ các hoạt động kinh doanh (cụ thể là nguồn vốn để nhập khẩu hàng hóa đầu vào), trong những năm qua, Nagakawa đang huy động chủ yếu từ nguồn vốn vay ngân hàng. Cụ thể tại thời điểm 31/12/2021, các khoản vay ngắn hạn ngân hàng của Công ty đang là 774.546.736.268 đồng, tăng 105% so với thời điểm 31/12/2020 với giá trị 378.339.621.587 đồng.

Theo số liệu hợp nhất tại **Bảng 23: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu**, tỷ lệ Nợ/Tổng tài sản của Nagakawa trong 2 năm 2020 và 2021 lần lượt đạt 0,72 lần và 0,81 lần, tương ứng với tỷ lệ Nợ/Vốn chủ sở hữu lần lượt là 2,63 lần và 4,25 lần. Như vậy, hiện nay trong cơ cấu nguồn vốn của Nagakawa tỷ lệ vốn vay đang chiếm tỷ trọng khá lớn so với vốn chủ sở hữu (gấp 4,25 lần năm 2021). Do đó, để nâng cao năng lực tài chính, đảm bảo có đủ nguồn vốn đáp ứng kịp thời cho hoạt động kinh doanh, đồng thời vừa đảm bảo duy trì một cơ cấu tài chính an toàn, Công ty đã xây dựng phương án phát hành thêm cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu để huy động vốn và đã được ĐHDCĐ thường niên năm 2022 thông qua.

IX. KẾ HOẠCH SỬ DỤNG SỐ TIỀN THU ĐƯỢC TỪ ĐỢT CHÀO BÁN

Tổng khối lượng vốn huy động dự kiến từ đợt chào bán là **166.826.220.000 đồng**. Công ty dự kiến sử dụng toàn bộ số tiền thu được từ đợt chào bán để bổ sung vốn lưu động phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Công ty dự kiến dùng toàn bộ số tiền thu được để mua các sản phẩm Công ty đang kinh doanh từ các nhà cung cấp. Một số nhà cung cấp chính của Công ty như sau:

- Penseur Industries SDN BHD (Malaysia);
- Ningbo Wanai Appliance Co., Ltd (Trung Quốc);
- Ningbo Becigar Kitchenware Co., Ltd. (Trung Quốc);
- High Ace Industries Sdn. Bhd. (Malaysia);
- Zhongshan Newecan Enterprise Development Co.,Ltd. (Trung Quốc), v.v...

Chi tiết hạng mục vốn lưu động bổ sung bao gồm:

STT	Hạng mục sử dụng tiền	Giá trị (đồng)
1	Nhóm sản phẩm điều hòa	115.000.000.000

STT	Hạng mục sử dụng tiền	Giá trị (đồng)
	+ Điều hòa treo tường	92.700.000.000
	+ Điều hòa casset	8.300.000.000
	+ Điều hòa tủ và trung tâm	14.000.000.000
2	Nhóm sản phẩm gia dụng	25.826.220.000
	+ Nồi cơm điện, nồi inox	10.000.000.000
	+ Ấm siêu tốc, bình thủy	5.000.000.000
	+ Bếp nướng, bếp từ	5.000.000.000
	+ Máy xay sinh tố	5.826.220.000
3	Nhóm sản phẩm thiết bị nhà bếp	26.000.000.000
	+ Máy rửa bát	3.000.000.000
	+ Máy hút mùi	5.000.000.000
	+ Bếp từ	18.000.000.000
TỔNG CỘNG		166.826.220.000

Tiến độ sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán: Công ty dự kiến sử dụng số tiền thu được từ đợt chào bán trong Quý III, IV năm 2022 và Quý I năm 2023, sau khi báo cáo kết quả chào bán với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và được Ủy ban Chứng khoán Nhà nước xác nhận.

Căn cứ tình hình cụ thể của Công ty và số tiền thực tế thu được từ đợt phát hành, ĐHDCĐ giao HĐQT triển khai việc sử dụng vốn theo phương án đã được ĐHDCĐ thông qua trên cơ sở đảm bảo lợi ích của Công ty và các cổ đông, đồng thời, tuân thủ các quy định của pháp luật liên quan.

Trong trường hợp số tiền thu được từ đợt chào bán không đủ theo dự kiến, Công ty sẽ sử dụng các công cụ tài chính hợp pháp khác, bao gồm và không giới hạn ở các công cụ vốn chủ hoặc vốn nợ để thu xếp đủ nguồn vốn thực hiện các mục đích phát hành trên. Trong thời gian thu xếp nguồn tài chính khác để bù đắp số tiền thiếu hụt, số tiền thu được từ đợt chào bán sẽ được sử dụng với thứ tự ưu tiên giải ngân như sau:

STT	Thứ tự ưu tiên sử dụng tiền	Giá trị (đồng)
1	Nhóm sản phẩm điều hòa	115.000.000.000
2	Nhóm sản phẩm gia dụng	25.826.220.000
3	Nhóm sản phẩm thiết bị nhà bếp	26.000.000.000

X. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN TỚI ĐỢT CHÀO BÁN

1. Tổ chức kiểm toán:

CÔNG TY TNHH KIỂM TOÁN NHÂN TÂM VIỆT

Trụ sở: Tầng 3, số 8, phố Cát Linh, phường Cát Linh, quận Đống Đa, Thành phố Hà Nội, Việt Nam.

Điện thoại: (84-24) 3761 3399

Fax: (84-24) 3761 5599

2. Tổ chức tư vấn:

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN BẢO VIỆT

Địa chỉ: Tầng 1, 4 và 7 Tòa nhà số 8 Lê Thái Tổ, phường Hàng Trống, quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội, Việt Nam.

Điện thoại: (84-24) 3928 8080

Fax: (84-24) 3928 9888

➤ Ý kiến của Tổ chức Tư vấn về đợt chào bán:

Căn cứ theo phương án phát hành đã được Đại hội đồng cổ đông thông qua, Công ty dự kiến sẽ chào bán cho cổ đông hiện hữu 16.682.622 cổ phiếu theo tỷ lệ 1:1 với mức giá chào bán là 10.000 đồng/cổ phiếu. Theo đó, giá trị sổ sách tại ngày 31/12/2021 của Công ty là **13.721 đồng/cổ phiếu** (cao hơn **37,21%** so với giá chào bán), giá đóng cửa bình quân của cổ phiếu NAG trong 30 phiên gần nhất từ ngày 03/03/2022 đến 14/04/2022 là: **15.410 đồng/cổ phiếu** (cao hơn **54,10%** so với giá chào bán). Cùng với diễn biến thị trường chứng khoán có những dấu hiệu tích cực và kết quả kinh doanh năm 2021 khá tích cực của Nagakawa, chúng tôi cho rằng Nagakawa có khả năng thành công trong đợt chào bán.

Chúng tôi xin lưu ý rằng, các ý kiến nhận xét nêu trên được đưa ra dưới góc độ đánh giá của một tổ chức tư vấn, dựa trên những cơ sở thông tin được thu thập có chọn lọc và dựa trên lý thuyết về tài chính chứng khoán mà không hàm ý bảo đảm giá trị của chứng khoán cũng như tính chắc chắn của những số liệu được dự báo. Nhận xét này chỉ mang tính tham khảo với nhà đầu tư khi tự mình ra quyết định đầu tư.

XI. CÁC THÔNG TIN QUAN TRỌNG KHÁC CÓ THỂ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CỦA NHÀ ĐẦU TƯ

Không có.

XII. PHỤ LỤC

1. Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa (Đăng ký thay đổi lần thứ 18 ngày 11/11/2021);
2. Điều lệ của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa;
3. Quyết định của Đại hội đồng cổ đông Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa thông qua phương án phát hành, phương án sử dụng vốn, việc niêm yết trên hệ thống giao dịch chứng khoán (Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-NAG ngày 12/02/2022);
4. Văn bản đính chính nội dung Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2022 số 07/2022/VB-NAG ngày 29/03/2022;
5. Báo cáo tài chính riêng và hợp nhất năm 2020, 2021 đã được kiểm toán; và Báo cáo tài chính riêng và hợp nhất Quý I/2022 tự lập của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa;
6. Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp của Công ty TNHH Kiểm toán Nhân Tâm Việt;
7. Nghị quyết Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 04/2022/NQ-HĐQT-NAG ngày 17/02/2022 thông qua việc triển khai chào bán cổ phiếu ra công chúng;
8. Nghị quyết Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 05/2022/NQ-HĐQT-NAG ngày 17/02/2022 thông qua phương án đảm bảo việc phát hành cổ phiếu đáp ứng quy định về tỷ lệ sở hữu nhà đầu tư nước ngoài;
9. Nghị quyết Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 06/2022/NQ-HĐQT-NAG ngày 17/02/2022 về việc thông qua cam kết lưu ký, niêm yết bổ sung cổ phiếu phát hành thêm;
10. Nghị quyết Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 07/2022/NQ-HĐQT-NAG ngày 18/02/2022 về việc thông qua hồ sơ chào bán;
11. Nghị quyết Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 23/2022/NQ-HĐQT-NAG ngày 29/03/2022 về việc thông qua phương án xử lý cổ phiếu không chào bán hết;
12. Nghị quyết Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa số 24/2022/NQ-HĐQT-NAG ngày 29/04/2022 về việc thông qua phương án sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán;

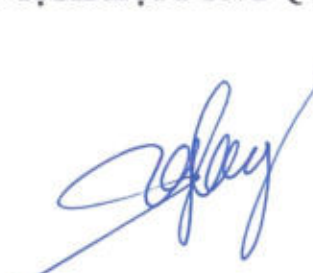
13. Văn bản số 02/TB-NAG ngày 18/02/2022 của Công ty cổ phần Tập đoàn Nagakawa về việc cam kết đáp ứng quy định tại điểm e khoản 1 Điều 15 của Luật Chứng khoán;
14. Văn bản xác nhận ngày 10/03/2022 của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Thành An về việc mở tài khoản phong tỏa;
15. Các tài liệu liên quan đến mục đích sử dụng vốn.

Vĩnh Phúc, ngày 19 tháng 5 năm 2022

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

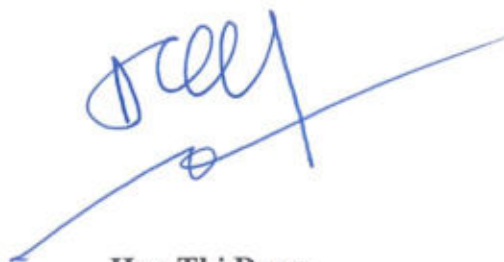
TỔNG GIÁM ĐỐC


Nguyễn Ngọc Quý



Nguyễn Thị Huyền Thương

KẾ TOÁN TRƯỞNG


Huy Thị Dung

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN BẢO VIỆT

TỔNG GIÁM ĐỐC 


Nhữ Đình Hoà