

NỀN TẢNG VỮNG CHẮC
... TƯƠNG LAI TRƯỜNG TỒN



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2010

NỘI DUNG

4 THÔNG ĐIỆP

- 6 Tầm nhìn
- 7 Sứ mệnh
- 7 Giá trị cốt lõi
- 8 Thông điệp của Chủ tịch HĐQT
- 11 Những cột mốc đáng nhớ

14 GIỚI THIỆU CÔNG TY

- 16 Cơ cấu tổ chức công ty
- 18 Giới thiệu Hội Đồng Quản Trị Và Sáng Lập Viên
- 22 Giới thiệu Ban Kiểm Soát
- 23 Giới thiệu Ban Tổng Giám Đốc

28 BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2010

- 30 Kết quả hoạt động kinh doanh của KDC
- 38 Kết quả hoạt động sáp nhập

46 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN 2011

- 48 Định hướng hoạt động năm 2011
- 50 Chiến lược năm 2011

66 BÁO CÁO TÀI CHÍNH

- 68 Báo cáo của Hội đồng Quản trị
- 70 Báo cáo của Kiểm toán viên độc lập
- 71 Bảng cân đối kế toán hợp nhất
- 74 Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất
- 75 Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

THÔNG ĐIỆP

Tầm nhìn

Sứ mệnh

Giá trị cốt lõi

Thông điệp của Chủ tịch HĐQT

Những cột mốc đáng nhớ



A close-up photograph of white marble architectural elements. In the foreground, a rectangular marble step is visible. To the left, a portion of a column with a fluted capital is shown. In the background, another column with a decorative balustrade is visible. The text "TÂM NHÌN CHIẾN LƯỢC" is overlaid in red on the step.

TÂM NHÌN CHIẾN LƯỢC

Hương vị cho cuộc sống

“ Kinh Đô đem hương vị đến cho cuộc sống mọi nhà bằng những thực phẩm an toàn, dinh dưỡng, tiện lợi và độc đáo ”





☐ SỨ MỆNH

- Sứ mệnh của Kinh Đô đối với **người tiêu dùng** là tạo ra những sản phẩm phù hợp, tiện dụng bao gồm các loại thực phẩm thông dụng, thiết yếu, các sản phẩm bổ sung và đồ uống. Kinh Đô cung cấp các thực phẩm an toàn, thơm ngon, dinh dưỡng, tiện lợi và độc đáo cho tất cả mọi người, luôn giữ vững vị trí tiên phong trên thị trường thực phẩm.
- Với **cổ đông**, Kinh Đô không chỉ dừng ở việc mang lại mức lợi nhuận tối đa trong dài hạn mà còn thực hiện tốt việc quản lý rủi ro để cổ đông an tâm với những khoản đầu tư.
- Với **đối tác**, Kinh Đô luôn tạo ra những giá trị bền vững cho tất cả các thành viên trong chuỗi cung ứng với việc đảm bảo một mức lợi nhuận hợp lý thông qua các sản phẩm, dịch vụ đầy tính sáng tạo. Chúng tôi không chỉ đáp ứng đúng xu hướng tiêu dùng mà còn thỏa mãn được mong ước của khách hàng.
- Chúng tôi luôn ươm mầm và tạo mọi điều kiện để thỏa mãn các nhu cầu và kỳ vọng trong công việc nhằm phát huy tính sáng tạo, sự toàn tâm và lòng nhiệt huyết của nhân viên. Vì vậy, Kinh Đô luôn có một **đội ngũ nhân viên** năng động, sáng tạo, trung thành, có khả năng thích nghi cao và đáng tin cậy.
- Để góp phần phát triển và hỗ trợ **cộng đồng**, chúng tôi chủ động tạo ra đồng thời mong muốn được tham gia và đóng góp cho những chương trình hướng đến cộng đồng và xã hội.

☐ GIÁ TRỊ CỐT LÕI

- Tính Sáng tạo - Cách tân
- Tính Năng động
- Tính Tiên phong - Dẫn đầu
- Tính Chất lượng
- Tính Tin tưởng
- Có Tầm nhìn

“

Với sứ mệnh trở thành Tập đoàn hàng đầu trong ngành thực phẩm tại Việt Nam và khu vực, trong những năm qua Kinh Đô đã xây dựng những nền tảng vững chắc để tăng trưởng theo hướng nhanh, bền vững và tạo sự khác biệt. Những khó khăn trong năm 2010 đã không làm cản bước tiến của Kinh Đô. Ban lãnh đạo không những đã tìm ra lời giải cho các khó khăn trên mà còn tìm thấy và nắm bắt những cơ hội từ thị trường.

6.155

TỶ ĐỒNG
TỔNG VỐN HÓA TÍNH ĐẾN NGÀY 31/12/2010

Kinh Đô đã xây dựng nền tảng vững chắc để tiến lên Tập đoàn. Những đổi mới và các chiến lược được triển khai đồng bộ trong năm 2010 chính là nền tảng quan trọng để Tập đoàn Kinh Đô phát triển vững mạnh trong tương lai.





Sự liên tục bổ sung
và phát triển nguồn
nhân tài trong
những năm qua
cũng tạo ra những
lợi thế cạnh tranh
bền vững



Kính thưa Quý vị Cổ đông,

Năm 2010 tiếp tục đánh dấu là một năm sóng gió cho doanh nghiệp Việt Nam do chịu nhiều biến động của kinh tế thế giới và trong nước, đã tạo thách thức lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam nói chung và Kinh Đô nói riêng.

Với sứ mệnh trở thành Tập Đoàn hàng đầu trong ngành thực phẩm tại Việt Nam và khu vực, trong những năm qua Kinh Đô đã và đang xây dựng những nền tảng vững chắc để tăng trưởng theo hướng nhanh, bền vững và tạo sự khác biệt. Những khó khăn trong năm 2010 đã không làm cản bước tiến của Kinh Đô, Ban lãnh đạo không những đã tìm ra giải pháp cho những khó khăn trên mà còn tìm ra hướng đi và nắm bắt những cơ hội từ thị trường. Với chiến lược đúng và sự đồng lòng của tập thể cán bộ công nhân viên cùng với sự ủng hộ không ngừng của Quý cổ đông, Tôi vui mừng thông báo: kết thúc năm 2010, Công ty cổ phần Kinh Đô với sự hợp nhất của NKD và Kí Do đã đạt doanh số 3.317 tỷ đồng. Lợi nhuận đạt 801 tỷ đồng. Việc sáp nhập thành công NKD và Kí Do vào KDC đã tạo một bước ngoặt mới và tạo vị thế mới trên thương trường, đưa Công ty đứng vào hàng ngũ những Công ty hàng đầu châu Á.

Sự thành công của năm 2010 trước hết phải nói đến sự thừa hưởng những nền tảng chúng ta đã dày công xây dựng. Việc liên tục đổi mới và bổ sung danh mục sản phẩm, chú trọng vào xây dựng thương hiệu, phát triển thị trường mới... đã giúp cho Kinh Đô tăng trưởng đột phá về doanh thu. Bên cạnh đó, việc chú trọng nâng cao hiệu quả quản trị hệ thống như: chuẩn hóa các quy trình làm việc thông qua hệ thống SAP, thể chế hóa mô hình hoạt động SBU, tăng cường năng lực dự báo tình hình thị trường... góp phần vào sự duy trì,

bồi đắp và tăng trưởng về lợi nhuận. Ngoài ra, sự liên tục bổ sung và phát triển nguồn nhân tài trong những năm qua cũng tạo ra những lợi thế cạnh tranh bền vững.

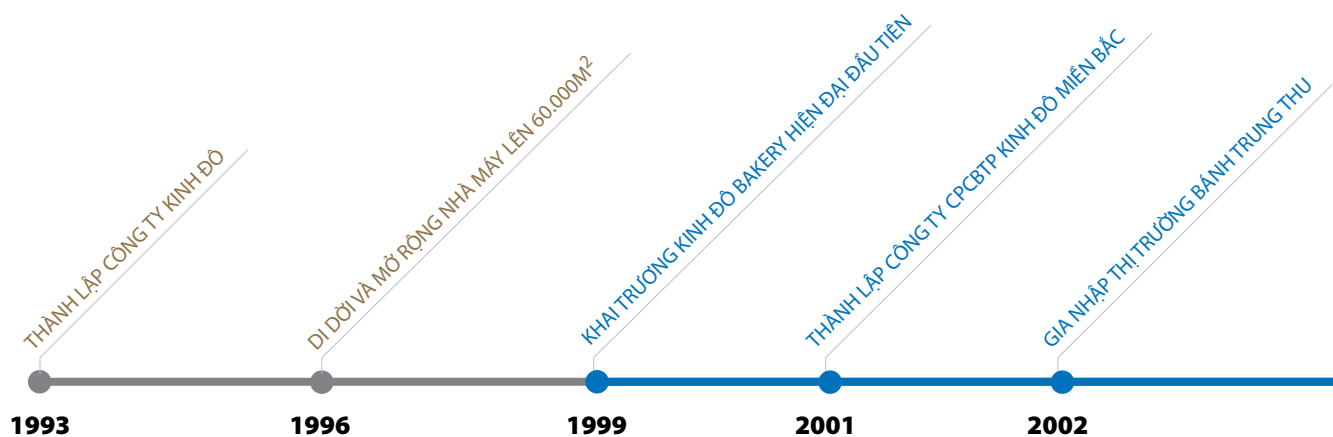
Tiếp bước thành công của năm 2010, năm 2011 là năm bản lề chuyển tiếp từ Công ty Kinh Đô thành Tập Đoàn Kinh Đô, là thời gian Kinh Đô sẽ hoàn thiện mô hình hoạt động Tập Đoàn để sử dụng lợi thế cộng hưởng giữa các công ty thành viên, đẩy nhanh hơn tốc độ sáp nhập và mua lại. Bên cạnh đó, Kinh Đô tiếp tục đầu tư xây dựng thương hiệu, mở rộng thị trường và độ phủ thông qua hệ thống danh mục sản phẩm bằng nhiều hình thức liên doanh, liên kết, hợp tác kinh doanh... đồng thời tạo thêm các lợi thế cạnh tranh và rào cản bằng việc tập trung cải tiến chất lượng sản phẩm, xây dựng và khai thác năng lực quản trị hệ thống, tăng cường năng lực công nghệ và nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực.

Trong năm 2011, chúng tôi nhận định vẫn còn rất nhiều những khó khăn, thách thức. Tuy nhiên, đó cũng chính là những cơ hội dành cho những doanh nghiệp có tầm nhìn xa, biết đón đầu cơ hội. Với chiến lược dài hạn của Ban Lãnh Đạo Công ty là hướng tới phát triển bền vững và ý chí quyết tâm của tập thể cán bộ CNV Kinh Đô với những chuẩn bị trọng tâm, sự đồng lòng nhất trí và sự tiếp tục ủng hộ của Quý cổ đông, Tôi tin tưởng 2011 sẽ tiếp tục là năm tăng trưởng cao của Kinh Đô.

Chúc Quý cổ đông dồi dào sức khỏe, thành công và luôn đồng hành cùng sự phát triển của Kinh Đô.

Trân trọng,
TRẦN KIM THÀNH
Chủ tịch HĐQT

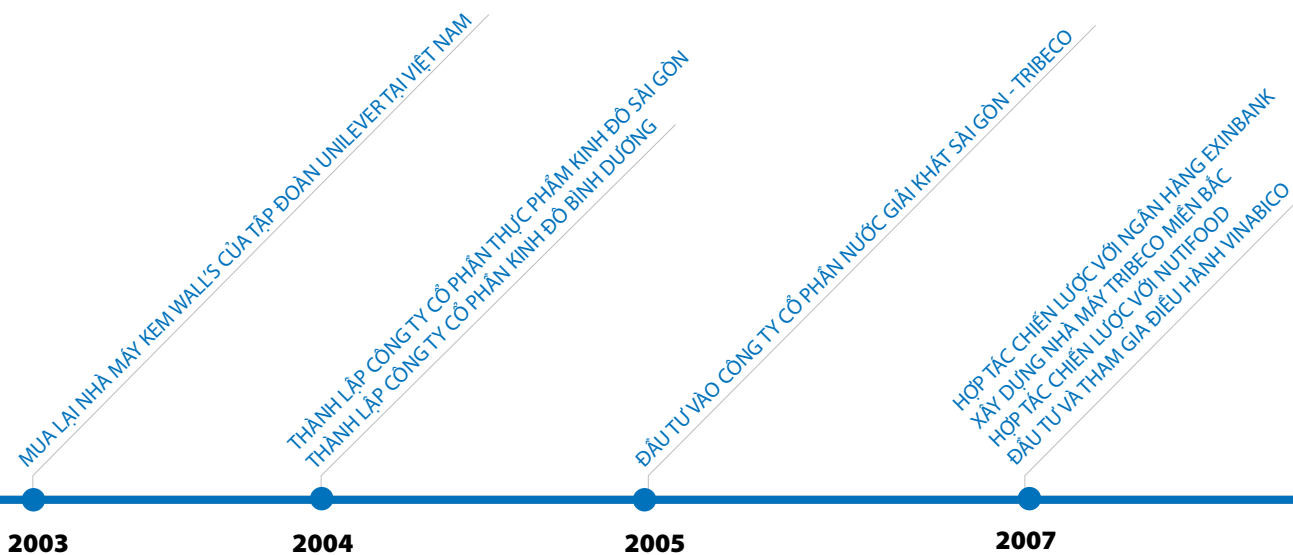
□ NHỮNG CỘT MỐC ĐÁNG NHỚ



NHỮNG BƯỚC KHỞI ĐẦU (1993 - 1999)

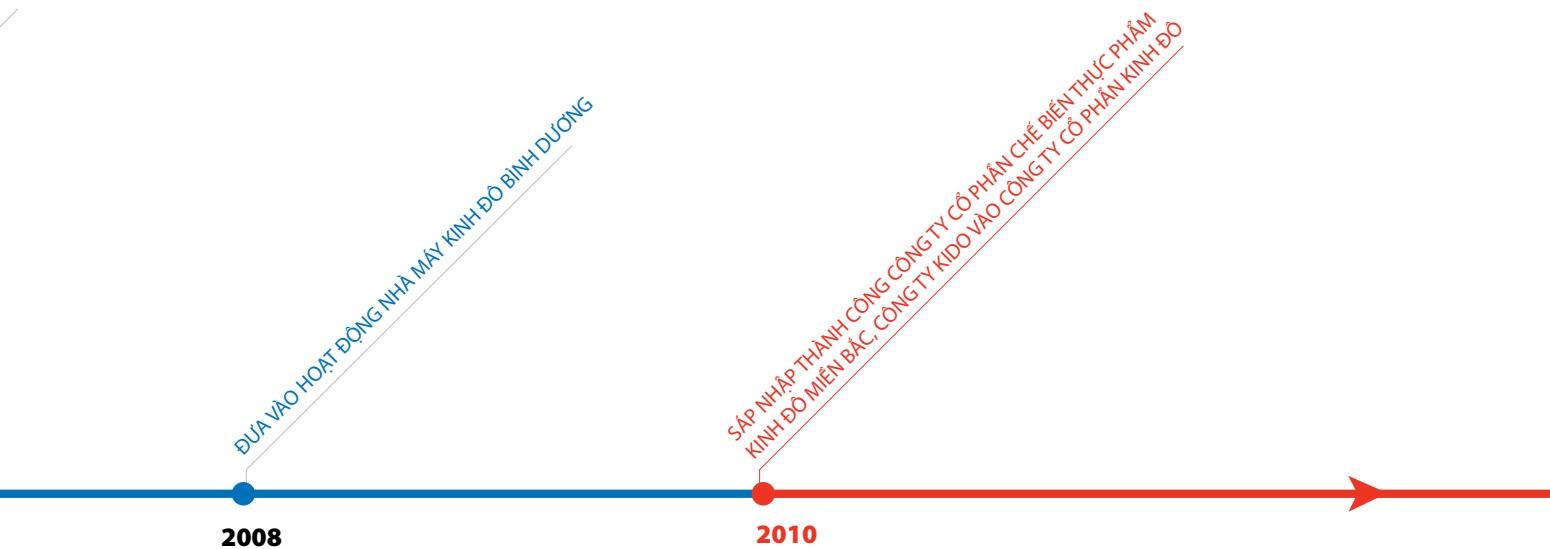
NĂM 1993 Thành lập Công ty Kinh Đô

NĂM 1996 Di dời nhà máy về Quận Thủ Đức và mở rộng diện tích nhà xưởng lên 60.000 m²



PHÁT TRIỂN VỮNG CHẮC (1999 -2008)

- NĂM 1999** Khai trương cửa hàng Kinh Đô Bakery hiện đại đầu tiên
- NĂM 2001** Thành lập Công ty Cổ Phần Chế Biến Thực phẩm Kinh Đô Miền Bắc và Nhà máy tại Hưng Yên có diện tích 28.000m²
- NĂM 2002** Bắt đầu gia nhập thị trường bánh Trung Thu
Phát triển hệ thống phân phối với 150 nhà phân phối và trên 30.000 điểm bán lẻ rộng khắp cả nước. Tốc độ phát triển hàng năm tăng từ 20% đến 30%
- NĂM 2003** Chính thức mua lại nhà máy kem Wall's của tập đoàn Unilever tại Việt Nam, thay thế bằng nhãn hiệu kem Kido's
- NĂM 2004** Thành lập Công ty Cổ phần Kinh Đô Bình Dương
Thành lập Công ty Cổ phần Thực phẩm Kinh Đô Sài Gòn
- NĂM 2005** Đầu tư vào Công ty Cổ Phần Nước Giải Khát Sài Gòn - Tribeco
- NĂM 2007** Trở thành đối tác chiến lược với Ngân hàng Eximbank
Xây dựng nhà máy Tribeco Miền Bắc tại tỉnh Hưng Yên
Trở thành đối tác chiến lược với Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm (Nutifood).
Đầu tư và tham gia điều hành Vinabico
- NĂM 2008** Chính thức khánh thành và đưa vào hoạt động nhà máy Kinh Đô Bình Dương với dây chuyền hiện đại khép kín, công nghệ Châu Âu, theo tiêu chuẩn GMP, HACCP. Với mô hình nhà máy hiện đại, mọi sản phẩm của công ty được sản xuất hoàn toàn tự động, đáp ứng những tiêu chuẩn khắt khe nhất của thị trường trong và ngoài nước



BƯỚC CHUYỂN MÌNH VÌ MỘT KINH ĐÔ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

NĂM 2010 Chính thức dời trụ sở về 141 Nguyễn Du, P. Bến Thành, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh đánh dấu bước khởi đầu mới, hướng đến tương lai phát triển vững bền

Hệ thống Kinh Đô Bakery phát triển và khẳng định vị thế hàng đầu với chuỗi 30 cửa hàng Kinh Đô Bakery và K-Do Bakery & Cafe

Công ty Cổ Phần Chế Biến Thực phẩm Kinh Đô Miền Bắc (NKD) và Công ty Kido sáp nhập vào Công ty Cổ Phần Kinh Đô (KDC)

GIỚI THIỆU CÔNG TY

Cơ cấu tổ chức công ty

Giới thiệu Hội Đồng Quản Trị Và Sáng Lập Viên

Giới thiệu Ban Kiểm Soát

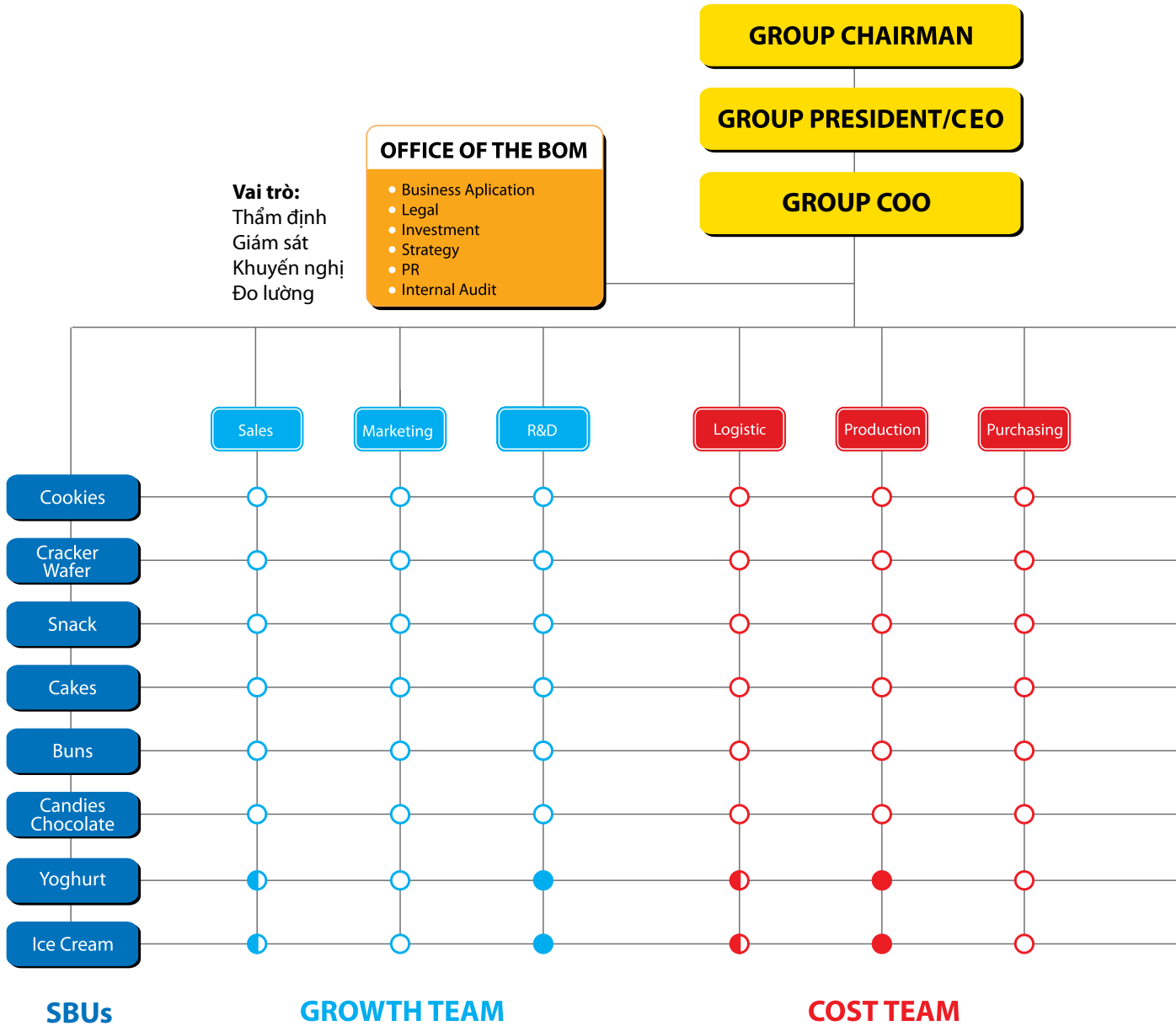
Giới thiệu Ban Tổng Giám Đốc





HỘI TỰ NHÂN TÀI

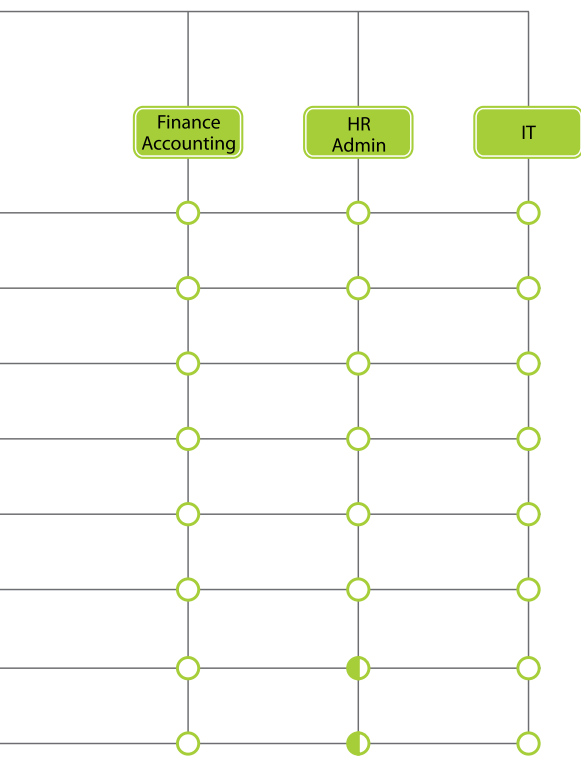
CƠ CẤU TỔ CHỨC CÔNG TY
TỰ HÀO LÀ TẬP ĐOÀN THỰC PHẨM HÀNG ĐẦU TẠI VIỆT NAM



THEO CẤU TRÚC NÀY, TẬP ĐOÀN CÓ THỂ NHÂN BẢN CÁC SBU NHANH VÀ HIỆU QUẢ NHỜ VIỆC TẬN DỤNG CÁC HỆ THỐNG VÀ NGUỒN LỰC SẴN CÓ

5.040

TỶ ĐỒNG, TỔNG TÀI SẢN



SUPPORT TEAM

- Centralized
- Shared Services
- Dedicated Resources

SBU's HEAD

Phải có tố chất của một nhà lãnh đạo và tư duy của doanh nhân (Intrapreneurial)

GROWTH TEAM

Vai trò: Nhóm chủ chốt của cả công ty, là nhóm đưa ra những dự án, kế hoạch chính, làm việc trực tiếp với SBUs.

Văn hóa: Sáng tạo, năng động, nhạy bén với thái độ "không có điều gì không thể làm được"

COST TEAM

Vai trò: Là nền tảng của tổ chức trong việc kiểm soát giá thành hiệu quả, đồng thời thỏa mãn yêu cầu của Growth Team

Văn hóa: Nhanh, chính xác, hợp tác, có tính kỷ luật và khoa học cao

SUPPORT TEAM

Vai trò: Là cửa ngõ cuối cùng trước khi đề án được thông qua, là nhóm kiểm soát thẩm định, giám sát các dự án, là cơ sở đáng tin cậy cho Growth Team và Cost Team

Văn hóa: Phản biện, hỗ trợ dịch vụ, khoa học, kỷ luật cao và làm việc có nguyên tắc

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ và SÁNG LẬP VIÊN



Ông TRẦN KIM THÀNH

Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Ông là người sáng lập Tập đoàn Kinh Đô.

Với hơn 20 năm kinh nghiệm điều hành và quản trị doanh nghiệp cùng tầm nhìn xa trông rộng, nắm bắt cơ hội, phân tích rủi ro và quyết định đầu tư táo bạo để đạt mục tiêu, Ông đã đưa Kinh Đô phát triển vượt bậc trở thành Tập Đoàn đa ngành về sản phẩm, bất động sản, tài chính và bán lẻ. Bằng khả năng và sự nhạy bén của mình, Ông đã thành công trong việc hoạch định chiến lược và tổ chức hệ thống quản lý điều hành Công ty Kem KiDo, đạt mức tăng trưởng lợi nhuận cao sau khi mua lại nhà máy kem Wall's từ Unilever. Hiện Ông Thành là Chủ Tịch HĐQT Tập Đoàn Kinh Đô và đang giữ nhiều vị trí quan trọng tại nhiều công ty tầm cỡ tại Việt Nam. Ông còn là Ủy Viên Ủy Ban Trung Ương Mặt Trận Tổ Quốc Việt Nam. Ông đã nhận được rất nhiều bằng khen của Trung ương và địa phương về sự đóng góp cho nền kinh tế - xã hội của Việt Nam.



Ông TRẦN LÊ NGUYỄN

Phó Chủ Tịch Thường Trực HĐQT - CEO TẬP ĐOÀN KINH ĐÔ

Ông là người đồng sáng lập Tập Đoàn Kinh Đô.

Ông Nguyễn đã có hơn 20 năm kinh nghiệm trong ngành quản trị, Ông đã góp phần quan trọng trong việc đưa Kinh Đô phát triển và trở thành một thương hiệu nổi tiếng. Ông đã thành công trong quyết định mua lại nhà máy kem Wall's của Unilever và đã giúp Kinh Đô có được bước phát triển vượt bậc. Hiện nay Ông đang đảm nhiệm vị trí Thành viên Hội Đồng Quản Trị, Phó Chủ Tịch Hội Đồng Quản Trị kiêm Tổng Giám Đốc của Tập Đoàn Kinh Đô. Ông còn là Ủy Viên Hội Đồng Quản Trị của Phòng Thương Mại và Công Nghiệp Việt Nam (VCCI). Ngoài ra, Ông còn là Chủ Tịch Hội Đồng Quản Trị và Thành viên Hội Đồng Quản Trị của nhiều Công ty về Thực phẩm, Bất động sản, Thương mại uy tín tại Việt Nam.

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VÀ SÁNG LẬP VIÊN (tiếp theo)



Bà VƯƠNG BỬU LINH

Sáng lập viên - Thành Viên Hội Đồng Quản Trị

Bà Vương Bửu Linh là người đã gắn bó và điều hành Kinh Đô ngay từ những ngày đầu thành lập, là một trong những thành viên sáng lập Tập Đoàn Kinh Đô. Bà có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực quản lý, điều hành chuỗi Supply Chain và các hệ thống quản lý. Bà là người định hướng chiến lược ứng dụng ERP của SAP vào Kinh Đô, giúp nâng cao khả năng quản lý hiệu quả và ra quyết định nhanh chóng, chính xác trong toàn hệ thống Kinh Đô.

Hiện nay Bà Linh đang giữ chức vụ Thành viên Hội Đồng Quản Trị, Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn Kinh Đô và tham gia vào ban lãnh đạo của các công ty thành viên thuộc tập đoàn Kinh Đô.



Ông WANG CHING HUA

Sáng lập viên - Thành Viên Hội Đồng Quản Trị

Với hơn 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực chế biến và sản xuất thực phẩm Ông đã gắn bó với Tập Đoàn Kinh Đô từ những ngày đầu thành lập.

Ông là thành viên sáng lập và hiện nay là Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn Kinh Đô và đang điều hành hoạt động sản xuất - kỹ thuật của nhà máy Kinh Đô Bình Dương.



Bà VƯƠNG NGỌC XIÊM

Sáng lập viên - Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn

Bà Vương Ngọc Xiêm tham gia điều hành Kinh Đô từ những ngày đầu thành lập. Bà đã có nhiều năm kinh nghiệm về quản lý điều hành chuỗi cửa hàng Kinh Đô Bakery, hệ thống các cửa hàng nhượng quyền và đột phá với chuỗi cửa hàng K-DO Bakery & Cafe.

Bà là thành viên sáng lập Tập Đoàn Kinh Đô. Với những kinh nghiệm quản lý và khả năng lãnh đạo nhạy bén, hiện nay Bà đang giữ chức vụ Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn Kinh Đô, đồng thời là Tổng Giám Đốc Công ty Cổ Phần Kinh Đô Sài Gòn.



Ông CÔ GIA THỌ

Thành viên Hội đồng Quản trị

Ông là thành viên HĐQT Công ty Cổ Phần Kinh Đô. Đồng thời là Chủ Tịch HĐQT - Sáng lập Công ty Cổ Phần Tập Đoàn Thiên Long và là Thành viên HĐQT của nhiều Công ty khác.

Ông có hơn 20 năm kinh nghiệm quản lý và điều hành kinh doanh tại Việt Nam.



Ông MÃ THANH DANH
Trưởng Ban Kiểm soát

Ông Danh tốt nghiệp Kỹ sư ngành Điện, Cử nhân ĐH Kinh Tế ngành Quản Trị Kinh Doanh, MBA ngành Chiến lược Kinh Doanh Quốc Tế & Quản Trị Thương Hiệu của Vương quốc Bỉ. Ông có trên 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Quản trị Tài chính; Tư vấn chiến lược & Quản trị thương hiệu; Tư vấn sáp nhập công ty. Đặc biệt, giai đoạn từ năm 1997 - 2001 Ông phụ trách phát triển kinh doanh của SBU Buns – ngành bánh tươi đầu tiên của Kinh Đô và từng giữ các chức vụ: Giám Đốc Tài Chính - Công ty Truyền hình Cấp BSC thuộc HTVC; Trưởng Phòng Kinh Doanh Công ty CP Thực Phẩm & Nước Giải Khát Dona New Tower. Hiện Ông là Trưởng Ban Kiểm Soát của Công ty Cổ phần Kinh Đô kiêm Chủ Tịch HĐQT Công ty TNHH Sáng Tạo VINA.



Bà LƯƠNG MỸ DUYÊN
Thành viên Ban Kiểm soát

Bà Duyên công tác tại Kinh Đô từ năm 1993 qua các vị trí: Kế toán Tổng hợp và Phó Phòng Kế Toán Công ty TNHH XD & CBTP Kinh Đô; Kế Toán Trưởng Chi Nhánh Công ty TNHH XD & CBTP Kinh Đô. Năm 2006 đến nay, Bà Duyên là Kế Toán Trưởng, Công ty CP Địa Ốc Kinh Đô.

Bà Duyên tốt nghiệp Đại học chuyên ngành Tài Chính Kế Toán. Tham gia Kinh Đô từ những ngày đầu thành lập, Bà Duyên gắn bó và am hiểu sâu sắc quá trình hoạt động và phát triển của Kinh Đô và các công ty thành viên, đặc biệt là hoạt động tài chính, kế toán của Công ty.



Ông VÕ LONG NGUYÊN
Thành viên Ban Kiểm soát

Ông tốt nghiệp Cử nhân Kinh tế, ngành Quản Trị Kinh Doanh; đạt Chứng Chỉ hành nghề Quản lý Quỹ do UBCKNN cấp và là một trong những nhà môi giới đầu tiên của thị trường OTC Việt Nam. Ông có trên 10 năm kinh nghiệm trong hoạt động giao dịch chứng khoán đồng thời có mối quan hệ sâu rộng với các cá nhân, tổ chức kinh doanh. Ông có sự am hiểu sâu sắc đối với thị trường chứng khoán Việt Nam.

Hiện Ông là thành viên Ban Kiểm Soát của Công ty Cổ phần Kinh Đô kiêm Giám Đốc Đầu tư Công Ty Cổ Phần Quản lý Quỹ Đầu Tư Thành Việt.



Ông NGUYỄN KHẮC HUY

COO Tập đoàn Kinh Đô

Ông Huy gia nhập Kinh Đô từ tháng 10 năm 2009. Ông đã trải qua hơn 22 năm kinh nghiệm làm việc tại các quốc gia như Mỹ, Nhật Bản, Hồng Kông, Singapore với nhiều vị trí quan trọng như Giám đốc điều hành cho 03 công ty công nghệ cao tại Mỹ, Phó Tổng Giám Đốc Marketing công ty Logistics tại Singapore, Luật sư trưởng kiêm Giám đốc khối tư vấn cho một công ty quản lý Quỹ của Thụy Sĩ tại Singapore; Giám Đốc điều hành cho một công ty Tư vấn Chiến lược tại Việt Nam trong lĩnh vực viễn thông, thép, hóa chất, FMCG và ngân hàng. Ông từng tham gia tư vấn cho các dự án phát triển kinh tế được tài trợ bởi các tổ chức phi chính phủ như World Bank, UNCTAD, WTO, EU, ITC... đồng thời tham gia giảng dạy các chương trình MBA của Mỹ tại Việt Nam, Singapore và Malaysia. Ông tốt nghiệp tiến sĩ luật tại Chicago - Kent College of Law (1997), MBA tài chính tại Illinois Institute of Technology, BA in Economics tại California State University Long Beach.

BAN TỔNG GIÁM ĐỐC (tiếp theo)



Ông BÙI THANH TÙNG

Phó Tổng Giám Đốc Tập đoàn kiêm Tổng Giám Đốc Công ty Vinabico

Ông có trên 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực quản trị sản xuất và đặc biệt am hiểu mô hình hoạt động vận hành theo SBU.

Hiện Ông Tùng đang giữ vị trí Phó Tổng Giám Đốc Tập đoàn và Chủ Tịch Công Đoàn Công ty Cổ phần Kinh Đô. Ngoài ra, Ông còn là Tổng Giám Đốc Công ty Vinabico. Ông tốt nghiệp Khoa Quản Trị Kinh Doanh - Trường Đại Học Kinh Tế và khóa học về Đào Tạo Kỹ Năng lãnh đạo cấp cao của Trường Đại Học UCLA Los Angeles, Mỹ.



Ông LÊ ANH QUÂN

Phó Tổng Giám Đốc Marketing Tập đoàn

Ông Quân hiện đang đảm nhiệm vị trí Phó Tổng Giám Đốc Marketing Tập Đoàn Kinh Đô. Ông có hơn 18 năm kinh nghiệm quản lý và xây dựng thương hiệu trong nhiều ngành khác nhau từ truyền thông, hàng tiêu dùng đến thương mại điện tử.

Trước khi gia nhập Tập Đoàn Kinh Đô Ông từng là Giám Đốc thương mại kênh truyền hình HTV2, Giám Đốc ngành hàng tại công ty Unilever Việt Nam, Giám Đốc tiếp thị internet tại công ty Walt Disney tại Los Angeles. Ông tốt nghiệp MBA trường Đại học California tại Los Angeles (UCLA Anderson) một trong những trường hàng đầu của Mỹ.



Ông LÊ VĂN THỊNH

Phó Tổng Giám Đốc Phát Triển Kinh Doanh Tập đoàn

Trước khi gia nhập Tập Đoàn Kinh Đô, Ông giữ chức vụ Giám Đốc Thương Mại toàn quốc của Công ty PepsiCo Việt Nam. Ông có hơn 14 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực xây dựng hệ thống phân phối, phát triển kinh doanh cho ngành hàng thực phẩm và nước giải khát, tại các Tập Đoàn đa quốc gia.

Một trong những thành tựu nổi bật của Ông là xây dựng và phát triển hệ thống phân phối bền vững.

Vị trí của Ông hiện nay là Phó Tổng Giám Đốc Phát Triển Kinh Doanh Tập Đoàn Kinh Đô.



Ông LƯƠNG QUANG HIỂN

Phó Tổng Giám Đốc Tài Chính Tập Đoàn

Gia nhập Tập đoàn Kinh Đô từ năm 1999 với chức vụ Trợ lý Tổng giám đốc. Năm 2007, được bổ nhiệm vào vị trí Phó Tổng giám đốc tài chính, chịu trách nhiệm các vấn đề liên quan đến tài chính, xây dựng các mối quan hệ với nhà đầu tư, M&A, đồng thời giữ vai trò quan trọng trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh của Công ty.

Tốt nghiệp MBA tại trường Đại học Bang Washington (WSU), Mỹ. Với trên 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính, đặc biệt trong ngành thực phẩm. Trực tiếp tham gia vào giao dịch M&A của Kinh Đô trong đó điển hình là thương vụ mua lại tài sản liên quan đến kem Wall's của Unilever năm 2003, đầu tư vào Vinabico năm 2007, và việc sáp nhập NKD, KIDO vào KDC năm 2010. Ông hiện còn là thành viên Ban Đại diện Quỹ đầu tư cân bằng Prudential và thành viên Hội đồng Quản trị Công ty Savico



Ông TRẦN QUỐC NGUYÊN

Phó Tổng Giám Đốc Tập đoàn kiêm Tổng Giám Đốc Cty TNHH 1 Thành viên KI DO

Ông Nguyên có hơn 15 năm kinh nghiệm về quản lý và điều hành các công ty thành viên trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh thuộc Tập Đoàn Kinh Đô. Ông đã đảm nhiệm nhiều chức vụ như thành viên HĐQT, Tổng Giám Đốc, Phó Tổng Giám Đốc các công ty thành viên trong Tập Đoàn Kinh Đô.

Hiện nay ông đang giữ chức vụ Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn Kinh Đô và Tổng Giám Đốc Công Ty TNHH một thành viên KIDO (tiền thân là Kem Wall's thuộc Unilever mà Kinh Đô đã mua lại nhà máy năm 2003).

Trong thời gian qua, Kinh Đô đã và đang thực hiện việc đổi mới môi trường làm việc, phát huy văn hóa hiện có để thu hút và phát triển nhân tài, tạo ra những bước đột phá trong những năm tới, nhằm đem lại hiệu quả cao hơn cho tổ chức và góp phần đưa Tập đoàn Kinh Đô phát triển vững mạnh trong tương lai.

BAN TỔNG GIÁM ĐỐC (tiếp theo)



Ông TRẦN QUỐC VIỆT

Phó Tổng Giám Đốc Tập đoàn kiêm Tổng Giám Đốc CTy TNHH 1 Thành viên Kinh Đô

Ông Việt đã có trên 14 năm kinh nghiệm quản lý điều hành các công ty sản xuất ngành hàng tiêu dùng. Ông là CEO, người trực tiếp điều hành Công ty Kinh đô Miền Bắc đạt được những bước tiến vượt bậc trong 7 năm qua.

Ông hiện là Ủy viên Ban chấp hành Hiệp hội Marketing Việt Nam (VMA). Ủy Viên Ban chấp hành Hội khoa học kỹ thuật An toàn thực phẩm Việt Nam (VINAFOSA), Chuyên gia nghiên cứu, tư vấn chính sách về quản trị kinh doanh. Ông tốt nghiệp thạc sỹ quản trị kinh doanh và hiện đang hoàn thành luận án tiến sĩ kinh tế thuộc trường Đại Học Kinh Tế Quốc Dân.



Ông TRẦN TIẾN HOÀNG

Phó Tổng Giám Đốc Chuỗi Cung Ứng Tập đoàn

Ông Hoàng gia nhập tập Đoàn Kinh Đô từ năm 1997 với vai trò quản lý hệ thống các nhà phân phối khu vực Miền Trung và Miền Bắc. Hiện tại ông có hơn 12 năm kinh nghiệm trong việc quản lý và điều hành hệ thống mua hàng trong lĩnh vực hàng tiêu dùng (FMCG). Ông được bổ nhiệm vào vị trí Phó Tổng Giám Đốc năm 2011.

Hiện Ông quản lý nhóm COST TEAM của công ty, đồng thời giữ vai trò quan trọng trong việc xây dựng chiến lược Order Management của Kinh Đô và các công ty thành viên trong tập đoàn. Ông tốt nghiệp cử nhân kinh tế trường Đại Học Kinh Tế và khóa học về Đào Tạo Kỹ Năng lãnh đạo cấp cao của Trường Đại Học UCLA Los Angeles, Mỹ.



Ông GABRIEL M. TORRES

Phó TGD Tập Đoàn kiêm Phó Tổng Giám Đốc Thương Mại Tribeco

Ông đang giữ vị trí Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn Kinh Đô. Ông GABRIEL là người rất am hiểu thị trường kinh doanh và văn hóa Việt Nam, đặc biệt trong ngành hàng tiêu dùng nhanh và nước giải khát.

Ông có hơn 25 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực bán hàng, nhượng quyền kinh doanh, xây dựng hệ thống phân phối và từng giữ các chức vụ cao trong ngành hàng tiêu dùng và đồ uống tại thị trường Việt Nam. Ông là người thẳng tính, tận tụy với công việc và có tính kỷ luật cao.



Ông NGUYỄN QUỐC NAM

Phó Tổng Giám Đốc Phát Triển Nguồn Nhân Lực Tập đoàn

Ông Nguyễn Quốc Nam có 17 năm làm việc với các doanh nghiệp của Hoa Kỳ trong các lĩnh vực Nhân sự, tái cấu trúc tổ chức, pháp luật, Quan hệ công chúng, xây dựng và phát triển các dự án kinh doanh, và phát triển các dự án cộng đồng.

Ông Nam từng là Giám Đốc Nhân Sự của Cargill tại Việt Nam, thành viên HĐQT Công ty TNHH Cargill Việt Nam, Giám Đốc Nhân sự Kimberly Clark Việt Nam. Ông phụ trách và triển khai thành công một số dự án thuộc chương trình Human Capital Strategies Kimberly Clark Global cho khu vực Nam Á và chương trình FORCE - Cash Generation Initiatives trong các năm 2007-2009. Ông Nam tốt nghiệp các ngành Kinh Tế, Luật và Kinh Doanh Quốc Tế.

Hiện nay Ông là Phó Tổng Giám Đốc Phát Triển Nguồn Nhân Lực Tập Đoàn Kinh Đô.



Ông NGUYỄN XUÂN LUÂN

Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn, thành viên HĐQT Công ty Tribeco

Ông Luân phụ trách nhiều lĩnh vực như phát triển thị trường xuất khẩu, xây dựng hệ thống IT, trực tiếp điều hành dự án triển khai hệ thống phần mềm SAP - ERP cho các công ty như KDC, NKD, BKD, KIDO.

Trong lĩnh vực quản lý kinh doanh, Ông đảm nhiệm nhiều chức vụ như Chủ Tịch HĐQT, Tổng Giám Đốc, Phó Tổng Giám Đốc của các công ty thành viên trong Tập Đoàn Kinh Đô.

Hiện nay, ông đang phụ trách việc xây dựng và phát triển mảng bán lẻ cho Tập Đoàn. Ông cũng là thành viên Hội đồng Quản trị Công ty Tribeco.



Ông JIMMY FOO

Phó Tổng Giám Đốc R&D Tập đoàn

Với nhiều năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực chế biến và sản xuất thực phẩm, ông Jimmy Foo đã đảm nhận nhiều vị trí cao tại Kinh Đô Miền Bắc và chính thức giữ vị trí Phó Tổng Giám Đốc Tập Đoàn Kinh Đô từ tháng 04/2010 đến nay, Ông cũng đã từng giữ nhiều chức vụ cao tại Malaysia và Nhật Bản trước khi gia nhập Tập Đoàn Kinh Đô.

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2010

Kết quả hoạt động kinh doanh của KDC

Kết quả hoạt động sáp nhập





VỮNG VÀNG NỀN MÓNG



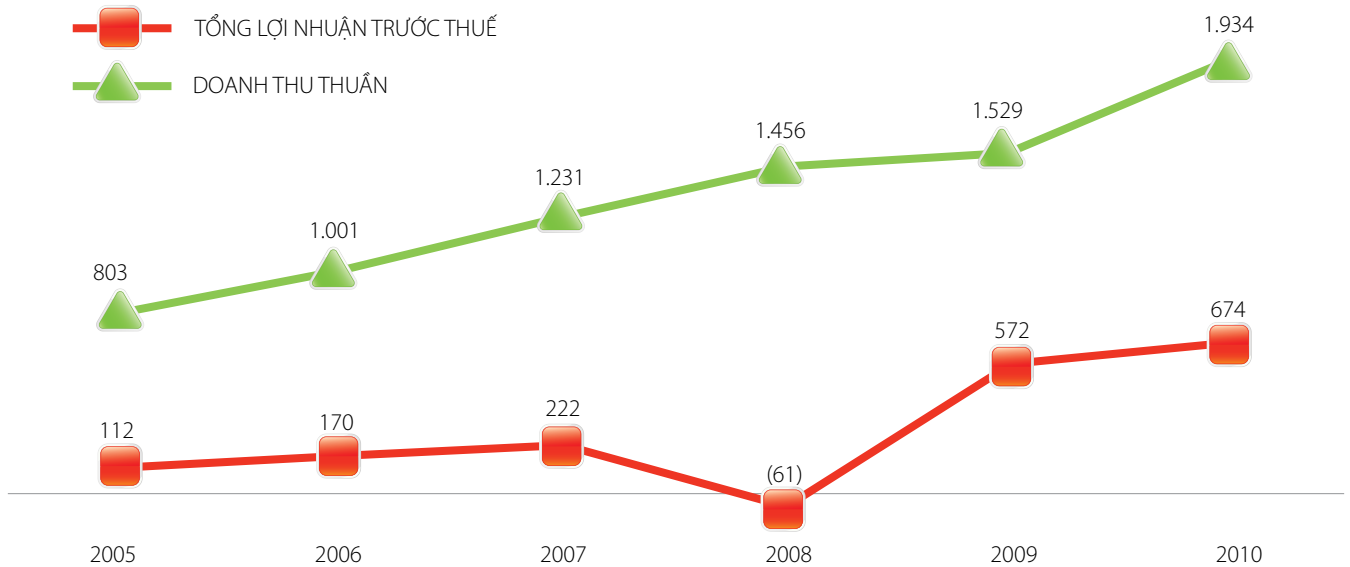
 KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA KDC
(KHÔNG BAO GỒM KIDO VÀ NKD)



Năm 2010 với nhiều biến động về kinh tế, chính trị toàn thế giới đã ảnh hưởng lớn đến các quốc gia trong đó có Việt Nam. Lạm phát trong năm 2010 là 11,75%, vượt quá chỉ tiêu của Chính phủ đề ra, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh của từng doanh nghiệp, trong đó có Công ty Kinh Đô. Trước tình hình đó, với sự nỗ lực và cẩn trọng của HĐQT, Ban điều hành và tập thể nhân viên, Công ty đã hoàn thành vượt mức chỉ tiêu tổng doanh thu đề ra trong năm 2010: Tổng doanh thu thuần là 1.934 tỷ đồng, tăng trên 26% so năm 2009. Lợi nhuận trước thuế của Công ty đạt 674 tỷ đồng, tăng 18% so với năm 2009.

HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH THỰC PHẨM THỪA HƯỞNG GIÁ TRỊ PHÁT TRIỂN VƯỢT BẬC

Năm 2010 Công ty vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng khá ấn tượng (26%), doanh thu thuần đạt 1.934 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 674 tỷ đồng.



Năm 2010, bằng nỗ lực và lợi thế của mình, Công ty vẫn duy trì được mức lợi nhuận gộp là 35,4%, đảm bảo mục tiêu tăng trưởng ổn định. Công ty đầu tư mạnh vào các hoạt động marketing, kênh phân phối, quảng bá thương hiệu,... góp phần làm gia tăng thị phần của Công ty, tuy nhiên làm cho chi phí bán hàng tăng cao hơn so với năm 2009.

Kết quả là lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm đạt 258 tỷ, tăng hơn 10% so với năm 2009.

ĐVT: Tỷ đồng

CHỈ TIÊU	2010	%/ DTT	2009	%/ DTT
Doanh thu thuần	1.934	100,0%	1.529	100,0%
Giá vốn hàng bán	1.248	64,6%	1.024	67,0%
Lợi nhuận gộp	685	35,4%	505	33,0%
Doanh thu hoạt động tài chính	107	5,5%	52	3,4%
Chi phí tài chính	45	2,3%	47	3,0%
- Trong đó: chi phí lãi vay	43	2,2%	44	2,9%
Chi phí bán hàng	348	18,0%	164	10,7%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	142	7,3%	112	7,3%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	258	13,4%	234	15,3%

801

TỶ ĐỒNG, TỔNG LỢI NHUẬN

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ TẬP TRUNG CHIẾN LƯỢC ĐẦU TƯ VỮNG CHẮC

Công ty tập trung chủ yếu cho các khoản đầu tư vào các đối tác chiến lược trong lĩnh vực thực phẩm và bất động sản, giảm tỷ trọng đầu tư vào các công ty ngoài ngành.

Kết quả là lợi nhuận từ hoạt động đầu tư trong năm 2010 là 416 tỷ, tăng 23% so với năm 2009.

ĐVT: Tỷ đồng

LỢI NHUẬN THUẦN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ	2010	2009	2008
Lợi nhuận từ hoạt động đầu tư tài chính	(53)	68	(228)
Lợi nhuận từ công ty liên kết	35	13	(1)
Lợi nhuận từ BĐS / Lợi nhuận khác	434	258	20
Tổng cộng	416	338	(209)

Kết quả là năm 2010 lợi nhuận của Công ty như sau:

ĐVT: Tỷ đồng

CHỈ TIÊU	2011F	2010	2009	2008
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	500	258	234	148
Lợi nhuận thuần từ hoạt động đầu tư	50	416	338	(209)
Tổng lợi nhuận thuần trước thuế	550	674	572	(61)

Sau khi sáp nhập, tổng doanh thu và lợi nhuận của Kinh Đô sẽ tăng đột phá. Đặc biệt, năm 2011 Kinh Đô tập trung vào lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và lĩnh vực này sẽ mang lại lợi nhuận chính cho Kinh Đô.



HOẠT ĐỘNG MARKETING

LIÊN TỤC SÁNG TẠO, TIÊN PHONG ĐỂ DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG

Trung thành với chiến lược đầu tư chọn lọc, tập trung vào những ngành trọng điểm nhằm khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh và bảo đảm sự phát triển căn cơ bền vững, trong năm 2010 Kinh Đô tiếp tục đẩy mạnh xây dựng hạ tầng cơ sở tạo nền móng cho tương lai. Các dự án mang tính chiến lược nằm trong kế hoạch Marketing đã được triển khai và từng bước mang lại kết quả kinh doanh khả quan cho công ty trong năm 2010. Hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm mới được chú trọng đặc biệt, đảm bảo nguồn sản phẩm mới của công ty trong nhiều năm tới. Trong ngành bánh mì, các kỹ thuật viên bộ phận R&D đã nghiên cứu thành công công thức bánh mì siêu mềm nhân kem tươi, được tung vào tháng 06/2010 và sau vài tháng tăng trưởng vượt bậc đã chiếm đến 1/3 doanh số ngành với 15% thị phần.

Bánh trung thu Kinh Đô liên tục đứng đầu thị trường, vẫn được công ty đầu tư cải tiến hàng năm cả về chất lượng và mẫu mã bao bì. Mùa trung thu năm nay, Kinh Đô giới thiệu công thức bánh với độ ngọt giảm đến 30%, đặc biệt bánh trung thu chay cao cấp. Trong ngành Cookies, bánh Korento được sản xuất bằng công nghệ mới, trên những dây chuyền sản xuất hiện đại nhất thế giới, được giới thiệu vào dịp Tết Nguyên Đán... Ngoài việc đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng, Kinh Đô còn chuyển dịch cơ cấu sản phẩm sang các phân khúc có mức lợi nhuận cao hơn.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU MẠNH VỮNG VÀNG CÙNG NĂM THẮNG

Hướng tới tương lai, Kinh Đô đã đầu tư đáng kể vào hoạt động xây dựng thương hiệu và đã đạt được nhiều thành quả đáng ghi nhận trong 2010. Thương hiệu Kinh Đô xếp hạng 4 trong Top 10 Thương hiệu nổi tiếng tại Việt Nam (theo khảo sát của Công ty Nghiên cứu thị trường ACNielsen năm 2009), Kinh Đô tiếp tục chinh phục người tiêu dùng, trở thành biểu tượng quà biếu thể hiện tình thân trong mùa Trung Thu và Tết Nguyên Đán. Chiến dịch Tết với kế hoạch truyền thông 360 độ trên nhiều phương tiện truyền thông: TV, báo, đài... cùng với chương trình Activation Vườn Nhân Ái tại đường hoa Nguyễn Huệ đã khá thành công và nhận được nhiều lời khen ngợi. Thông điệp "Thấy Kinh Đô là thấy Tết" không những vươn xa đến nhiều tầng lớp công chúng, mà còn được mọi người ghi nhớ và cảm nhận một cách tích cực. Các nhãn hàng chủ lực khác của Kinh Đô như AFC (bánh Cracker), COSY (bánh quy ngọt), GOOD CHOICE (bánh quế) và ALOHA (bánh mì tươi đóng gói) đều đạt vị trí dẫn đầu trong ngành hàng tương ứng, với thị phần lần lượt là 25%, 22%, 33%, và 55%, theo báo cáo hàng tháng về các mặt hàng tiêu dùng của Việt Nam của ACNielsen (Retail Audit). Đáng chú ý là kết quả nghiên cứu thị trường từ Cty BMI (tháng 10/2010) cho thấy bánh trung thu Kinh Đô luôn "thống trị" thị trường với thị phần lên đến gần 80%.

Xếp hạng các thương hiệu hàng đầu VIỆT NAM (nguồn ACNielsen)

HẠNG	THƯƠNG HIỆU	QUỐC GIA	NGÀNH HÀNG	CHỈ SỐ NỔI TIẾNG
1		Japan	PHƯƠNG TIỆN GIAO THÔNG VẬN TẢI	72,6
2		Netherlands	HÓA PHẨM - HÓA MỸ PHẨM	66,6
3		Finland	VIỄN THÔNG	65,1
4		Viet Nam	THỰC PHẨM	60,3
5		Japan	ĐIỆN - ĐIỆN TỬ - ĐIỆN GIA DỤNG	58,2
6		Germany	THƯƠNG MẠI TỔNG HỢP	57,8

80%

THỊ PHẦN BÁNH TRUNG THU

CHUẨN HÓA HỆ THỐNG VÀ QUY TRÌNH

Trong năm 2010, các chương trình khuyến mãi, các quảng cáo và hoạt động xây dựng thương hiệu của Kinh Đô tập trung, hiệu quả hơn nhờ đưa vào sử dụng hệ thống Business Intelligence (hệ thống thu thập thông tin bán hàng từ hàng trăm nhà phân phối và phân tích dự báo kết quả kinh doanh). Ngoài ra, Công ty còn mạnh dạn đầu tư mua các thông tin thị trường của các công ty hàng đầu của thế giới. Có trong tay những thông tin khách quan, kịp thời, các nhà quản lý công ty Kinh Đô đã có thể đánh giá chính xác hiệu quả và ROI của các chương trình, cũng như có cái nhìn tổng quan về thị trường, đối thủ, người tiêu dùng, giúp phân tích đưa ra quyết định kinh doanh nhanh chóng và chính xác. Cũng trong năm 2010, Kinh Đô đã thực hiện chiến lược phát triển nhanh qua M&A, từng bước chuẩn hóa các quy trình hoạt động của bộ phận Marketing và các quy trình liên phòng ban, nhằm tạo tính đồng bộ và có thể nhân bản. Các quy trình chính đã thực hiện trong năm 2010 gồm: quy trình hoạch định kế hoạch năm theo SBU, quy trình S&OP (dự báo và cân đối cung cầu hàng tháng), quy trình NPD (phát triển và tung sản phẩm mới)... đang được phát huy hiệu quả, tạo ra sự phối hợp nhuần nhuyễn hơn giữa các phòng ban. Để vận hành quy trình này chính là việc thành lập nhóm theo mục đích (teams by objectives) với phân công vai trò và trách nhiệm cụ thể, rõ ràng, công khai, trở thành một trong những điều kiện tiên quyết, giúp cải thiện môi trường và quan hệ công việc.

THAY ĐỔI CƠ CẤU TỔ CHỨC, TĂNG CƯỜNG NGUỒN NHÂN LỰC, XÂY DỰNG VĂN HÓA LÀM VIỆC CHUYÊN NGHIỆP

Năm 2010 là năm đánh dấu sự thay đổi căn bản về tổ chức và nhân sự của công ty Kinh Đô nói chung và bộ phận Marketing nói riêng. Để vận hành những quy trình mới, Kinh Đô đã mời về những nhân tài từ các công ty đa quốc gia, tập đoàn lớn trong và ngoài nước như Unilever, Wrigley, Dumex, Vinamilk, VBL (Vietnam Brewery Limited), ACNielsen v.v... đến hợp tác, nắm giữ các vị trí quản lý cấp cao và cấp trung tại công ty; Cùng phối kết hợp với các thành viên kỳ cựu của công ty, chung sức xây dựng một Kinh Đô mang diện mạo mới, tầm cao mới. Trong năm qua, các giám đốc, phó giám đốc mới của bộ phận Marketing với phong cách làm việc chuyên nghiệp, năng động, sáng tạo đã thổi luồng sinh khí mới vào công việc Marketing, đem lại kết quả cao hơn cho tổ chức.





☐ HỆ THỐNG PHÂN PHỐI BÁN HÀNG

HÀNG ĐẦU TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM VỀ Ngành hàng thực phẩm Ngành hàng kem & các sản phẩm từ sữa Ngành hàng nước giải khát

Năm 2010 đánh dấu một năm bản lề với việc tái cơ cấu, tổ chức nhằm xây dựng hệ thống phân phối mạnh, hiệu quả cao, chuyên nghiệp nhằm thực hiện các chiến lược tăng trưởng mạnh, vươn đến tầm cao mới. Đến thời điểm này, hệ thống phân phối Kinh Đô đã mang đến niềm tin lớn bằng việc tạo được bước chuyển mình rõ rệt với hơn 200 nhà phân phối mạnh, chuỗi 30 cửa hàng Kinh Đô Bakery, gần 120.000 điểm bán, 30.000 điểm bán kem và sản phẩm từ sữa,... trên toàn lãnh thổ Việt Nam với sự phục vụ của hơn 1.300 nhân viên tính đến cuối năm 2010. Kinh Đô được đánh giá là một trong những công ty có hệ thống phân phối mạnh nhất tại thị trường Việt Nam.



NĂNG LỰC PHÂN PHỐI HÀNG ĐẦU VIỆT NAM NĂM 2011

120.000

điểm bán lẻ

1.800

nhân sự bán hàng trên toàn quốc

30.000

điểm bán kem và sản phẩm từ sữa

100.000

điểm bán giải khát



KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SÁP NHẬP

TIẾN ĐỘ HOẠT ĐỘNG SÁP NHẬP

KINH ĐÔ

- Hợp nhất các quy trình vận hành chính
- Hợp nhất bộ máy tổ chức
- Hợp nhất các chính sách quy chế
- Hợp nhất hệ thống kiểm soát nội bộ.

THỦ TỤC PHÁP LÝ

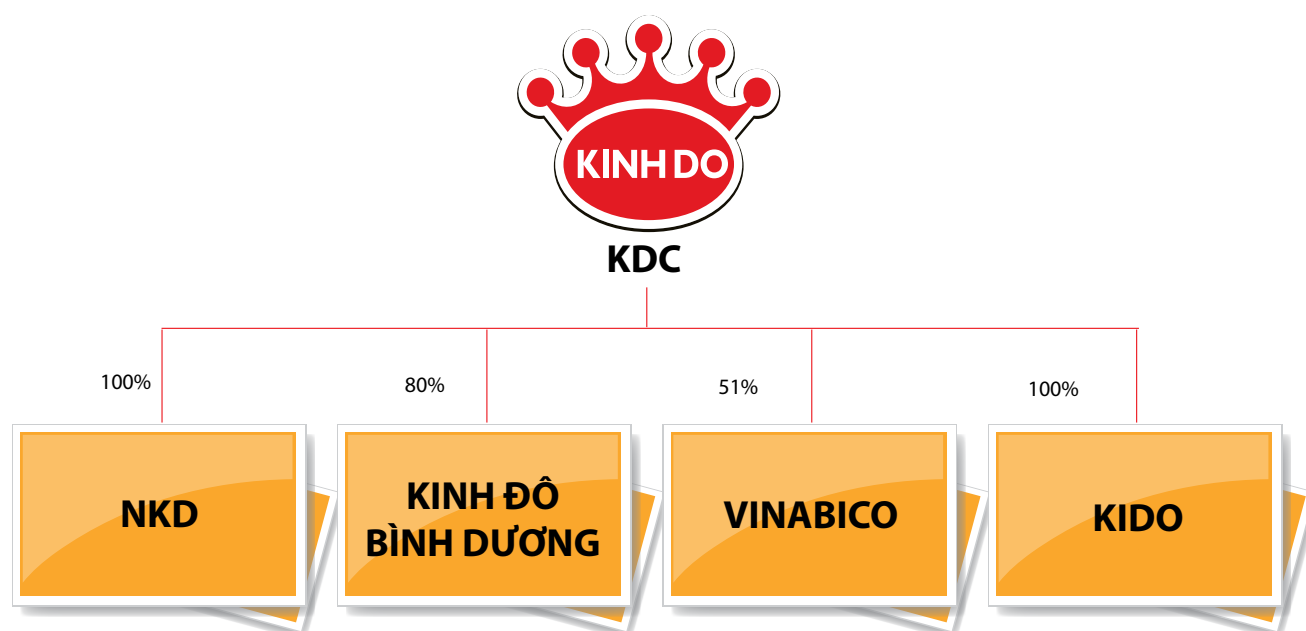
- Ngày 02/12/2010, Công ty nhận được giấy phép của Ủy ban chứng khoán nhà nước cho phép phát hành 18.244.743 cổ phiếu để thực hiện hoán đổi.
- Ngày 15/12/2010, cổ phiếu NKD được chính thức hủy niêm yết trên sàn HOSE.
- Ngày 02/03/2011, 18.241.293 cổ phiếu phát hành thêm được chính thức giao dịch trên HOSE.

CỔ ĐÔNG

- Ngày 08/05/2010 Đại hội đồng cổ đông Công ty thông qua phương án sáp nhập NKD và KIDO vào KDC theo phương thức hoán đổi cổ phiếu tỉ lệ 1,1: 1.



■ CƠ CẤU SỞ HỮU SAU KHI SÁP NHẬP **TẬP ĐOÀN THỰC PHẨM VỮNG MẠNH**



Theo định hướng chiến lược dài hạn, Kinh Đô sẽ trở thành Tập đoàn thực phẩm hàng đầu không chỉ ở Việt Nam mà còn trong khu vực. Việc hoàn tất sáp nhập NKD và KIDO vào Công ty sẽ là tiền đề cho định hướng mở rộng hoạt động của Công ty vào các lĩnh vực khác trong ngành theo mô hình Tập đoàn, dẫn đầu trong ngành bánh kẹo, mở rộng sang lĩnh vực sản xuất, kinh doanh kem và các sản phẩm từ sữa như Yoghurt, Cheese, Butter...

Các công ty con sau khi sáp nhập sẽ phối hợp hoạt động với Công ty trên nhiều phương diện như vốn, kỹ thuật, nhân sự, quản lý,... để nâng cao tốc độ tăng trưởng và hiệu quả kinh doanh. Việc kinh doanh, phân phối và tiếp thị các sản phẩm của Công ty được quản lý tập trung, xuyên suốt từ Nam ra Bắc góp phần nâng cao hiệu quả của Tập đoàn.

DANH MỤC SẢN PHẨM KINH ĐÔ SAU SÁP NHẬP

SẢN PHẨM PHONG PHÚ, ĐÁP ỨNG NHU CẦU ĐA DẠNG CHO THỊ TRƯỜNG

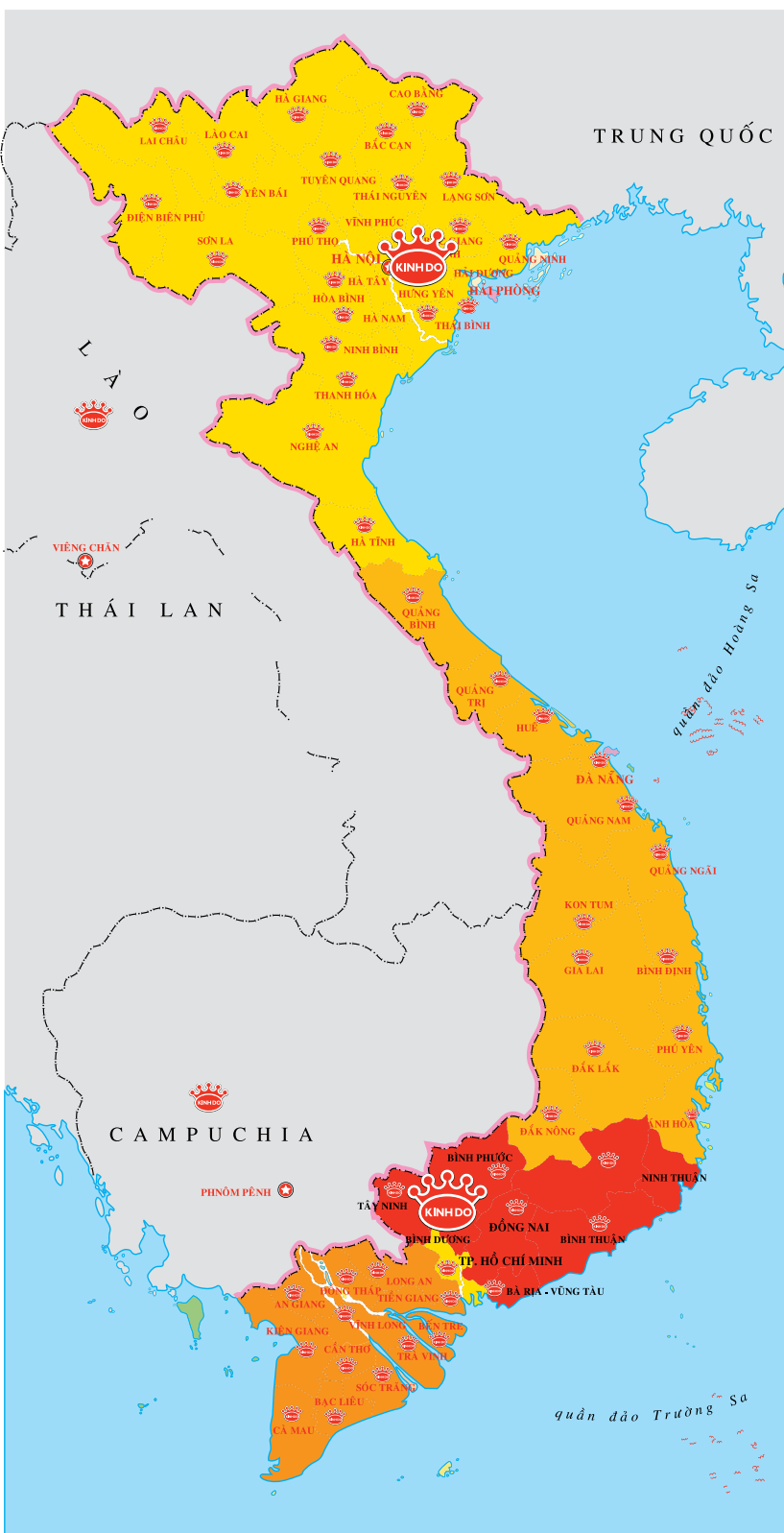
Sau khi sáp nhập, bên cạnh các dòng sản phẩm bánh kẹo với những nhãn hiệu hàng đầu như AFC, Cosy, Solite, Aloha, Sophie, Korento, Good Choice, Slide, bánh trung thu Kinh Đô..., Công ty chính thức bước sang lĩnh vực kem và các sản phẩm từ sữa với các nhãn hiệu như Merino, Celano, Yoghurt Wel-Yo đã được người tiêu dùng đón nhận và tin tưởng.

Danh mục sản phẩm phong phú khẳng định ưu thế của Công ty trong việc kiểm soát và khai thác thế mạnh trong phân phối, đặc biệt đối với Kênh siêu thị và chuỗi các cửa hàng bán lẻ.



NĂNG LỰC PHÂN PHỐI

ƯU THẾ VỀ TÍNH TRẢI RỘNG VÀ ĐA DẠNG



Kênh phân phối của Công ty chính thức phủ rộng toàn quốc, với trên 200 nhà phân phối và 120.000 điểm bán lẻ cho ngành hàng thực phẩm và 65 nhà phân phối cùng trên 30.000 điểm bán lẻ của kênh hàng lạnh. Bên cạnh đó, Công ty còn sở hữu kênh bán lẻ gồm chuỗi các cửa hàng Kinh Đô Bakery tại Hà Nội. Với thế mạnh về kênh phân phối trải rộng và đa dạng, Công ty khẳng định khả năng vượt trội trong việc phân phối sản phẩm một cách nhanh chóng, theo cả chiều rộng lẫn chiều sâu.

KÊNH HÀNG SẢN PHẨM THỰC PHẨM

Số lượng Nhà phân phối	212
Số điểm bán lẻ	120.000

KÊNH KEM VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ SỮA

Số lượng Nhà phân phối	65
Số điểm bán	30.000

CHUỖI CÁC CỬA HÀNG BÁN LẺ THỰC PHẨM

Chuỗi cửa hàng Kinh Đô Bakery	30
-------------------------------	----

KÊNH NƯỚC GIẢI KHÁT

Số điểm bán	100.000
-------------	---------



Nhà máy Kinh Đô tại Hưng Yên
 Nhà máy Kinh Đô tại Bình Dương
 Nhà máy kem KI DO tại TP. Hồ Chí Minh
 Nhà máy Vinabico tại TP. Hồ Chí Minh



Hệ thống phân phối của Kinh Đô

DOANH THU VÀ LỢI NHUẬN SAU SÁP NHẬP

NHỮNG CON SỐ ẤN TƯỢNG CỦA KDC SAU KHI SÁP NHẬP

Doanh thu thuần năm 2010 của KDC đạt 1.934 tỷ đồng, tăng trên 26% so với năm 2009, NKD năm 2010 đạt 1.021 tỷ đồng, tăng trên 33% so với năm 2009, KIDO đạt 463 tỷ đồng, tăng trên 60% so với năm 2009. Lợi nhuận trước thuế năm 2010 của KDC đạt 674 tỷ, tăng khoảng 18% so với năm 2009, NKD đạt 100 tỷ đồng, tương đương năm 2009 và KI DO đạt 74 tỷ, tăng 45% so với năm 2009.

Sau khi điều chỉnh các giao dịch nội bộ thì tổng doanh thu của tập đoàn là 3.317 tỷ đồng và lợi nhuận trước thuế là 801 tỷ đồng. Tuy nhiên do việc sáp nhập được thực hiện vào cuối tháng 12/2010 nên theo chuẩn mực kế toán về hợp nhất kinh doanh thì doanh thu và lợi nhuận không được hợp nhất vào Báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty.

ĐVT: Tỷ đồng

CHỈ TIÊU	HỢP NHẤT*	NKD	KIDO	KDC
Doanh thu thuần	3.317	1.021	463	1.934
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	420	104	70	258
Lợi nhuận thuần từ hoạt động đầu tư	381	(4)	4	416
Tổng lợi nhuận thuần trước thuế	801	100	74	674

() Số liệu hợp nhất được Công ty tính cho mục đích so sánh dựa trên Báo cáo tài chính năm 2010 đã được kiểm toán của 3 công ty sau khi điều chỉnh các giao dịch nội bộ.*

3.317

TỶ ĐỒNG, TỔNG DOANH THU

BIỂU ĐỒ TĂNG TRƯỞNG DOANH THU THUẦN

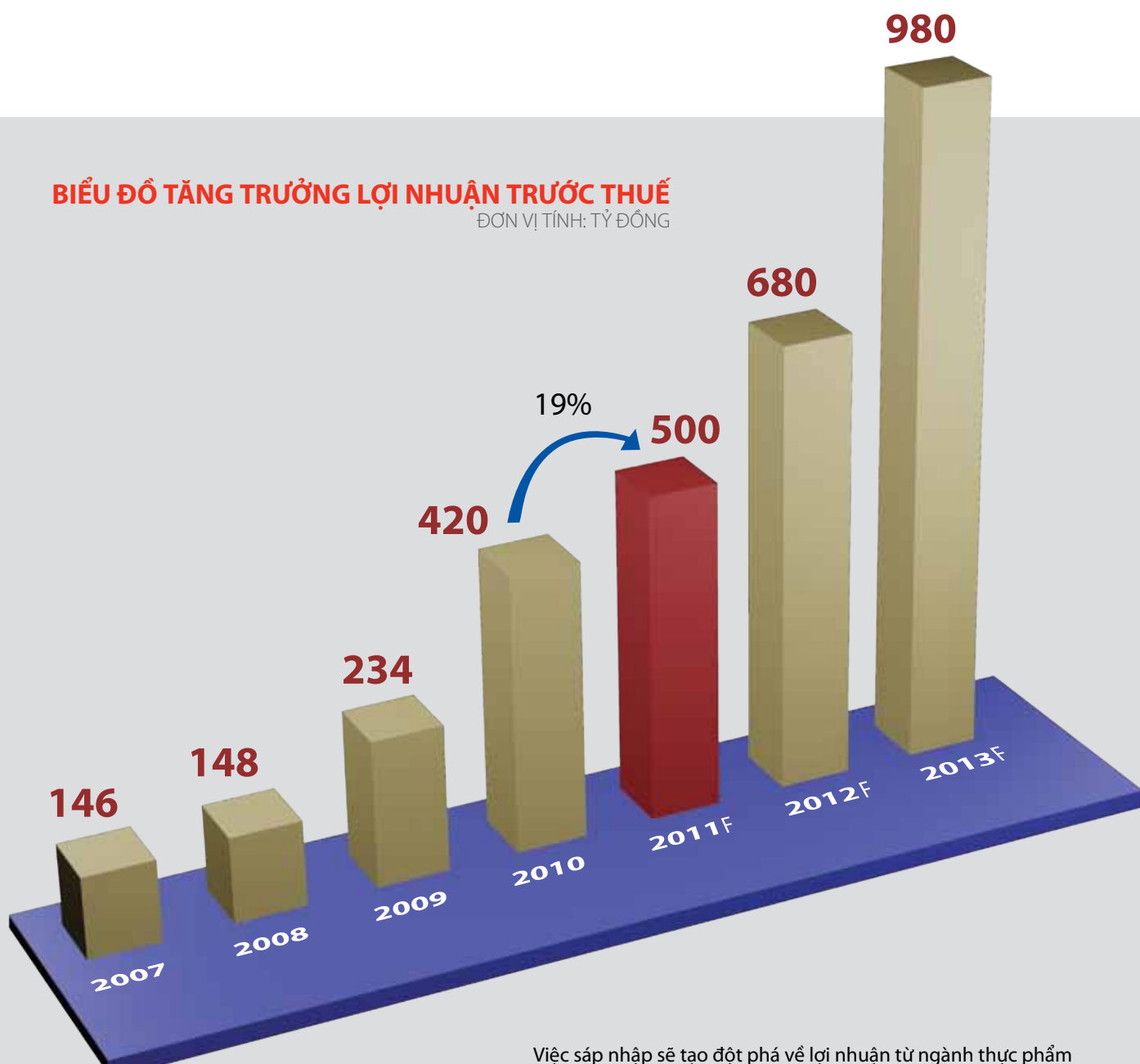
ĐƠN VỊ TÍNH: TỶ ĐỒNG



Sau khi hợp nhất doanh thu thuần từ hoạt động kinh doanh thực phẩm đạt 4.200 tỷ cho năm 2011. Việc sáp nhập sẽ tạo đòn bẩy để có sự đột phá về doanh thu từ ngành thực phẩm.

BIỂU ĐỒ TĂNG TRƯỞNG LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

ĐƠN VỊ TÍNH: TỶ ĐỒNG



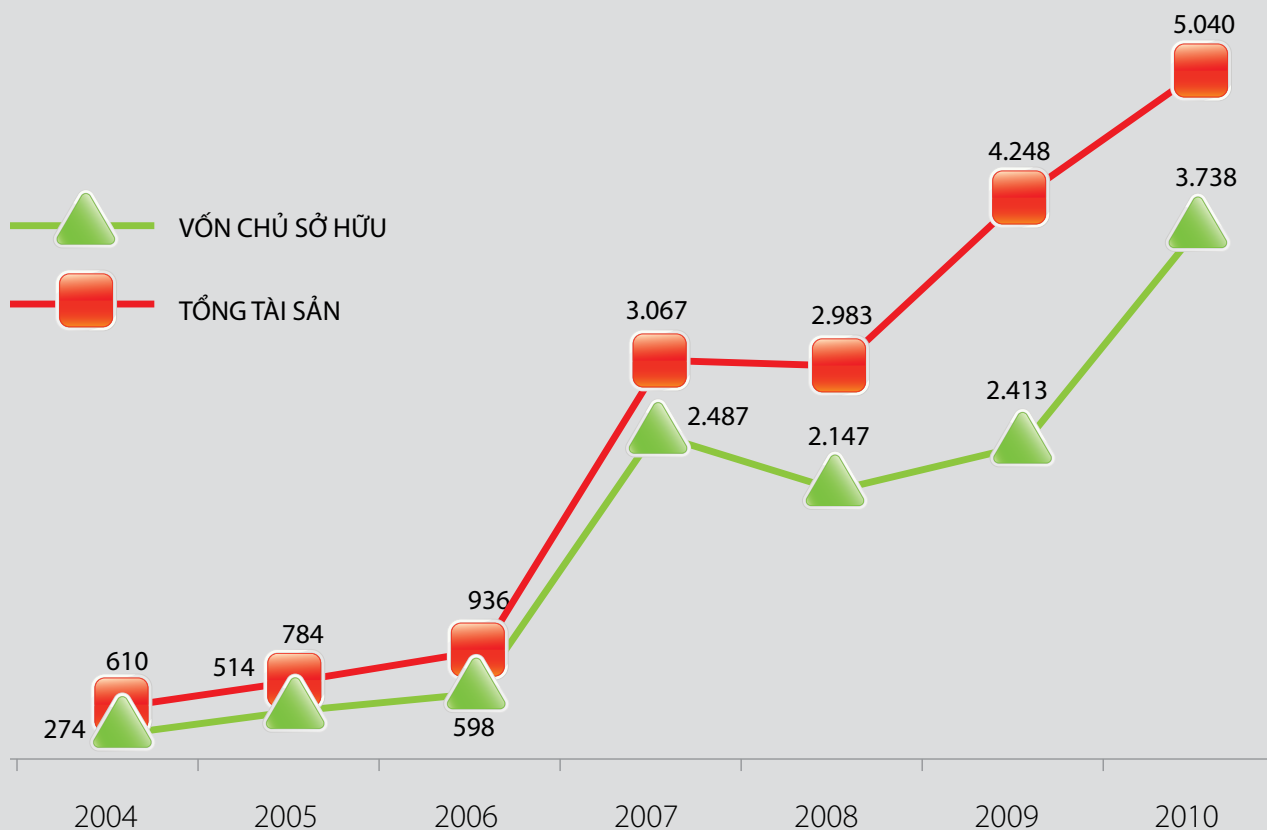
Việc sáp nhập sẽ tạo đột phá về lợi nhuận từ ngành thực phẩm

3.738

TỶ ĐỒNG, VỐN CHỦ SỞ HỮU

VỐN CHỦ SỞ HỮU VÀ TỔNG TÀI SẢN

ĐƠN VỊ TÍNH: TỶ ĐỒNG

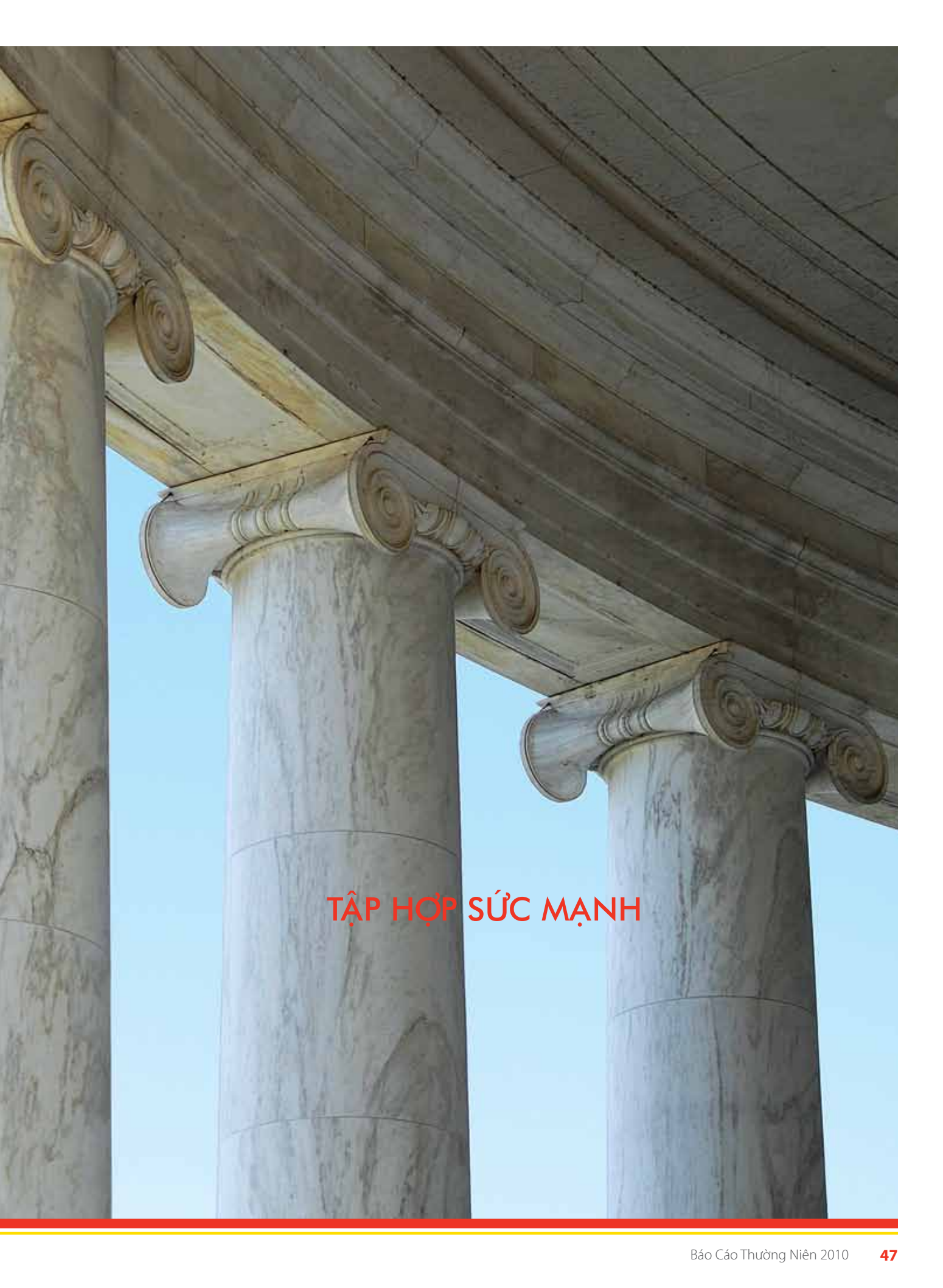


Từ năm 2004 đến cuối năm 2010, tốc độ tăng trưởng bình quân (CAGR) của tài sản và vốn chủ sở hữu Công ty lần lượt là 45%/năm và 49% năm. Tỷ lệ nợ/vốn chủ sở hữu của Công ty là 1:2, rất tốt so với chỉ số trung bình của các doanh nghiệp khác tại Việt Nam.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NĂM 2011

Định hướng hoạt động năm 2011
Chiến lược năm 2011

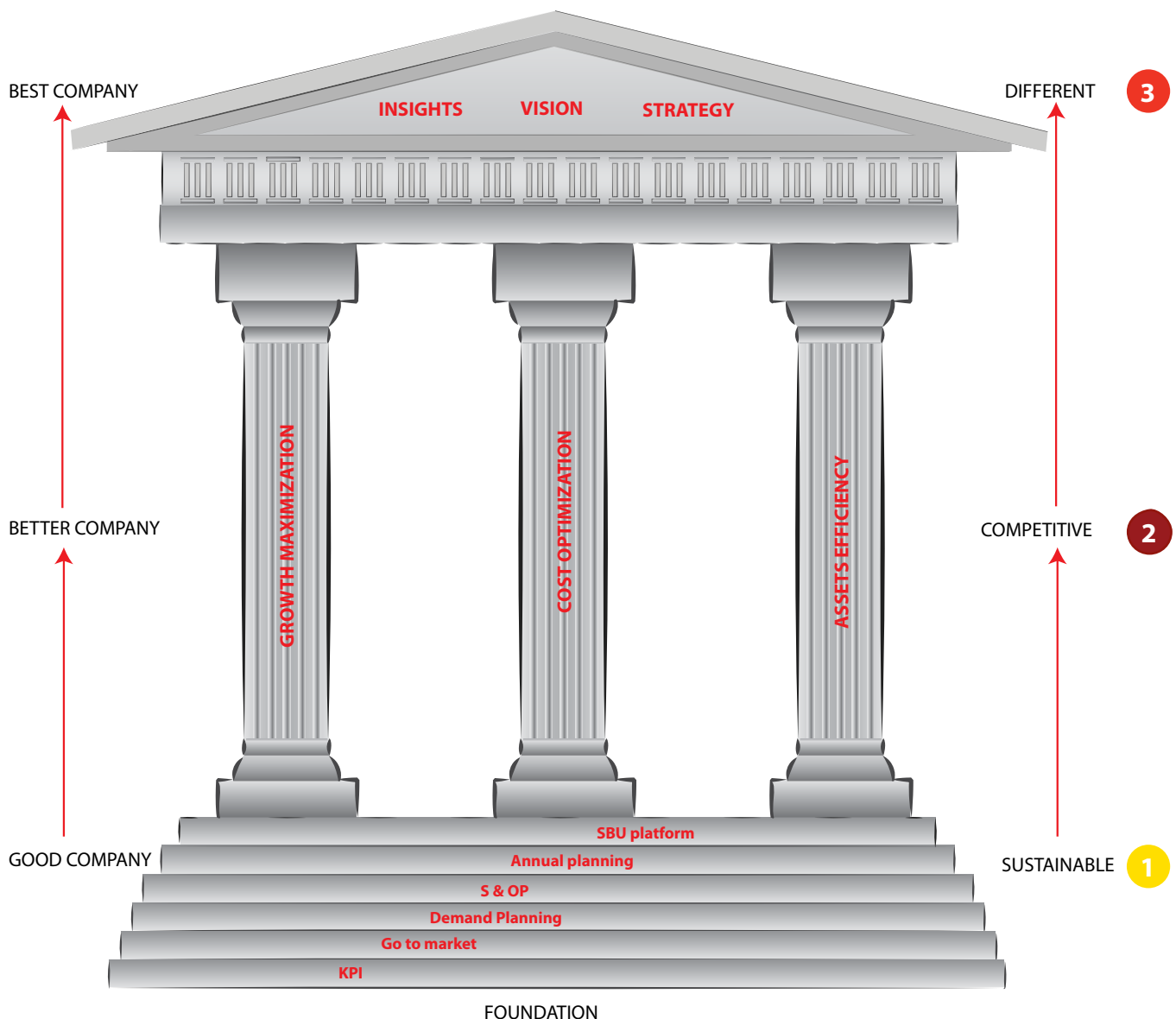




TẬP HỢP SỨC MẠNH

ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG NĂM 2011

Công ty Kinh Đô chính thức kích hoạt hoạt động kinh doanh theo thể chế hóa tổ chức vận hành (institutionalization) để tối ưu hóa, đồng bộ hóa và minh bạch hóa các hoạt động kinh doanh, đầu tư sao cho cả tổ chức đạt được chiến lược tăng trưởng (growth) một cách nhanh nhất (fast), bền vững nhất (sustainable) và hiệu quả nhất (efficient).



Xây dựng Ngôi nhà Kinh Đô chính là tạo dựng một Best Company có khả năng tạo nên sự khác biệt không dễ lặp lại

8.000

SỐ LƯỢNG CB-CNV TOÀN TẬP ĐOÀN

3

Nhìn về lâu dài, Kinh Đô có đội ngũ quản trị cấp cao và cấp trung được tập hợp từ nội tại và bên ngoài đã và sẽ tiếp tục tạo nên một sức mạnh ưu việt với khả năng hiểu thấu đáo về thị trường và người tiêu dùng (insights) cũng như có kinh nghiệm trong những thao tác ngoài thị trường (Execution). Tất cả những kinh nghiệm này kết hợp với các hệ thống thông tin thị trường được tập hợp để hiện thực hóa được chiến lược. Kết quả chính là tạo dựng được một **Best Company** có **khả năng tạo nên sự khác biệt** không dễ lặp lại.

2

Trong năm 2011, với tư thế đã sẵn sàng, Công ty sẽ triển khai tiếp phần mềm cho Demand Planning và S&OP. Quan trọng hơn, công ty đã thiết kế xong và sẽ triển khai hệ thống quản chế (corporate governance), nâng cấp hệ thống kiểm soát nội bộ (internal control) cho toàn bộ tổ chức với mục đích bảo vệ quyền lợi cổ đông thông qua các quy trình, quy chế, hệ thống kiểm soát hoạt động và thông tin, chế độ phân quyền và trách nhiệm để từ đó mọi người tuân thủ thực hiện công việc theo đúng cách phải làm, đồng thời triển khai một số dự án trọng điểm để tạo tăng trưởng nhanh và khác biệt không chỉ cho năm 2011 và những năm sau đó. Đây chính là điểm nhấn của năm 2011.

Với nền móng đã có, Kinh Đô sẽ tiếp tục: (i) mở rộng thêm độ phủ, (ii) cơ cấu lại danh mục sản phẩm, (iii) thiết kế lại và triển khai hệ thống phân phối mới, (iv) hợp lý hóa quy trình kiểm soát chất lượng trong suốt chuỗi giá trị, (v) xây dựng các KPIs để đo lường và giám sát kết quả kinh doanh và hiệu quả khai thác tài sản ở từng thời điểm khác nhau trong năm. Các hoạt động trong năm 2011 sẽ hết sức quan trọng trong công cuộc **tạo nên năng lực cạnh tranh lâu dài** cho Kinh Đô để trở thành một **Better Company**.

1

Năm 2010, Công ty đã thiết kế lộ trình xây dựng **ngôi nhà Kinh Đô** (nền móng, trụ cột và mái nhà vững chắc) – đồng thời đã đưa vào vận hành quy chế và quy trình Annual Planning, Demand Planning, S&OP và Go to market theo mô hình SBU. Công ty cũng đã triển khai hệ thống Business Intelligence của phần mềm quản trị SAP để giúp cho cấp quản trị có thông tin nhanh và chính xác để ra quyết định đúng đắn. Ngoài ra, công ty cũng đã triển khai thành công hệ thống KPI và HR để đo lường hiệu quả của các hoạt động kinh doanh. Các hoạt động này đã tạo nền tảng quan trọng để công ty dễ dàng hơn trong việc triển khai tiếp một số hoạt động trong năm 2011 trong công cuộc thể chế hóa toàn tổ chức. Quan trọng nhất là việc công ty đã thu hút được một số nhân sự cấp cao và cấp trung cùng với nhân sự đang có để tạo ra những đột phá mới trong những năm tới. Các hoạt động trên tạo nền tảng để Kinh Đô trở thành một **Good Company** với khả năng **phát triển vững bền**.



CHIẾN LƯỢC NĂM 2011

📐 NỀN TẢNG HÔM NAY, VỮNG BƯỚC MAI SAU

Năm 2011, tiếp tục thực hiện các định hướng đã vạch ra, đồng thời kiên trì mục tiêu tăng trưởng một cách ổn định, Kinh Đô chủ động nắm bắt cơ hội trong giai đoạn phục hồi của nền kinh tế, tạo nền móng vững chắc cho tương lai và khẳng định vị trí là Công ty thực phẩm hàng đầu. Hội đồng quản trị và Ban điều hành thống nhất tập trung xây dựng chiến lược và các hoạt động vào lĩnh vực sản xuất kinh doanh Thực Phẩm. Năm 2011 sẽ tiếp tục là năm tăng trưởng cao của Kinh Đô mặc dù nền kinh tế được dự báo vẫn còn nhiều biến động. Trên cơ sở đó, Kinh Đô hoạch định chỉ tiêu kế hoạch doanh thu và lợi nhuận trong năm 2011 như sau:

ĐVT: Tỷ đồng

	2011	2010*
Doanh thu thuần hoạt động SXKD thực phẩm	4.200	3.317
Lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm	500	420
Lợi nhuận từ hoạt động đầu tư	50	381
Cổ tức bằng tiền mặt (% trên mệnh giá)	24%	24%

(*) Số liệu hợp nhất được Công ty tính cho mục đích so sánh dựa trên Báo cáo tài chính năm 2010 đã được kiểm toán của 3 công ty KDC, NKD & KIDO sau khi điều chỉnh các giao dịch nội bộ



KEM VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ SỮA

TĂNG TRƯỞNG THỊ PHẦN, ĐÁP ỨNG TỐI ĐA NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

- Tiếp tục mở rộng phạm vi ngành nghề, trong đó Kem và các sản phẩm từ Sữa vẫn là các ngành hàng chủ đạo của KIDO trong 3 năm tới.
- Đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng mọi lứa tuổi, mọi nhu cầu theo xu hướng tiêu dùng.
- Khai thác tối đa thị trường nội địa và mở rộng sang các khu vực lân cận.
- Đa dạng hóa sản phẩm từ sữa phù hợp với khẩu vị người Việt Nam.
- Đa dạng hóa các sản phẩm nhập khẩu, tối ưu hóa hiệu quả các phương tiện vận chuyển, phân phối và bán hàng.
- Đầu tư máy móc thiết bị, xây dựng và mở rộng nhà xưởng, tăng công suất hiện tại để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng của thị trường.
- Tăng cường đồng bộ các nguồn lực nội bộ và bên ngoài, đồng thời hợp tác tốt với các nhà cung cấp chiến lược.
- Duy trì và không ngừng nâng cao hiệu quả của hệ thống Quản Lý Chất Lượng với cam kết "luôn mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm dinh dưỡng, chất lượng, an toàn".





NGÀNH HÀNG BÁNH TRUNG THU VỮNG VÀNG VỊ TRÍ DẪN ĐẦU

- Duy trì vị thế dẫn đầu thị trường Tết Trung Thu, luôn tạo khoảng cách so với đối thủ: sản phẩm, kênh, hoạt động marketing.
- Tiếp tục dẫn đầu về chất lượng sản phẩm, dịch vụ hậu mãi, giá thành nhằm tạo năng lực cạnh tranh.





NGÀNH HÀNG CRACKERS

GIA TĂNG KHOẢNG CÁCH DẪN ĐẦU THỊ PHẦN

- Tiếp tục các hoạt động nhằm gia tăng khoảng cách, duy trì vị thế dẫn đầu thị trường.
- Tối ưu hóa chi phí, tăng cường tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.
- Mở rộng thị trường xuất khẩu.
- Đầu tư thêm dây chuyền sản xuất sản phẩm mới, cao cấp, nhằm đảm bảo lượng hàng cung cấp ra thị trường, mở rộng thị phần, và đa dạng sản phẩm.



NGÀNH HÀNG COOKIES

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM

- Tiếp tục đầu tư, cải tiến chất lượng sản phẩm nhằm gia tăng thị phần.
- Tạo bước đột phá bằng cải tiến chất lượng toàn diện.
- Phát triển sản phẩm theo hai hướng: bánh cookies truyền thống và Cookies Đan Mạch.
- Khai thác thị trường quà biếu Tết.
- Mở rộng thị trường xuất khẩu.



NGÀNH HÀNG WAFERS

ĐA DẠNG HÓA SẢN PHẨM, PHỤC VỤ NHU CẦU ĐA PHÂN KHÚC

- Tiếp tục đầu tư máy móc thiết bị đưa ra sản phẩm mới, cao cấp, mang tính đột phá, đón đầu nhu cầu đa dạng và ngày một tăng cao của thị trường.
- Tiếp tục thâm nhập mạnh thị trường bằng dòng sản phẩm phổ thông nhằm để tạo rào cản.
- Phát triển nhanh hệ sản phẩm phục vụ cho phân khúc trung và cao cấp để đa dạng ngành.
- Mở rộng ngành hàng bằng dòng sản phẩm bánh xốp.
- Gia tăng thị phần trong nước cũng như gia tăng nhanh thị phần khối Asean thông qua sản phẩm mới.

120.000

ĐIỂM BÁN LẺ

NGÀNH HÀNG BÁNH BÔNG LAN ĐẦU TƯ KHAI THÁC PHÂN KHÚC CAO CẤP

- Tung dòng Sophie cao cấp phục vụ phân khúc cao cấp.
- Tái tung dòng sản phẩm Solite hộp 1 nhân & 2 nhân với chất lượng cải tiến, bao bì mẫu mã đẹp để gia tăng sức cạnh tranh.
- Tung Solite Gold Premium nhằm vào phân khúc cao cấp với chất lượng vượt trội, đáp ứng nhu cầu thưởng thức & làm quà biếu sang trọng.
- Đầu tư dây chuyền máy móc thiết bị sản xuất dòng bánh bông lan cao cấp đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.
- Tiến hành thâm nhập vào kênh trường học, khu công nghiệp.
- Tung sản phẩm IDO cho nội địa và bước đầu thâm nhập thị trường tiềm năng

NGÀNH HÀNG BÁNH MÌ TẬP TRUNG SẢN PHẨM CAO CẤP VÀ PHÁT TRIỂN THEO CHIỀU SÂU

- Tập trung sản phẩm cao cấp như bánh mì siêu mềm cao cấp, phát triển theo chiều sâu cho ngành hàng này.
- Tiếp tục mở rộng độ phủ của ngành hàng bánh tươi, tập trung vào khu vực thành phố chính với các dòng sản phẩm chủ lực.
- Tiếp tục cải tiến hệ thống logistic nhằm mở rộng và gia tăng thâm nhập thị trường khu vực các tỉnh miền Tây, miền Trung.
- Tổ chức nguồn lực bán hàng chuyên biệt cho ngành bánh mì và bông lan.
- Thâm nhập và phát triển kênh mới HORECA.
- Đầu tư dây chuyền máy móc thiết bị tự động nhằm đưa ra sản phẩm với chất lượng cao, ổn định và có giá thành cạnh tranh



NGÀNH SNACK

ĐẦU TƯ GIA TĂNG DOANH SỐ

- Tập trung đa dạng hóa sản phẩm bằng nhiều nguồn: từ nội bộ và bên ngoài (OEM) để đẩy nhanh tốc độ thâm nhập thị trường.
- Tập trung nâng cấp chất lượng sản phẩm hiện tại và đầu tư vào nghiên cứu kể cả ngoài nước để cho ra đời những sản phẩm có chất lượng cao và đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng.
- Tiết kiệm chi phí, hợp lý hóa chi phí sản xuất để mang lại lợi nhuận cho ngành hàng.



NGÀNH CHOCOLATE & KẸO

TÁI CẤU TRÚC DANH MỤC SẢN PHẨM

- Đa dạng dòng sản phẩm kẹo cứng với tinh chất trái cây tự nhiên để nâng cao chất lượng cạnh tranh với đối thủ chiến lược trong phân khúc thị trường kẹo phổ thông.
- Thâm nhập phân khúc kẹo dẻo.
- củng cố và phát triển Nhân hiệu kẹo hiện có để tăng tính cạnh tranh.





KẾ HOẠCH MARKETING

CHIẾN LƯỢC VÌ KINH ĐÔ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Bộ phận marketing chú trọng chuẩn hóa quy trình hoạt động và tiếp tục các công việc xây dựng nền móng để lấy đà tăng tốc, phát triển trong tương lai. Áp dụng các quy trình chuẩn giúp việc nhân bản qua sáp nhập và mở rộng hoạt động trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn. Các quy trình go-to-market, quy trình phát triển và tung sản phẩm mới, quy trình khuyến mãi, quy trình nghiên cứu thị trường, quy trình huấn luyện, v.v... sẽ hoàn thiện và ban hành trong năm 2011.

Xây dựng thương hiệu Kinh Đô mang tính biểu tượng (Iconic brand). Từ thành công trong mùa vụ Trung thu và Tết, thương hiệu Kinh Đô đã trở thành biểu tượng của quà biếu thể hiện tình thân trong mùa lễ hội. Sắp tới hình tượng quà biếu Kinh Đô sẽ đi sâu hơn, gắn liền với sinh hoạt và thói quen tiêu dùng hàng ngày của người dân Việt Nam. Ngoài ra, các thương hiệu sản phẩm chính của Kinh Đô như AFC, Cosy, Solite, Aloha, v.v... cũng được thiết kế lại, mặt khác Kinh Đô sẽ tái định vị, tiếp tục nâng cấp, chuyển dịch cơ cấu và tái tung ra các sản phẩm, nhằm đến những phân khúc cao và có lợi nhuận tốt hơn. Phát huy tính sáng tạo của tổ chức kết hợp với nghiên cứu và dự báo thị trường, người tiêu dùng, để bảo đảm nguồn sản phẩm mới dồi dào luôn sẵn sàng tung ra vào thời điểm hợp lý nhằm đón đầu các xu hướng, hành vi tiêu dùng mới.

Tăng cường đầu tư vào các công cụ đo lường và nghiên cứu thị trường để đánh giá hiệu quả đầu tư và làm cơ sở ra các quyết định kinh doanh. Các nghiên cứu (marketing research suites) ngoài theo dõi bán lẻ hàng tháng (retail audit của ACNielsen), còn có nghiên cứu việc sử dụng sản phẩm và thái độ người tiêu dùng (U&A), nghiên cứu thói quen mua hàng (shopper insight), theo dõi sức khỏe nhãn hàng (brand health tracking), v.v... Sử dụng qui mô (scale) tập trung nguồn lực nhằm tạo lợi thế cạnh tranh. Tiếp tục cải thiện môi trường làm việc trở nên chuyên nghiệp và minh bạch hơn làm cơ sở thu hút và giữ người tài. Hoàn thành việc hợp nhất bộ sản phẩm thống nhất trên toàn quốc, và sắp xếp hợp lý hóa các SKU theo kênh, vùng.

Đặc biệt đối với ngành Kem và các sản phẩm từ sữa

Đầu tư thương hiệu mạnh cho các ngành hàng và nhãn hàng chủ lực. Duy trì quảng bá hình ảnh tại các siêu thị/hệ thống siêu thị, chuỗi cửa hàng tiện ích,... Đa dạng hóa sản phẩm phù hợp với khẩu vị người Việt Nam nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu thị trường. Dẫn đầu trong phân khúc các sản phẩm dinh dưỡng, chức năng. Hoàn thiện và chuyên nghiệp hóa hoạt động chăm sóc khách hàng. Tham gia các hoạt động xây dựng hình ảnh tích cực cho Kinh Đô với môi trường, cộng đồng.





PHÁT TRIỂN KINH DOANH XÂY DỰNG NỀN TẢNG BỀN VỮNG, PHÁT TRIỂN TOÀN DIỆN

Chiến lược năm 2011, hệ thống phân phối Kinh Đô sẽ phát triển toàn diện với việc thực hiện những mục tiêu quan trọng:

Phát triển bao phủ toàn diện

Với việc sáp nhập KDC, NKD, KIDO trong năm 2010, hệ thống phân phối sẽ tạo được sức mạnh cộng hưởng rất lớn trên phương diện tập hợp được sức mạnh của nhau, tận dụng được nguồn nhân lực chất lượng cao. Với ưu thế đó, hệ thống sẽ chiếm ưu thế tại các Thành phố khắp cả nước bằng việc giành được không gian của điểm bán đồng thời đẩy mạnh độ phủ đa dạng nhiều sản phẩm Kinh Đô tại các vùng sâu, vùng xa. Kinh Đô tạo dựng lợi thế vượt trội, bỏ xa đối thủ bằng việc đẩy mạnh tăng trưởng kênh mùa vụ Trung Thu, Tết.

Thông qua hệ thống NPP, Kinh Đô sẽ đẩy mạnh việc phát triển thị trường Lào, Campuchia nhằm mở rộng thị trường tiềm năng

Hệ thống phân phối rộng khắp được xây dựng trong các năm qua:

	2009	2010	2011
Số lượng NPP	227	211	212
Số lượng tuyến bán hàng	814	1.003	1.383
Số điểm bán	69.977	76.294	120.000
Tổng số nhân sự	1.216	1.371	1.802

Số liệu trên chưa bao gồm hệ thống phân phối nước giải khát. Bên cạnh đó, mặc dù Kinh Đô Sài Gòn Bakeries không thuộc khối KDC, việc tận dụng hệ thống phân phối này sẽ giúp tiết kiệm chi phí.

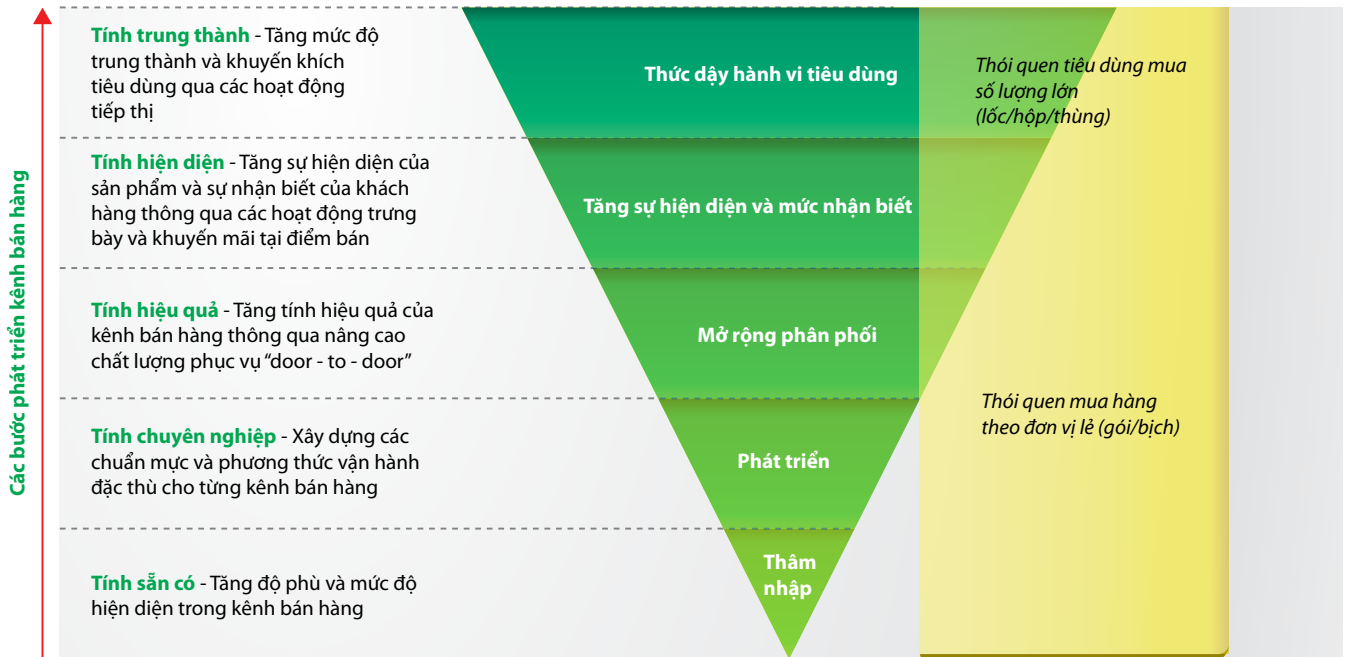
Hệ thống kho lạnh: gồm 65 NPP có kho lạnh, với hơn 30.000 điểm bán kem và các sản phẩm từ sữa.

Hệ thống phân phối nước giải khát: 300 NPP, phục vụ hơn 100,000 điểm bán.

Hệ thống siêu thị: Phân phối tại các hệ thống lớn, bao gồm: Metro, Maxi-Mark, Citimart, Big-C, Co-op Mart... và chuỗi cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc.

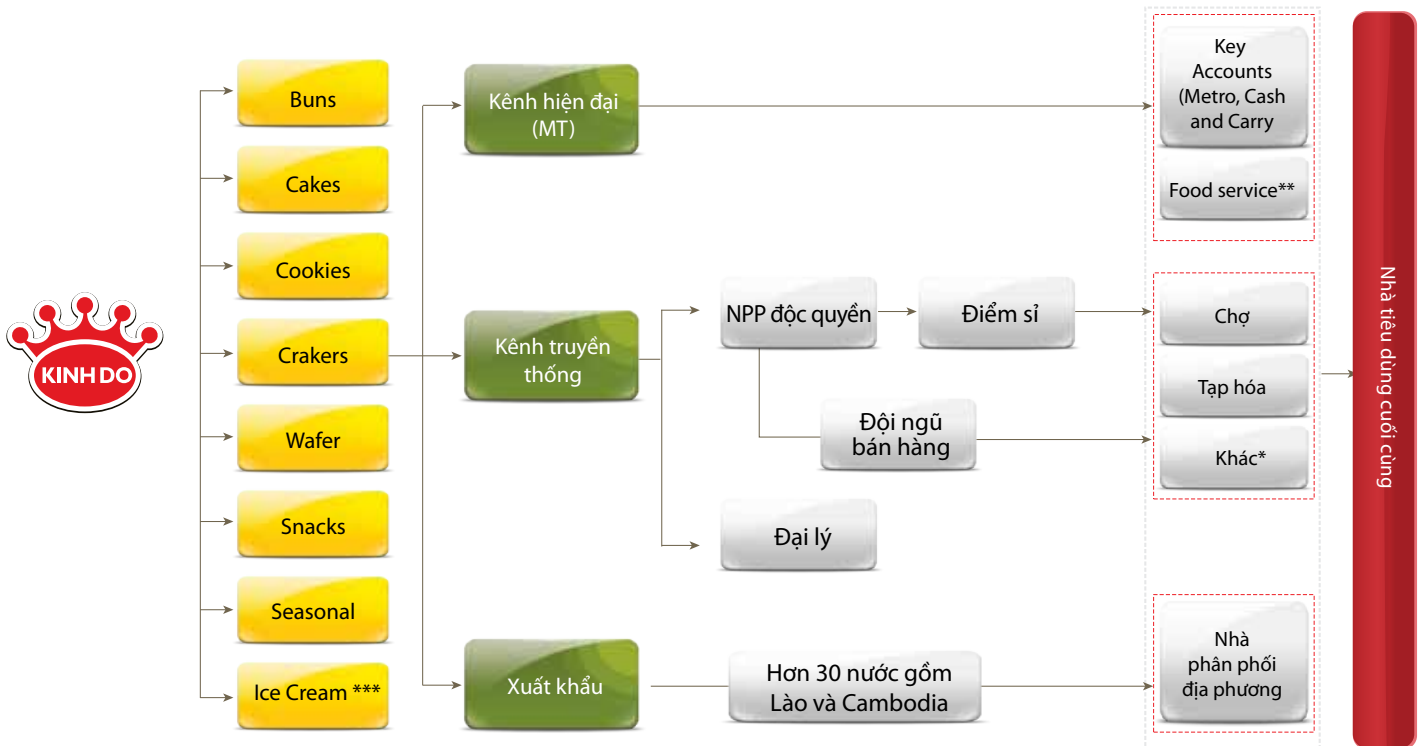
Hệ thống cửa hàng Bakery, bao gồm cửa hàng thuộc công ty và các cửa hàng nhượng quyền kinh doanh: 30 cửa hàng trên toàn quốc.

MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN KÊNH PHÂN PHỐI TRÊN NỀN TẢNG TÍCH HỢP VỚI CÁC HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ



Tích hợp hoạt động bán hàng và hoạt động tiếp thị nhằm phát triển kênh bán hàng

MÔ HÌNH KÊNH PHÂN PHỐI



Mô hình kênh phân phối linh hoạt trải rộng với phương tiện và hình thức đa dạng để sản phẩm Kinh Đô luôn sẵn sàng phục vụ Người Tiêu Dùng một cách nhanh chóng, tiện lợi nhất.



CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN & MỞ RỘNG HỆ THỐNG PHÂN PHỐI

Duy trì tính hiệu quả của kênh phân phối hiện tại; mở rộng kênh phân phối mới; tăng độ phủ

- **Tăng cường kênh phân phối:** Tiếp tục phát triển các hình thức kênh phân phối mới dựa trên nền tảng hệ thống phân phối hiện tại; tăng số lượng kênh bán hàng, tăng độ phủ.
- **Củng cố & tăng hiệu quả hoạt động kênh đại lý & sĩ:** Tăng cường hợp tác với kênh đại lý/sĩ nhằm mở rộng phân phối & độ phủ đến các khu vực vùng sâu vùng xa.
- **Tối ưu hóa chi phí vận hành kênh phân phối:** thông qua tận dụng kênh bán hàng đại lý/sĩ nhằm giảm chi phí đầu tư; đầu tư chọn lọc các NPP chiến lược trong việc mở rộng mạng lưới phân phối.
- **Chuẩn hóa hệ thống trưng bày:** chuyên biệt cho từng ngành hàng.
- **Phát triển kênh bán hàng mới :** trường học, căn-tin, nhà hàng, khách sạn..., chuyên biệt hóa bao bì, đóng gói đáp ứng nhu cầu từng kênh bán hàng đặc thù: siêu thị, nhà hàng, khách sạn, trường học...
- **Khai thác ưu thế dẫn đầu của nhãn hàng KDC trong các ngành:** bánh tươi, bánh trung thu & bánh ngọt để quảng bá cho các sản phẩm khác.

HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN KÊNH

Tiếp thị kênh bán hàng:

- **Vật phẩm khuyến mãi (POSM):** Tập trung tại 2 thành phố chính.
- **Kệ trưng bày:** Hơn 36% số cửa hàng tại 22 thành phố.
- **Chiến lược trưng bày:** Chuẩn hóa các vật dụng trưng bày theo ngành hàng.
- **Tối ưu hóa không gian trưng bày:** Duy trì và tăng không gian trưng bày để chiếm lĩnh thị phần tại điểm bán.

Phát triển kênh bán hàng:

Phát triển kênh bán hàng mới nhằm gia tăng sản lượng và tăng cường hợp tác với các trung gian buôn bán (đại lý, sĩ).



CHUYÊN NGHIỆP QUI TRÌNH QUẢN LÝ BÁN HÀNG BẰNG HỆ THỐNG PHẦN MỀM, CHUẨN HÓA HỆ THỐNG BÁO CÁO, HỆ THỐNG ĐO LƯỜNG KPI

Nhằm hoàn thiện việc quản trị NPP, quản trị lãnh thổ, quản trị đội ngũ bán hàng, quản trị điểm bán.

Triển khai hệ thống PAS - Professional Active Salling.

Tiếp tục đầu tư nâng cấp phần mềm POS tại NPP.

Triển khai công nghệ thông tin trong đặt hàng, bán hàng, lập kế hoạch dự báo.

Bên cạnh đó, xây dựng, tổ chức đội ngũ nhân sự kinh doanh có tinh thần, tác phong và kỹ năng làm việc chuyên nghiệp, phối hợp nhịp nhàng, kỷ luật cao bằng các chương trình đào tạo chất lượng, bài bản, ứng dụng các phương pháp bán hàng hiện đại của các Tập đoàn đa quốc gia và phù hợp với kênh bán hàng của Việt Nam; Ứng dụng các phần mềm quản lý; Tạo dựng tinh thần đoàn kết, sẵn sàng cống hiến, phát huy tài năng nhằm đóng góp vượt trội cho sự phát triển, lớn mạnh của đội ngũ kinh doanh. Thực hiện với chiến lược 4R:

R ight People	Tuyển đúng người
R ight Skill	Kỹ năng phù hợp với hệ thống
R ight Reward	Thu nhập tương xứng
R ight Development	Xây dựng hệ thống đào tạo hiệu quả

ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI NGÀNH KEM VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ SỮA

Hoàn chỉnh đầu tư kho bãi, phương tiện vận chuyển, trở thành Công ty trong ngành có hệ thống cold chain chuyên nghiệp nhất Việt Nam. Hoạt động phân phối, lưu trữ hàng hóa luôn được kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo chất lượng sản phẩm tốt nhất đến tay người tiêu dùng. Luôn có chính sách, hoạt động linh hoạt trên kênh phù hợp với điều kiện vùng miền.



HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ NHÂN SỰ CÓ CHUYÊN MÔN CAO, HỢP TÁC, CỐNG HIẾN VÀ HƯỚNG ĐẾN KHÁCH HÀNG



Nằm trong kế hoạch 5 năm 2011-2015, với mục tiêu xây dựng tập đoàn Kinh Đô nằm trong Top 25% (Ngành hàng Tiêu dùng) là một trong những “doanh nghiệp được ưa thích” trên thị trường lao động Việt Nam. Năm 2010 được xem là năm bản lề nhằm chuyển đổi các Công ty thuộc Tập đoàn sang một giai đoạn mới dựa trên những lợi thế cạnh tranh và nền tảng tích cực của Tập đoàn. Để triển khai thành công các dự án mang tính chiến lược này, Tập đoàn Kinh Đô đã và đang triển khai các kế hoạch sau:

Xây dựng đội ngũ làm việc theo tinh thần “Together, We win”, với mục đích xây dựng Kinh Đô Group có đội ngũ nhân viên chuyên môn cao, hợp tác, cống hiến và hướng đến khách hàng. Công ty đã triển khai một loạt các giải pháp từ tái cấu trúc hệ thống, gắn kết quả làm việc và năng lực thể hiện của từng cá nhân và công ty với những chương trình mang tính thúc đẩy và tạo nhiệt huyết trong đội ngũ nhân viên đặc biệt là những nhân viên trực tiếp tạo ra sản phẩm, dịch vụ và những nhân viên ở “tuyến đầu”.

Từng bước chuyển đổi cách tiếp cận của Tập đoàn theo định hướng “Dựa trên năng lực” của cá nhân có gắn với kết quả kinh doanh của từng tổ chức thuộc tập đoàn. Đây được xem là chìa khóa mang tính cốt lõi để tối đa hóa nguồn lực và tổ chức nhằm tạo lợi thế cạnh tranh của Kinh Đô với các doanh nghiệp khác trên thị trường. Những kế hoạch đột phá chiến lược và mang tính dài hạn phù hợp với xu hướng chung trên thị trường (xây dựng tổ chức có sức cạnh tranh cao). Để thực hiện thành công kế hoạch này, một loạt chương trình, cách tiếp cận mới được triển khai trong năm 2010 như: xây dựng cấu trúc thu nhập mới phù hợp với định hướng chung, gắn thu nhập với năng lực làm việc; xây dựng hệ thống quản lý và đánh giá thành tích - năng lực trong năm 2010 và sẽ đưa hệ thống vào sử dụng từ năm 2011. Xây dựng các chương trình lương thưởng mang tính thúc đẩy và rõ nét hơn. Bên cạnh đó công tác thông tin và hướng dẫn được thúc đẩy để tối đa hóa hiệu quả các hệ thống và chương trình đã triển khai.



Triển khai hệ thống SAP-HR để tạo nền tảng cho những năm kế tiếp nhằm tối đa hóa hệ thống vận hành tổ chức thông qua hệ thống quản lý hiện đại được các tập đoàn lớn trên thế giới đã, đang và mong muốn triển khai sử dụng. Dự án được kick-off từ tháng 11 năm 2010, và đến tháng 2/2011 giai đoạn Blueprint đã được hoàn tất và dự án sẽ được Go-live từ tháng 7/2011. Dự án lần này được triển khai trên 8 phân hệ giúp nâng cao hiệu quả quản trị và tạo sự thông suốt trong hệ thống.

Thực hiện chiến lược và triển khai các kế hoạch phát triển, thu hút và chuyển đổi tài năng giữa các công ty nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực cho tập đoàn. Để triển khai chiến lược này một số chính sách đã và đang xây dựng nhằm thu hút tài năng như Talent Acquisition trong toàn tập đoàn, SWAP và Rotation, qui trình TNA trong công ty, thực hiện kế hoạch đào tạo và phát triển năm 2010. Bên cạnh đó công ty tiếp tục triển khai kế hoạch tạo nguồn lao động chủ động cho 2 vụ mùa chính là Trung Thu thông qua chính sách Reference





HOẠT ĐỘNG VÌ CỘNG ĐỒNG **CHUNG TAY ĐÓNG GÓP VÀ HỖ TRỢ CỘNG ĐỒNG**

Song song với hoạt động kinh doanh, Công ty Kinh Đô luôn ý thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với cộng đồng

Trong năm 2010, Kinh Đô tiếp tục tham gia đóng góp tích cực cho các chương trình xã hội. Đặc biệt là luôn dành sự quan tâm, chăm lo và hỗ trợ thiết thực đến các em học sinh sinh viên - những tri thức trẻ, những tài năng tương lai của đất nước. Liên tục tài trợ nhiều năm cuộc thi Dynamic Nhà Quản Trị Tương lai, Hai năm liên tục là nhà tài trợ cho cuộc thi "SIFE VIETNAM" và ủng hộ trong nhiều năm Quỹ học bổng "Tiếp Sức Đến Trường".

Tài trợ chính cho đường hoa Nguyễn Huệ suốt 7 năm liền, góp phần mang đến lễ hội xuân đặc sắc cho đồng bào thành phố và du khách trong và ngoài nước. Mùa Trung thu 2010, hướng về Đại lễ 1.000 năm Thăng Long - Hà Nội, toàn bộ doanh thu từ hộp sản phẩm cao cấp Trăng Vàng Thăng Long - Hà Nội của Kinh Đô được Công ty đóng góp cho công tác mừng Đại lễ.

Trong các năm qua Kinh Đô luôn đồng hành và ủng hộ tích cực cho các chương trình xã hội đầy ý nghĩa của UBMTTQ TP.HCM và Hội Bảo Trợ Bệnh Nhân Nghèo TP.HCM; Ủng hộ đồng bào lũ lụt; Tặng quà người nghèo; Trẻ em mồ côi, khuyết tật... và một số các hoạt động xã hội đầy ý nghĩa, tạo nên hình ảnh đẹp của Kinh Đô đối với cộng đồng



BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Báo cáo của Hội đồng Quản trị

Báo cáo của Kiểm toán viên độc lập

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất





CHINH PHỤC ĐỈNH CAO

BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Kinh Đô (“Công ty”) hân hạnh trình bày báo cáo này và các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt của Công ty và các công ty con (“Tập đoàn”) vào ngày 31 tháng 12 năm 2010 và cho năm tài chính kết thúc cùng ngày.

CÔNG TY

Công ty là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh (“GCNĐKKD”) số 4103001184 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 6 tháng 9 năm 2002 và theo các GCNĐKKD điều chỉnh sau đây:

GCNĐKKD điều chỉnh	Ngày
Số 4103001184	
Điều chỉnh lần thứ nhất	26 tháng 11 năm 2002
Điều chỉnh lần thứ hai	22 tháng 9 năm 2003
Điều chỉnh lần thứ ba	11 tháng 12 năm 2003
Điều chỉnh lần thứ tư	3 tháng 8 năm 2004
Điều chỉnh lần thứ năm	7 tháng 10 năm 2004
Điều chỉnh lần thứ sáu	11 tháng 5 năm 2005
Điều chỉnh lần thứ bảy	18 tháng 5 năm 2006
Điều chỉnh lần thứ tám	6 tháng 7 năm 2006
Điều chỉnh lần thứ chín	6 tháng 11 năm 2007
Điều chỉnh lần thứ mười	10 tháng 10 năm 2008
Số 0302705302	
Điều chỉnh lần thứ mười một	21 tháng 1 năm 2010
Điều chỉnh lần thứ mười hai	1 tháng 11 năm 2010

Công ty được niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh theo Giấy phép Niêm yết số 39/UBCK-GPNY do Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp ngày 18 tháng 11 năm 2005.

Hoạt động chính của Công ty là chế biến nông sản thực phẩm; sản xuất kẹo, nước tinh khiết và nước ép trái cây; mua bán nông sản thực phẩm, công nghệ phẩm và vải sợi.

Công ty có trụ sở chính đăng ký tại số 141 Nguyễn Du, Phường Bến Thành, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.

SỰ KIỆN QUAN TRỌNG

Theo Nghị quyết Đại hội đồng Cổ đông Thường niên năm 2010 ngày 8 tháng 5 năm 2010, các cổ đông của Công ty đã chấp thuận kế hoạch sáp nhập với Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Kinh Đô Miền Bắc (“NKD”) và Công ty Cổ phần KIDO (“KIDO”), thông qua việc phát hành cổ phiếu với tỷ lệ 1,1:1 (1,1 cổ phiếu hiện hữu của NKD và KIDO sẽ được hoán đổi bằng 1 cổ phiếu mới của Công ty).

Vào ngày 2 tháng 12 năm 2010, Công ty đã nhận được Quyết định số 750/UBCK-GCN do Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp, chấp thuận cho Công ty phát hành 18.241.293 cổ phiếu mới với mệnh giá mỗi cổ phiếu là 10.000 VNĐ cho các cổ đông hiện hữu của NKD và KIDO, với mục đích sáp nhập nói trên. Theo đó, việc phân phối cổ phiếu mới của Công ty cho mục đích sáp nhập đã được hoàn thành vào ngày 30 tháng 12 năm 2010, và NKD và KIDO hiện là các công ty con của Công ty.

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Các thành viên của Hội đồng Quản trị trong năm và vào ngày lập báo cáo này như sau:

Ông Trần Kim Thành	Chủ tịch
Ông Trần Lệ Nguyên	Phó Chủ tịch
Ông Wang Ching Hua	Ủy viên
Bà Vương Bửu Linh	Ủy viên
Ông Cô Gia Thọ	Ủy viên

KIỂM TOÁN VIÊN

Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam là công ty kiểm toán cho Công ty.

CÔNG BỐ TRÁCH NHIỆM CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC ĐỐI VỚI CÁC BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT TÓM TẮT

Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm đảm bảo các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt cho từng năm tài chính phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính tóm tắt, kết quả hoạt động kinh doanh tóm tắt và tình hình lưu chuyển tiền tệ tóm tắt của Tập đoàn trong năm. Trong quá trình lập các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt này, Ban Tổng Giám đốc cần phải: lựa chọn các chính sách kế toán thích hợp và áp dụng các chính sách này một cách nhất quán; thực hiện các đánh giá và ước tính một cách hợp lý và thận trọng; nêu rõ các chuẩn mực kế toán áp dụng có được tuân thủ hay không và tất cả những sai lệch trọng yếu so với những chuẩn mực này đã được trình bày và giải thích trong các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt; và lập các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt trên cơ sở nguyên tắc hoạt động liên tục trừ trường hợp không thể cho rằng Tập đoàn sẽ tiếp tục hoạt động.

Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm đảm bảo việc các sổ sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính của Tập đoàn, với mức độ chính xác hợp lý, tại bất kỳ thời điểm nào và đảm bảo rằng các sổ sách kế toán tuân thủ với hệ thống kế toán đã được đăng ký. Ban Tổng Giám đốc cũng chịu trách nhiệm về việc quản lý các tài sản của Tập đoàn và do đó phải thực hiện các biện pháp thích hợp để ngăn chặn và phát hiện các hành vi gian lận và những vi phạm khác.

Ban Tổng Giám đốc cam kết với Hội đồng Quản trị rằng Tập đoàn đã tuân thủ những yêu cầu nêu trên trong việc lập các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt.

PHÊ DUYỆT CÁC BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT TÓM TẮT

Chúng tôi phê duyệt các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt kèm theo. Các báo cáo này, ngoại trừ các vấn đề được trình bày ở báo cáo kiểm toán độc lập, đã phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất tóm tắt của Tập đoàn vào ngày 31 tháng 12 năm 2010, và kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất tóm tắt và tình hình lưu chuyển tiền tệ hợp nhất tóm tắt cho năm tài chính kết thúc cùng ngày phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán và Hệ thống Kế toán Việt Nam và tuân thủ các quy định có liên quan.

Để có thể hiểu sâu sắc hơn về tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn vào ngày 31 tháng 12 năm 2010 và kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất cho năm tài chính kết thúc cùng ngày, các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt phải được xem xét cùng với các báo cáo tài chính hợp nhất mà từ đó các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt này được lập ra cùng với báo cáo kiểm toán độc lập tương ứng.

Thay mặt Hội đồng Quản trị:



The image shows a red circular stamp with the text "CÔNG TY CỔ PHẦN KINH ĐÔ" in the center. The outer ring of the stamp contains the text "SỞ KINH TẾ VÀ THƯƠNG MẠI TP. HỒ CHÍ MINH" and the identification number "0302/5302-CT.Đ." The stamp is partially obscured by a blue ink signature.

Trần Kim Thành
Chủ tịch

Ngày 25 tháng 3 năm 2011

 **BÁO CÁO KIỂM TOÁN ĐỘC LẬP**

Kính gửi: Các Cổ đông của Công ty Cổ phần Kinh Đô

Chúng tôi đã kiểm toán các báo cáo tài chính hợp nhất vào ngày 31 tháng 12 năm 2010 và cho năm tài chính kết thúc cùng ngày của Công ty Cổ phần Kinh Đô và các công ty con (sau đây được gọi chung là "Tập đoàn") theo các Chuẩn mực Kiểm toán Việt Nam và Quốc tế được áp dụng tại Việt Nam mà từ đó các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt kèm theo từ trang 4 đến trang 8 đã được lập ra. Báo cáo kiểm toán của chúng tôi được lập vào ngày 25 tháng 3 năm 2011 đã đưa ra ý kiến kiểm toán chấp nhận từng phần trên các báo cáo tài chính hợp nhất. Ý kiến của chúng tôi là, ngoại trừ tài khoản vốn chủ sở hữu và tài khoản tài sản cố định vô hình liên quan đến thương hiệu "Kinh Đô" đã được ghi tăng với số tiền lần lượt là 50.000.000 ngàn VNĐ và 29.583.333 ngàn VNĐ vào ngày 31 tháng 12 năm 2010 và việc ghi nhận giá trị khấu trừ liên quan đến thương hiệu này cũng đã làm tăng chi phí khấu trừ trong năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010 với số tiền là 2.500.000 ngàn VNĐ, các báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn vào ngày 31 tháng 12 năm 2010, 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 các Chuẩn mực Kế toán và Hệ thống Kế toán Việt Nam và tuân thủ các quy định có liên quan.

Theo ý kiến của chúng tôi, các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt kèm theo đã nhất quán, trên các khía cạnh trọng yếu, với các báo cáo tài chính hợp nhất mà từ đó các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt này được lập ra và chúng tôi đã đưa ra ý kiến chấp nhận từng phần đối với các báo cáo tài chính hợp nhất đó.

Để có thể hiểu sâu sắc hơn về tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn và kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm tài chính cũng như về phạm vi của công việc kiểm toán, các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt phải được xem xét cùng với các báo cáo tài chính hợp nhất mà từ đó các báo cáo tài chính hợp nhất tóm tắt này được lập ra cùng với báo cáo kiểm toán độc lập tương ứng.



Ernst & Young Vietnam Ltd.
Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam

Mai

Mai Việt Hùng Trần
Phó Tổng Giám đốc
Kiểm toán viên đã đăng ký
Số đăng ký: D.0048/KTV

Ronald C. Almera

Ronald C. Almera
Kiểm toán viên phụ trách
Kiểm toán viên đã đăng ký
Số đăng ký: N.0876/KTV

Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Ngày 25 tháng 3 năm 2011


BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN HỢP NHẤT

vào ngày 31 tháng 12 năm 2010

Ngàn VNĐ

Mã số	TÀI SẢN	Số cuối năm	Số đầu năm
100	A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	2.329.536.982	2.531.944.827
110	I. Tiền	672.316.188	984.610.642
111	1. Tiền	662.316.188	984.610.642
112	2. Các khoản tương đương tiền	10.000.000	-
120	II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	161.660.248	518.183.741
121	1. Đầu tư ngắn hạn	209.722.412	533.213.382
129	2. Dự phòng giảm giá đầu tư ngắn hạn	(48.062.164)	(15.029.641)
130	III. Các khoản phải thu	1.018.355.260	847.053.745
131	1. Phải thu khách hàng	165.221.722	127.092.644
132	2. Trả trước cho người bán	77.996.492	34.334.430
135	3. Các khoản phải thu khác	777.468.511	686.549.016
139	4. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	(2.331.465)	(922.345)
140	IV. Hàng tồn kho	434.328.358	162.475.837
141	1. Hàng tồn kho	434.929.613	163.068.864
149	2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	(601.255)	(593.027)
150	V. Tài sản ngắn hạn khác	42.876.928	19.620.862
151	1. Chi phí trả trước ngắn hạn	18.366.202	13.430.033
152	2. Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	2.997.336	3.728.698
154	3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	26.113	520.016
158	4. Tài sản ngắn hạn khác	21.487.277	1.942.115
200	B. TÀI SẢN DÀI HẠN	2.710.327.198	1.715.656.176
218	I. Phải thu dài hạn khác	611.868	681.868
220	II. Tài sản cố định	937.724.877	656.084.839
221	1. Tài sản cố định hữu hình	774.281.346	472.224.280
222	Nguyên giá	1.284.750.761	717.207.909
223	Giá trị khấu hao lũy kế	(510.469.415)	(244.983.629)
224	2. Tài sản cố định thuê tài chính	1.395.764	3.701.944
225	Nguyên giá	23.795.630	8.997.148
226	Giá trị khấu hao lũy kế	(22.399.866)	(5.295.204)
227	3. Tài sản cố định vô hình	119.785.394	99.157.134
228	Nguyên giá	159.856.235	123.738.856
229	Giá trị khấu trừ lũy kế	(40.070.841)	(24.581.722)
230	4. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	42.262.373	81.001.481
240	III. Bất động sản đầu tư	29.165.076	-
241	1. Nguyên giá	34.524.971	-
242	2. Giá trị khấu hao lũy kế	(5.359.895)	-
250	IV. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	1.209.977.565	994.535.189
252	1. Đầu tư vào công ty liên kết, liên doanh	800.500.000	404.280.471
258	2. Đầu tư dài hạn khác	503.649.613	632.649.613
259	3. Dự phòng giảm giá đầu tư dài hạn	(94.172.048)	(42.394.895)
260	V. Tài sản dài hạn khác	104.719.905	32.318.075
261	1. Chi phí trả trước dài hạn	72.548.808	15.882.818
262	2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	31.888.182	16.385.752
268	3. Tài sản dài hạn khác	282.915	49.505
269	VI. Lợi thế thương mại	428.127.907	32.036.205
270	TỔNG CỘNG TÀI SẢN	5.039.864.180	4.247.601.003



BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN HỢP NHẤT (TIẾP THEO)

vào ngày 31 tháng 12 năm 2010

Mã số	NGUỒN VỐN	Ngàn VNĐ	
		Số cuối năm	Số đầu năm
300	A. NỢ PHẢI TRẢ	1.185.451.713	1.772.330.977
310	I. Nợ ngắn hạn	1.033.997.225	1.637.574.310
311	1. Vay và nợ ngắn hạn	380.554.458	407.352.637
312	2. Phải trả người bán	271.379.025	127.404.030
313	3. Người mua trả tiền trước	24.103.268	35.447.325
314	4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	39.637.621	65.170.040
315	5. Phải trả người lao động	22.499.912	9.889.841
316	6. Chi phí phải trả	142.672.414	55.718.177
319	7. Các khoản phải trả, phải nộp ngắn hạn khác	123.442.813	931.701.095
323	8. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	29.707.714	4.891.165
330	II. Nợ dài hạn	151.454.488	134.756.667
333	1. Phải trả dài hạn khác	26.850.858	-
334	2. Vay và nợ dài hạn	93.788.209	119.394.033
336	3. Dự phòng trợ cấp thôi việc	30.815.421	15.362.634
400	B. VỐN CHỦ SỞ HỮU	3.738.214.531	2.413.130.301
410	I. Vốn chủ sở hữu	3.738.214.531	2.413.130.301
411	1. Vốn cổ phần	1.195.178.810	795.462.590
412	2. Thặng dư vốn cổ phần	1.950.665.093	1.395.547.017
414	3. Cổ phiếu ngân quỹ	(137.401.029)	(137.401.029)
416	4. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	1.122.511	370.096
417	5. Quỹ đầu tư và phát triển	25.370.281	25.370.281
418	6. Quỹ dự phòng tài chính	25.792.636	25.792.636
419	7. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	16.135.953	17.002.431
420	8. Lợi nhuận chưa phân phối	661.350.276	290.986.279
439	C. LỢI ÍCH CỦA CỔ ĐÔNG THIỂU SỐ	116.197.936	62.139.725
440	TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	5.039.864.180	4.247.601.003

CHỈ TIÊU NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

CHỈ TIÊU	Số cuối năm	Số đầu năm
Ngoại tệ các loại:		
- Đô la Mỹ	1.268.691	580.183
- Euro	1.410	-



Huỳnh Tấn Vũ
Kế toán trưởng



Trần Lệ Nguyên
Tổng Giám đốc

Ngày 25 tháng 3 năm 2011



BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH HỢP NHẤT

cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

Mã số	CHỈ TIÊU	Đơn vị: <i>Ngàn VNĐ</i>	
		Năm nay	Năm trước
01	1. Doanh thu bán hàng	1.942.808.210	1.539.222.626
02	2. Các khoản giảm trừ doanh thu	(9.173.918)	(9.867.147)
10	3. Doanh thu thuần	1.933.634.292	1.529.355.479
11	4. Giá vốn hàng bán	(1.248.243.869)	(1.023.962.679)
20	5. Lợi nhuận gộp	685.390.423	505.392.800
21	6. Doanh thu hoạt động tài chính	663.953.281	63.853.564
22	7. Chi phí tài chính	(242.452.530)	8.807.083
23	<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	<i>(42.458.075)</i>	<i>(43.758.070)</i>
24	8. Chi phí bán hàng	(347.589.484)	(164.175.052)
25	9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	(141.634.937)	(112.089.615)
30	10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	617.666.753	301.788.780
31	11. Thu nhập khác	34.164.018	376.775.688
32	12. Chi phí khác	(12.799.791)	(118.935.546)
40	13. Lợi nhuận khác	21.364.227	257.840.142
45	14. Lợi nhuận từ công ty liên kết	34.961.809	12.680.395
50	15. Tổng lợi nhuận trước thuế	673.992.789	572.309.317
51	16. Chi phí thuế TNDN hiện hành	(110.883.359)	(60.918.969)
52	17. Lợi ích thuế TNDN hoãn lại	15.502.430	11.552.689
60	18. Lợi nhuận thuần sau thuế	578.611.860	522.943.037
	<i>Phân bổ cho:</i>		
61	18.1 Lợi ích của cổ đông thiểu số	56.040.276	42.419.095
62	18.2 Cổ đông của công ty mẹ	522.571.584	480.523.942
80	19. Lãi cơ bản trên cổ phiếu	5,189	4,875

Huỳnh Tấn Vũ
Kế toán trưởng

Ngày 25 tháng 3 năm 2011



Trần Lệ Nguyên
Tổng Giám đốc



BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ HỢP NHẤT

cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

Mã số	CHỈ TIÊU	Năm nay	Ngàn VNĐ Năm trước
I. LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH			
01	Lợi nhuận trước thuế	673.992.789	572.309.317
	<i>Điều chỉnh cho các khoản:</i>		
02	Khấu hao và khấu trừ	86.996.450	81.158.707
03	Các khoản dự phòng	86.227.024	(199.578.461)
05	Lãi từ hoạt động đầu tư	(697.749.771)	(186.900.598)
06	Chi phí lãi vay	42.542.135	43.758.070
08	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước thay đổi vốn lưu động	192.008.627	310.747.035
09	Giảm (tăng) các khoản phải thu	40.724.735	(170.199.885)
10	(Tăng) giảm hàng tồn kho	(54.295.267)	19.752.203
11	(Giảm) tăng các khoản phải trả	(788.888.268)	784.286.974
12	Giảm các chi phí trả trước	6.161.543	19.103.381
13	Tiền lãi vay đã trả	(41.829.767)	(44.930.003)
14	Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	(165.742.128)	(929.685)
16	Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	(8.654.487)	(4.199.506)
20	Lưu chuyển tiền thuần (sử dụng vào) từ hoạt động kinh doanh	(820.515.012)	913.630.514
II. LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ			
21	Tiền chi để mua sắm và xây dựng tài sản cố định	(62.314.632)	(83.404.529)
22	Tiền thu do thanh lý tài sản cố định	2.945.120	26.369.521
23	Tiền chi cho các đơn vị khác vay	(574.979.610)	(227.166.000)
24	Tiền thu hồi từ cho các đơn vị khác vay	1.001.623.000	246.000.000
25	Tiền chi cho đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	(603.500.000)	(250.548.999)
26	Tiền thu hồi từ đầu tư vào đơn vị khác	853.000.000	212.175.917
27	Tiền thu từ cổ tức và lợi nhuận được chia	84.109.243	40.393.514
	Tiền thu từ việc sáp nhập	77.595.357	-
30	Lưu chuyển tiền thuần từ (sử dụng vào) hoạt động đầu tư	778.478.478	(36.180.576)
III. LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH			
31	Tiền thu từ phát hành cổ phiếu	33.649.000	-
34	Tiền vay ngắn hạn, dài hạn nhận được	883.576.746	1.027.229.835
35	Tiền chi trả nợ gốc vay	(1.065.451.931)	(989.228.688)
36	Tiền chi trả nợ thuê tài chính	-	(3.157.032)
37	Cổ tức đã trả cho các chủ sở hữu	(122.784.150)	(134.947.114)
40	Lưu chuyển tiền thuần sử dụng vào hoạt động tài chính	(271.010.335)	(100.102.999)



BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ HỢP NHẤT (TIẾP THEO)

cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

Mã số	CHỈ TIÊU	Ngàn VNĐ	
		Năm nay	Năm trước
50	Lưu chuyển tiền thuần trong năm	(313.046.869)	777.346.939
60	Tiền và tương đương tiền đầu năm	984.610.642	206.808.170
61	Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ	752.415	455.533
70	Tiền và tương đương tiền cuối năm	672.316.188	984.610.642

Huỳnh Tấn Vũ
Kế toán trưởng

Ngày 25 tháng 3 năm 2011



Trần Lệ Nguyên
Tổng Giám đốc



CÔNG TY CỔ PHẦN KINH ĐÔ

141 Nguyễn Du, Bến Thành, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: (84) (8) 38270838 - Fax: (84) (8) 38270839 - Email: info@kinhdo.vn - Web: www.kinhdo.vn