



CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG
BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
NĂM 2024



Đà Lạt, tháng 7 năm 2025

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

Tên Công ty:	Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng
Tên tiếng Anh:	Lam Dong Foodstuffs Joint Stock Company
Tên viết tắt:	Ladofoods
Trụ sở chính:	Số 31, Ngô Văn Sở, phường 9, TP.Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng
Điện thoại:	02633 520 290
Fax:	02633 825 291
Website:	www.ladofoods.vn
Giấy chứng nhận ĐKKD:	Số 5800408245 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Lâm Đồng cấp lần đầu ngày 05/1/2004, cấp thay đổi lần 30 ngày 28/08/2024.
Vốn điều lệ:	146.571.500.000 đồng
Vốn chủ sở hữu (31/3/2025)	171.911.947.267 đồng
Mã cổ phiếu:	VDL
Sàn giao dịch:	HNX

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

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

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

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

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

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

Hơn 30 năm hoạt động, không chỉ dừng lại ở những sản phẩm vang truyền thống ban đầu, Ladofoods đã không ngừng nỗ lực, tìm kiếm, nghiên cứu, sáng tạo và phát triển đa dạng các dòng sản phẩm, nâng cao chất lượng và là đơn vị duy nhất tạo ra dòng vang Việt cao cấp - Chateau Dalat từ 100% những trái nho rượu trồng theo phương pháp công nghệ cao.

Sản lượng của Ladofoods chiếm hơn 60% thị phần rượu vang sản xuất trong nước. Xuất khẩu sang nhiều nước như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Trung Quốc, Thái Lan....

Quá trình tăng vốn của Công ty

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

b. Một số giải thưởng đạt được

- + Huân chương lao động hạng I, II, III; Đơn vị Anh hùng lao động trong thời kỳ đổi mới.
- + Danh hiệu HVNCLC (2001 - 2022) và Top 100 sản phẩm tốt nhất do người tiêu dùng bình chọn năm 2010.
- + Giải Thưởng CLVN liên tục các năm từ 2005 - 2008 của Bộ KHCHN; Giải bạc CLQG 2009, 2010, 2016 của Chính phủ.
- + Giải Thưởng Sao Vàng Đất Việt 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 do UBTW Hội Các Nhà DN Trẻ VN chứng nhận.
- + Cúp Vàng vì sự nghiệp bảo vệ môi trường Việt Nam (2008, 2009). LADOFOODS được chứng nhận đạt danh hiệu thương hiệu xanh bền vững năm 2009, 2010; Đạt thành tích xuất sắc trong xây dựng, phát triển thương hiệu và tham gia hội nhập kinh tế quốc tế 2009.
- + Biểu trưng “Doanh nghiệp tiêu biểu năm 2013” - “Cờ thi đua xuất sắc dẫn đầu khối thi đua 2013” - “Tập thể lao động xuất sắc 2012 - 2013”
- + Bằng khen của Hiệp hội rượu, bia, nước giải khát Việt nam “Đã có nhiều thành tích xuất sắc trong sản xuất kinh doanh và đóng góp vào sự phát triển của Hiệp hội giai đoạn 2010 - 2015”. Bằng khen về “Thành tích chấp hành tốt các chính sách pháp luật thuế” 2012 - 2013. Bằng khen “Đã có thành tích xuất sắc trong thực hiện cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2009 - 2014”.
- + Doanh nghiệp tiêu biểu - Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa nhiều năm liền 2012 - 2015.
- + “Đặc sản rượu Vang Đalat® của tỉnh Lâm Đồng được công nhận vào top 5 đặc sản nổi tiếng Việt Nam theo bộ tiêu chí công bố giá trị đặc sản Việt Nam” năm 2012; “Chai rượu Vang lớn nhất Việt Nam” năm 2015.
- + Giải bạc tại cuộc thi Vang quốc tế Cathay Pacific 2016, Giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại San Francisco Mỹ.

- + Top 10 Công ty đồ uống có cồn uy tín năm 2019, 2020, 2021, 2022 (tổ chức xếp hạng VNR)
- + Vang Đà Lat và Chateau Dalat là hai thương hiệu đạt Thương hiệu quốc gia năm 2018, năm 2020, năm 2022 và năm 2024 do Chính phủ trao tặng.
- + Kỷ lục Hàm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam.
- + Sản phẩm Công nghiệp Nông thôn tiêu biểu cấp khu vực 2020 Sản phẩm Công nghiệp Nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia 2021

c. Ngành nghề kinh doanh và địa bàn kinh doanh

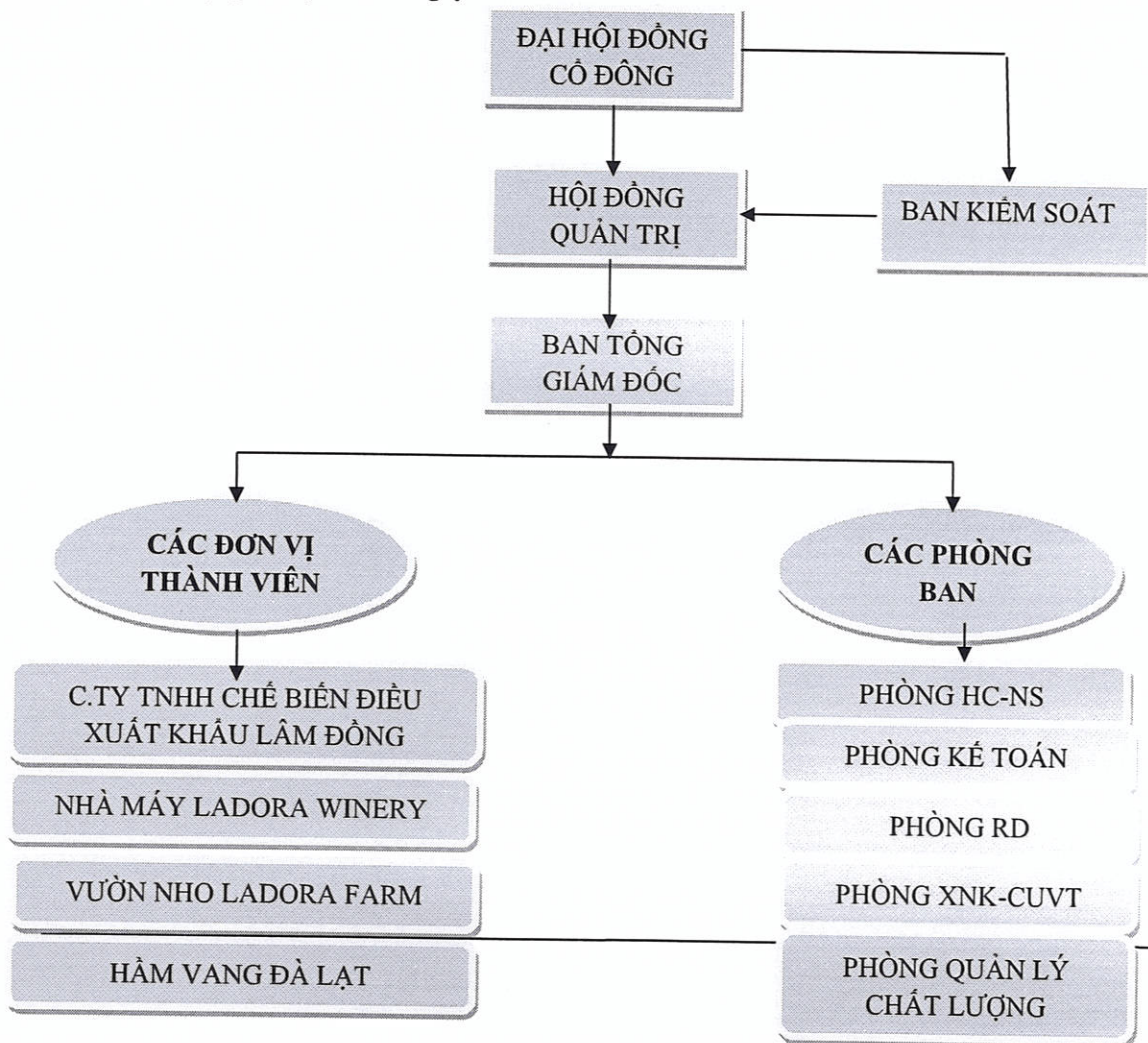
- Ngành nghề kinh doanh chính: Chế biến rượu vang các loại, nhân điều xuất khẩu và các loại nông sản thực phẩm.
- Địa bàn kinh doanh: Công ty có địa bàn kinh doanh trên phạm vi cả nước và xuất khẩu.

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

a. Cơ cấu bộ máy quản trị của Công ty

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

Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty:



❖ **Đại hội đồng cổ đông**

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

❖ **Hội đồng quản trị**

Hội đồng quản trị là cơ quan quản lý công ty, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định, thực hiện quyền và nghĩa vụ của công ty, trừ các quyền và nghĩa vụ thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng cổ đông.

❖ **Ban Kiểm soát**

Là cơ quan trực thuộc Đại hội đồng cổ đông, do ĐHĐCĐ bầu. Ban Kiểm soát thực hiện giám sát Hội đồng quản trị, Tổng Giám đốc trong việc quản lý và điều hành công ty; Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp, trung thực và mức độ cần trọng trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, tính hệ thống, nhất quán và phù hợp của công tác kế toán, thống kê và lập báo cáo tài chính, thực hiện các quyền và nghĩa vụ khác theo quy định của Điều lệ công ty và pháp luật.

❖ **Tổng Giám đốc**

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

❖ **Các phòng ban, Nhà máy, đơn vị**

- Phòng Hành chính nhân sự;
- Phòng Kế toán;
- Phòng Công nghệ và Nghiên cứu Phát triển (RD);
- Phòng Xuất nhập khẩu và Cung ứng Vật tư;
- Phòng Quản lý chất lượng;
- Công ty TNHH Chế biến Điều XK Lâm Đồng
- Nhà máy Ladora Winery.
- Hầm vang Đà Lạt
- Vườn nho Ladora farm

4. Các công ty con và công ty liên kết (tính đến 31/3/2025)**4.1. Công ty con**

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Lĩnh vực kinh doanh	Chiếm tỷ lệ (%)
01	Công ty TNHH Chế biến Điều XK Lâm Đồng	Lâm Đồng	Sản xuất, chế biến nhân điều xuất khẩu	100

4.2. Công ty liên kết: Không có

5. Định hướng phát triển

Hướng tới mục tiêu xây dựng Ladofoods trở thành thương hiệu hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất rượu vang và các sản phẩm từ nho, Công ty đặt ra các định hướng chiến lược phát triển trong giai đoạn tới như sau:

Tăng trưởng sản xuất kinh doanh

Phấn đấu duy trì tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất – kinh doanh từ 15% đến 20% mỗi năm. Tập trung vào các dòng sản phẩm có biên lợi nhuận cao, giàu tiềm năng, đáp ứng xu hướng tiêu dùng hiện đại, đặc biệt là các sản phẩm tốt cho sức khỏe từ nho và đặc sản Đà Lạt. Đẩy mạnh hoạt động R&D để phát triển sản phẩm mới, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Phát triển thị trường:

- **Thị trường nội địa:** Tăng cường hiện diện thị trường, mở rộng độ phủ thương hiệu trên toàn quốc. Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, thúc đẩy trải nghiệm người tiêu dùng gắn với giá trị văn hóa và nghệ thuật thưởng thức rượu vang.
- **Du lịch trải nghiệm:** Tiên phong phát triển mô hình du lịch rượu vang – từ tham quan vườn nho, quy trình sản xuất đến trải nghiệm thưởng thức, nhằm lan tỏa văn hóa vang và định vị thương hiệu đẳng cấp.
- **Thị trường quốc tế:** Mở rộng hoạt động xuất khẩu, tập trung vào các nước trong khu vực châu Á và thị trường tiềm năng khác, từng bước khẳng định vị thế rượu vang Việt trên bản đồ quốc tế.

Thương hiệu và hình ảnh

Khẳng định vị thế số 1 của vang nội địa Việt Nam, từng bước đưa thương hiệu Ladofoods trở thành biểu tượng văn hóa ẩm thực Việt. Tăng cường hoạt động truyền thông, quảng bá hình ảnh sản phẩm và thương hiệu đến cộng đồng quốc tế.

Phát triển vùng nguyên liệu

Mở rộng vùng nguyên liệu nho rượu đạt chuẩn lên 100 ha, ứng dụng công nghệ canh tác tiên tiến, thân thiện với môi trường. Xây dựng vùng nguyên liệu kiểu mẫu, hiện đại – góp phần nâng cao giá trị nông nghiệp tại Ninh Thuận theo hướng bền vững, hiệu quả.

Xây dựng nền tảng phát triển bền vững

- **Nguồn nhân lực:** Phát triển đội ngũ nhân sự có năng lực, tâm huyết và phù hợp chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Xây dựng chính sách thu hút, giữ chân nhân tài, đầu tư đào tạo toàn diện cả về chuyên môn và văn hóa doanh nghiệp.
- **Hệ thống quản trị:** Ứng dụng công nghệ số trong quản trị, tăng cường năng lực điều hành của đội ngũ lãnh đạo. Chuẩn hóa hệ thống quy chế nội bộ, đảm bảo tính minh bạch, hiệu quả, tuân thủ pháp luật và thúc đẩy môi trường làm việc chuyên nghiệp, cởi mở.
- **Tài chính – đầu tư:** Tăng cường năng lực quản trị tài chính, khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực để tối ưu hóa lợi nhuận và đảm bảo nguồn vốn ổn định cho phát triển.

- **Văn hóa doanh nghiệp:** Xây dựng văn hóa doanh nghiệp trên nền tảng "Lấy con người làm trung tâm" – tạo dựng môi trường làm việc tích cực, gắn bó, nơi mỗi cá nhân đều phát huy tối đa năng lực và đồng hành cùng sứ mệnh của doanh nghiệp.
- **Trách nhiệm cộng đồng và môi trường:** Thực hiện trách nhiệm xã hội qua các hoạt động thiện nguyện, an sinh xã hội. Cam kết bảo vệ môi trường sản xuất và môi trường làm việc xanh – sạch – bền vững.

6. Các rủi ro

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

Rủi ro kinh tế

Trong bối cảnh hậu đại dịch Covid-19 và tình hình địa chính trị toàn cầu tiếp tục diễn biến phức tạp, đặc biệt là căng thẳng kéo dài tại khu vực Đông Âu và Trung Đông, kinh tế thế giới đang đối mặt với nhiều thách thức. Mặc dù áp lực lạm phát đã phần nào giảm bớt so với giai đoạn đỉnh điểm, lãi suất tại nhiều nền kinh tế phát triển vẫn duy trì ở mức cao để kiểm soát lạm phát lỗi. Điều này làm gia tăng chi phí vay vốn và ảnh hưởng tới dòng tiền của các doanh nghiệp.

- Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), lạm phát toàn cầu năm 2025 được dự báo giảm về mức khoảng 5,2% so với 5,8% năm 2024. Tuy nhiên, tốc độ phục hồi kinh tế vẫn chậm, trong khi dư địa chính sách tiền tệ và tài khóa tại nhiều quốc gia là khá hạn chế.
- Nguy cơ bất ổn xã hội gia tăng, đặc biệt nếu giá nhiên liệu, lương thực tiếp tục tăng mạnh, có thể ảnh hưởng đến tâm lý tiêu dùng và hoạt động kinh tế.

Rủi ro về thị trường

Thị trường rượu vang Việt Nam tiếp tục được đánh giá là giàu tiềm năng nhờ vào sự thay đổi thói quen tiêu dùng, thu nhập gia tăng và xu hướng ưa chuộng sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên, tốt cho sức khỏe. Tuy nhiên, Ladofoods đang phải đối mặt với nhiều thách thức lớn:

- Sự gia tăng của các sản phẩm vang nhập khẩu giá rẻ, đặc biệt là vang đóng chai từ bán thành phẩm (bulk wine), sử dụng mã vạch nước sản xuất nhưng không minh bạch về nguồn gốc, gây nhầm lẫn và cạnh tranh không lành mạnh.
- Các sản phẩm nhái thương hiệu Vang Đà Lạt, kém chất lượng, tiếp tục xuất hiện trên thị trường, ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín thương hiệu.
- Tình trạng dư thừa tồn kho vang tại các thị trường lớn như Úc, châu Âu sau giai đoạn Covid kéo dài, dẫn đến lượng cung vượt cầu và áp lực cạnh tranh về giá tại thị trường Việt Nam.
- Du lịch quốc tế phục hồi chậm, đặc biệt trong phân khúc khách châu Âu – nhóm khách hàng chính tiêu thụ vang, ảnh hưởng đến mảng tiêu thụ tại nhà hàng, khách sạn – nơi từng chiếm đến 30% doanh thu của Ladofoods.
- Xu hướng tiêu dùng rượu có cồn ngày càng đa dạng hơn với sự phát triển mạnh mẽ của các sản phẩm như bia thủ công (craft beer), rượu Soju, Shochu, cocktail đóng chai,... làm gia tăng mức độ cạnh tranh.

Rủi ro về nguyên vật liệu

Nguyên liệu đầu vào chính của Ladofoods là nho rượu và nho Cardinal được trồng tại vùng nguyên liệu Ninh Thuận. Điều kiện khí hậu cực đoan như hạn hán, mưa lớn bất thường có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến năng suất và chất lượng nho.

- Bên cạnh đó, giá các vật tư phụ trợ như chai thủy tinh, nút bấc, bao bì... có xu hướng tăng do ảnh hưởng từ giá nguyên liệu đầu vào và chi phí logistics toàn cầu.

- Để chủ động nguồn cung, Ladofoods đã đầu tư phát triển vùng nguyên liệu tập trung tại Ninh Thuận, mở rộng liên kết với các hộ nông dân và duy trì hệ thống nhà cung cấp trong và ngoài nước. Đồng thời, Công ty thường xuyên dự báo thị trường, xây dựng kế hoạch dự trữ nguyên liệu ổn định nhằm giảm thiểu rủi ro gián đoạn sản xuất.

Rủi ro về chính sách và pháp luật

Ladofoods hoạt động trong lĩnh vực chịu sự điều chỉnh bởi nhiều văn bản pháp luật như Luật Doanh nghiệp, Luật Thương mại, Luật Đầu tư, Luật Thuế, Luật An toàn thực phẩm, Luật Môi trường,... cũng như các chính sách liên quan đến thuế tiêu thụ đặc biệt và kiểm soát đồ uống có cồn (điển hình là Nghị định 100/2019/NĐ-CP).

- Ngoài ra, Công ty còn chịu ảnh hưởng từ các quy định pháp luật quốc tế trong hoạt động nhập khẩu vật tư và xuất khẩu sản phẩm. Sự thay đổi bất ngờ trong quy định có thể tác động tiêu cực đến hoạt động kinh doanh.
- Để hạn chế rủi ro, Công ty thường xuyên cập nhật quy định mới, tổ chức rà soát định kỳ các giao dịch thuế và tuân thủ đầy đủ chính sách pháp lý hiện hành.

Rủi ro khác

Công ty cũng đối mặt với các rủi ro bất khả kháng như thiên tai (động đất, lũ lụt), dịch bệnh mới, hoặc biến động chính trị toàn cầu. Mặc dù xác suất xảy ra thấp, nhưng nếu xảy ra sẽ gây ảnh hưởng lớn đến hoạt động sản xuất – kinh doanh.

- Trước những rủi ro này, Ladofoods đã xây dựng các phương án ứng phó linh hoạt nhằm đảm bảo an toàn cho cán bộ công nhân viên và duy trì hoạt động sản xuất trong mọi tình huống.
- Đồng thời, Công ty tiếp tục phát triển các dòng sản phẩm mới từ mật ong, nho và đặc sản vùng Đà Lạt – Tây Nguyên, đa dạng hóa danh mục nhằm thích ứng với biến động thị trường và nhu cầu người tiêu dùng.

7. Vị thế của doanh nghiệp

Ladofoods là doanh nghiệp tiên phong và chuyên nghiệp nhất Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất rượu Vang.

- Ladofoods là một trong những công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam;
- Ladofoods tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt Nam với hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước. Thị phần sản phẩm Vang của Ladofoods ước lượng chiếm 8% tổng thị phần vang tại Việt Nam (vang nội và vang nhập);
- Tại phân khúc khách hàng cao cấp, các sản phẩm vang Chateau Dalat của Ladofoods cạnh tranh trực tiếp với các sản phẩm vang nhập và đóng chai trong nước;
- Sản lượng sản xuất và tiêu thụ đạt mức: 2,5 – 3 triệu lít/năm, hướng đến mục tiêu đạt công suất sản xuất là 5.000.000 lít/năm;
- Hàng năm, Vang của Ladofoods đảm bảo được tăng trưởng bình quân 15- 20%, so với mức tăng trưởng của ngành đang là 7%/năm. Đây là một tín hiệu đáng mừng vì người Việt đã dần biết đến, yêu mến, cũng như tin dùng các sản phẩm vang Việt Nam hơn rất nhiều;
- Sản phẩm vang của Ladofoods cũng là sản phẩm vinh dự được Chính phủ sử dụng tại Apec 2006 và Apec 2017.
- Hệ thống phân phối vững mạnh phủ hơn 30.000 điểm bán trên toàn quốc:
 - + Phủ 100% thị trường 63 tỉnh thành trên toàn quốc;
 - + Phủ 100% hệ thống siêu thị có giấy phép buôn bán, bán lẻ rượu;
 - + Phủ các hệ thống các nhà hàng, khách sạn từ 3 sao trở lên.

- + Thị trường xuất khẩu bao gồm các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Campuchia, Singapore, Lào, Trung Quốc, Đài Loan...
- Chỉ số xuất khẩu đạt mức 20.000 lít/năm;
- Nhật Bản chiếm hơn 60% doanh số xuất khẩu;
- Ladofoods đang tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước trong khu vực châu Á, châu Mỹ, châu Âu.

II. Tình hình hoạt động kinh doanh

1. Hoạt động sản xuất kinh doanh

1.1. Quản lý tài chính

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

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

Thực hiện kiểm toán độc lập năm tài chính theo đúng quy định. Thực hiện theo ủy quyền của Nghị quyết ĐHĐCĐ 2024, Hội đồng quản trị đã thực hiện lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính năm 2024 của Công ty là Công ty TNHH Hãng kiểm toán AASC.

Thực hiện công tác báo cáo, công bố thông tin với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội theo quy định.

1.2. Sản xuất rượu vang và đồ uống khác

Nhà máy sản xuất

Kế thừa trên nền tảng xưởng rượu Lafaro của người Pháp, xây dựng từ những năm đầu thế kỷ 20, Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng – Ladofoods đã giữ gìn và tiếp tục phát triển lớn mạnh.

Tại vùng đất thiên nhiên tươi đẹp Đà Lạt, Ladofoods tự hào sở hữu một công trình kiến trúc hiện đại và tiên tiến trên khuôn viên hơn 5 hecta, ở trên độ cao hơn 1.600m so với mặt nước biển, nhiệt độ tại đây luôn được duy trì từ 18°C – 22°C, đảm bảo điều kiện tối ưu cho việc ủ và lên men rượu vang. Công suất: 5 triệu lít/năm. Nhà máy của Ladofoods không chỉ là nơi sản xuất mà còn là ngôi nhà của sự đam mê, tâm huyết, một kiệt tác của công nghệ làm vang hàng đầu theo tiêu chuẩn Châu Âu. Với quy mô nhà máy hiện đại, Ladofoods - Nhà Làm Vang Số 1 Việt Nam luôn tạo ra những điều kiện ủ và lên men rượu vang hoàn hảo nhất, mang lại hương vị đặc trưng và quyến rũ khó quên trên từng chai Vang. Kết hợp quy trình sản xuất hiện đại theo chuẩn công nghệ làm vang hàng đầu tại châu Âu cùng đội ngũ kỹ sư, chuyên gia làm vang giàu kinh nghiệm trên thế giới, Ladofoods đưa đến cho người tiêu dùng những chai vang đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Mỗi công đoạn sản xuất đều được các kiểm soát chặt chẽ theo những tiêu chuẩn khắt khe nhất từ việc lựa chọn kỹ lưỡng từng trái nho, giống men, cách thức ủ, phối trộn giữa các giống nho.

Trước khi đưa ra thị trường, mỗi chai vang đều được các kỹ thuật viên của Công ty có trình độ chuyên môn cao, có kỹ năng và kinh nghiệm trong lĩnh vực chuyên ngành thực phẩm kiểm tra các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh, đảm bảo đáp ứng quy chuẩn quốc gia về đồ uống có cồn và chất lượng theo các tiêu chuẩn đảm bảo an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng.

Hoạt động sản xuất – cung ứng



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

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

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

Quản lý công nghệ, sản xuất, chất lượng:

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

▪ Hệ thống quản lý chất lượng:

Xác định hệ thống quản lý chất lượng là một trong những yếu tố quan trọng quyết định chất lượng cũng như thỏa mãn các nhu cầu khách hàng, Ladofoods luôn duy trì cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng. Hiện nay, Ladofoods áp dụng kiểm soát việc thực hiện hệ thống quản lý An toàn vệ sinh thực phẩm ISO 22000: 2018, theo dõi giám sát xác nhận hệ thống HACCP, đạt yêu cầu trong đợt đánh giá định kỳ của tổ chức chứng nhận VIETCERT vào tháng 12/2022.

▪ Quản lý công nghệ

Hoạt động quản lý công nghệ luôn được công ty theo dõi, kiểm soát chặt chẽ việc thực hiện theo đúng quy định của Công ty. Tiếp nhận và giải quyết kịp thời các sự cố phát sinh trong quá trình sản xuất, ban hành quy định an toàn trong quản lý, sử dụng các vật tư, nguyên vật liệu. Các hoạt động đầu tư, trang bị thiết bị, máy móc sản xuất thực hiện theo đúng kế hoạch đề ra.

▪ Nghiên cứu, thử nghiệm, phát triển sản phẩm

- Hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm luôn được Công ty chú trọng và đẩy mạnh nhằm đa dạng hóa các sản phẩm đồng thời không ngừng tìm tòi, ứng dụng các kỹ thuật trên thế giới để cải thiện chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, phát triển sản phẩm phù hợp với xu hướng, thị hiếu tiêu dùng của khách hàng.
- Trong năm tập trung cải tiến các dòng sản phẩm mới phát triển như Sangria light đóng lon, rượu vang non, nước trái cây có ga; vang mật ong

Vùng nguyên liệu

- Rượu vang là loại đồ uống được lên men từ nho nên để làm ra những chai vang ngon thì giống nho và trái nho đóng vai trò quan trọng hàng đầu. Khác với những trái nho ăn quả, nho làm rượu vang có trái nhỏ hơn, ngọt hơn, nhiều hạt, vỏ dày. Những trái nho đưa vào sản xuất đều được lựa chọn kỹ, chừa nho chín đều, không sâu bệnh, trái nho đạt độ chín, độ chất tối nhất để đảm bảo chất lượng từng chai vang.
- Bên cạnh nguyên liệu nho Cardinal của Ninh Thuận, bằng tư duy hoàn toàn mới và cùng sự thấu hiểu mỗi loại nho sẽ tạo nên hương vị đặc trưng khác nhau cho vang, Ladofoods đã dày công nghiên cứu, đưa về những giống nho phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng Việt Nam.

- Ladofoods là Công ty duy nhất ở Việt Nam phát triển vùng nguyên liệu nho rượu và áp dụng thành công phương pháp canh tác nho cộc theo phương pháp châu Âu tại Ninh Thuận. Những trái nho rượu thu hoạch đã đáp ứng các yêu cầu về độ đường (độ Brix trên 20), độ chất phù hợp để tạo ra những chai vang ngon.
- Để đạt được thành công này, Ladofoods đã gửi rất nhiều mẫu đất sang châu Âu phân tích và chọn giống nho vang thích hợp nhất với thổ nhưỡng Việt Nam để phát triển. Lựa chọn phương pháp trồng nho theo kiểu hàng rào (cọc) giúp vườn luôn thông thoáng, ít sâu bệnh, chất lượng quả cao, lá và chùm quả được tiếp xúc tối đa với ánh nắng mặt trời.
- Các quá trình làm đất, hệ thống nước tưới, trồng cây, tia canh, phun thuốc, thu hoạch được thực hiện với quy trình chặt chẽ và khoa học thông qua hệ thống máy móc hiện đại (máy cày đa năng, hệ thống tưới nhỏ giọt, hệ thống thiết bị theo dõi thời tiết, độ ẩm của đất...) và sự giám sát của các chuyên gia châu Âu và trong nước, giúp tăng năng suất lao động cũng như đồng đều về chất lượng cho từng cây trồng.
- Ladofoods đã mạnh dạn đầu tư và áp dụng sáng tạo kỹ thuật trồng nho theo phương pháp trồng cộc của châu Âu vào điều kiện đặc thù về môi trường khí hậu tại Việt Nam từ năm 2012.
- Vùng nguyên liệu nho vang được áp dụng kỹ thuật canh tác hiện đại, sử dụng công nghệ cao vào chăm sóc nho như (hệ thống tưới nhỏ giọt, máy cày chuyên dụng (xới đất, cắt cành, làm cỏ, phun thuốc), sử dụng máy theo dõi thời tiết kết nối internet, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hoàn toàn có nguồn gốc hữu cơ (BIO) theo tiêu chuẩn của châu Âu...
- Hiện tại doanh nghiệp đã thực hiện 25ha và tiến tới 100ha trong các năm tới.
- Các định mức sản xuất, quy trình kỹ thuật, kiểm soát, quản lý vùng nguyên liệu đã được xây dựng, điều chỉnh trong năm. Cây nho sinh trưởng, phát triển tốt, ít sâu bệnh, chất lượng quả tốt đáp ứng được yêu cầu sản xuất vang chất lượng cao.
- Các hoạt động chăm sóc cây được thực hiện và kiểm soát theo đúng các quy trình kỹ thuật. Cây nho phát triển tốt, trái chín đạt tiêu chuẩn chất lượng.
- Trong năm, công ty thực hiện các khảo nghiệm phương pháp, công thức phân bón để đánh giá và điều chỉnh phương án chăm sóc phù hợp với sự phát triển của cây nho, điều chỉnh bổ sung các hàm lượng chất cho cây và đất.
- Các công tác chăm sóc, bảo dưỡng máy móc thiết bị tại vườn duy trì và đảm bảo hoạt động ổn định, lắp đặt hệ thống hẹn giờ tự động để chảy nước ban đêm nhằm tiết kiệm tiền điện và tăng giờ tưới.

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

- Năm 2019 đánh dấu bước ngoặt mới trên chặng đường phát triển của Ladofoods khi Ladofoods khai trương Hầm vang Đà Lạt – hầm vang chuẩn châu Âu duy nhất tại Việt Nam, điểm đến du lịch mới cho những người yêu vang và du khách đến Đà Lạt.
- Lễ khai trương Dự án Du lịch đánh dấu một bước tiến mới trong hành trình phát triển lâu dài và bền vững của Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng. Đồng thời, đây cũng là một mốc son mới của Ladofoods trong hành trình mang giá trị châu Âu đến cho người tiêu dùng Việt Nam.



- Hầm Vang Đà Lạt nằm trong khuôn viên hơn 5 hecta của công ty Ladofoods. Các kiến trúc sư từ Châu Âu đã căn cứ vào cảnh quan đồi núi và các yếu tố góc cạnh của địa hình để thiết kế kiến trúc Hầm vang với hình dáng hữu cơ của các chiếc lá hình Elip - đại diện cho triết lý trồng nho và làm rượu vang của Ladofoods, chú trọng trong việc làm ra những chai vang tuyệt hảo chuẩn mực quốc tế, an toàn cho sức khỏe và thân thiện với môi trường.
- Hầm Vang Đà Lạt mang phong cách châu Âu bán cổ điển, kết hợp giữa tính truyền thống Châu Âu của hầm rượu vang và sự sang trọng đẳng cấp của khu thử nếm rượu, và là một sản phẩm du lịch độc đáo nơi đây, kết hợp giữa văn hóa rượu vang của Châu Âu với cái hồn lãng mạn của Đà Lạt.
- Khu vực tham quan gồm 4 tầng kiến trúc: Hầm ủ vang dưới lòng đất, Khu vực trưng bày và giới thiệu sản phẩm (tầng trệt), Phòng thử nếm rượu vang (tầng 1), Sân thượng (tầng 2).
- Hầm vang Đà Lạt của Ladofoods đã được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam (VietKings) trao tặng kỷ lục Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam. Không cần phải đến châu Âu xa xôi, ngay tại Hầm Vang Đà Lạt, du khách có thể tận mắt chứng kiến quy trình ủ vang trong thùng gỗ sồi, tìm hiểu lịch sử hơn hai thập kỷ làm vang của Ladofoods.

Sản phẩm

- Mỗi loại vang đều có một công thức, bí quyết riêng từ thời gian ủ, nhiệt độ ủ, loại men, loại nho, tỷ lệ phối trộn giữa các loại nho... để tạo màu sắc, hương vị đặc trưng (độ chua, độ ngọt, độ tannin (chát), độ cồn và phức hợp hương được tạo ra từ quá trình lên men).
- Đến nay, Công ty đã đem đến thị trường nhiều dòng sản phẩm vang từ phổ thông đến dòng cao cấp được giới chuyên môn và những người sành vang đánh giá cao. Trong đó, tiêu biểu là các dòng sản phẩm Vang Đà Lạt và dòng vang Việt cao cấp – vang Chateau Dalat đầu tiên trên thị trường.
 - o Dòng sản phẩm phổ thông - Vang Đà Lạt gồm có các sản phẩm các loại: Vang Đà Lạt Dankia, Classic, Export, Superior, Premium, Excellence...
 - o Ladofoods là đơn vị duy nhất được UBND thành phố Đà Lạt chấp thuận được sử dụng địa danh “Đà Lạt” trong việc đăng ký nhãn hiệu “Vang Đà Lạt”.
 - o Dòng sản phẩm Vang Đà Lạt được vinh dự sử dụng tại APEC 2006
 - o Dòng sản phẩm cao cấp - Chateau Dalat với các sản phẩm đáp ứng cho phân khúc sản phẩm trung và cao cấp. Đây là sản phẩm vang cao cấp đầu tiên và duy nhất của Việt Nam được lên men 100% từ những trái nho rượu (nho Shiraz, nho Cabernet Sauvignon...) được trồng theo phương pháp canh tác cộc, công nghệ cao và ủ trong gỗ sồi, đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, sánh ngang với các loại vang nhập.
 - o Dòng sản phẩm Chateau Dalat được vinh dự sử dụng tại APEC 2017, sản phẩm Vang của Việt Nam duy nhất đạt giải tại các cuộc thi vang quốc tế.
 - o Ngoài các sản phẩm vang, công ty còn có các dòng nước trái cây và các sản phẩm khác từ nho như Vivazz Sangria, Vivazz Sparkling Juice, nước trái cây...

Hình ảnh một số sản phẩm chính:

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

Dòng sản phẩm	Phân khúc thị trường	Năm đưa ra thị trường	Thông tin
	Phổ thông, trung, cao cấp	2019	<p>Vang mật ong là sản phẩm vang mật ong cao cấp, lên men tự nhiên 100% bằng mật ong, được thực hiện lên men theo phương pháp lên men lạnh, nên vẫn giữ được nguyên vẹn vị lượng, khoáng chất và thành phần bổ dưỡng của mật ong.</p> <p>Cũng như sản xuất rượu vang từ nho, vang mật ong cũng phải tuân theo một quy trình nghiêm ngặt kéo dài hàng năm và được ủ trong thùng gỗ sồi để gia tăng hương vị và độ sánh ngọt của mật ong</p>
Vivazz Sparkling Juice 			Vivazz Sparkling Juice là sản phẩm nước nho ép có ga, không độ cồn, đóng chai nút khoén tiện lợi. Vivazz Sparkling Juice 275ml – Vị Đào, vị Việt quất, Vị dâu... là thức uống giải khát, tạo cảm giác sảng khoái và tốt cho sức khỏe.

1.3. Hoạt động bán hàng rượu vang và đồ uống khác

- Ladofoods tiếp tục giữ vững vai trò tiên phong và dẫn đầu trong ngành sản xuất rượu vang nội địa tại Việt Nam, với thị phần chiếm trên 60% tổng sản lượng vang sản xuất trong nước.
- Thị phần sản phẩm vang của Ladofoods ước đạt khoảng 8% tổng thị phần rượu vang tại Việt Nam, bao gồm cả vang nội địa và vang nhập khẩu – phản ánh sức cạnh tranh mạnh mẽ của thương hiệu trong cả phân khúc nội và ngoại.
- Thương hiệu Vang Đà Lạt đã trở thành lựa chọn tin cậy của người tiêu dùng Việt trong các dịp lễ, Tết, sự kiện – là sản phẩm biểu trưng cho sự tinh tế và truyền thống tặng quà của người Việt.
- Ở phân khúc trung cấp, dòng sản phẩm Chateau Dalat khẳng định vị thế bằng việc cạnh tranh trực tiếp với các thương hiệu vang nhập khẩu và vang đóng chai trong nước, nhờ chất lượng ổn định và định vị rõ nét.

- Với khách quốc tế tại Việt Nam, đặc biệt là du khách và cộng đồng người Hàn Quốc, Chateau Dalat tiếp tục là lựa chọn phổ biến và được đánh giá cao, trở thành một trong những sản phẩm vang Việt được yêu thích nhất trong nhóm người tiêu dùng này.

Hệ thống phân phối và kênh bán hàng

- Ladofoods sở hữu hệ thống phân phối rộng khắp với hơn 30.000 điểm bán hàng, phủ toàn bộ 63 tỉnh, thành trên cả nước.
- Hiện diện tại 100% hệ thống siêu thị lớn có giấy phép phân phối và bán lẻ rượu vang, bảo đảm sự hiện diện mạnh mẽ tại các kênh tiêu dùng hiện đại.

Hoạt động xuất khẩu

- Ladofoods đã xây dựng được mạng lưới xuất khẩu đến nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ trong khu vực, bao gồm: Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Campuchia, Singapore, Lào, Đài Loan, Trung Quốc, v.v.
- Sản lượng xuất khẩu đạt mức 20.000 lít/năm và đang tiếp tục tăng trưởng nhờ chính sách mở rộng thị trường và cải tiến sản phẩm phù hợp thị hiếu quốc tế.
- Trong năm 2025, Ladofoods tiếp tục đẩy mạnh chiến lược mở rộng xuất khẩu sang các quốc gia châu Á, ưu tiên các thị trường có cộng đồng người Việt và du khách quốc tế ưa chuộng rượu vang.

1.4. Hoạt động truyền thông rượu vang và đồ uống khác

- POSM cho thị trường trọng điểm Đà Lạt.
- Hoạt động trưng bày tại Nhà hàng Đà Lạt, keyshop Đà Lạt với sản phẩm mục tiêu tại 20 nhà hàng Đà Lạt (Từ tháng 4/2024 đến hết tháng 3/2025)
- Gian hàng sự kiện “Tuần lễ vàng Du lịch – Tỉnh Lâm Đồng” năm 2024 (tháng 4/2024)
- Tham dự Festival Hoa Đà Lạt 2024
- Triển khai quảng bá trên các nền tảng mạng xã hội: Facebook, Youtube, Tiktok...
- Triển khai bộ quà tết, các chương trình kick off giới thiệu sản phẩm, hoạt động trưng bày sản phẩm tại các điểm bán Key thị trường toàn quốc với 103 điểm trưng bày từ tháng 12/2024 đến hết tháng 01/2025...

2. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2024

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

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	2023	KH 2024	TH 2024	So sánh (%)	
						2024/2023	TH/KH
1	Doanh thu	Tỷ đồng	202,5	107,7	72,6	35,8	67,4
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	-21,5	1,8	0,496	102,3	27,6

Kết thúc năm tài chính 2024, doanh thu bán hàng đạt 72,6 tỷ đồng (*). Lợi nhuận trước thuế đạt 496 triệu đồng.

(*) Doanh thu trình bày trên Báo cáo tài chính đã trừ 20,8 tỷ đồng thuế tiêu thụ đặc biệt.

Tuy chưa đạt được như kế hoạch nhưng năm 2024 vẫn mang lại được lợi nhuận dương so với khoản lỗ 21,5 tỷ đồng của cùng kỳ năm 2023. Nguyên nhân chủ yếu khiến doanh thu sụt giảm đến từ việc đơn vị đã tái cơ cấu và dừng hoạt động sản xuất điều, thanh lý thiết bị và xử lý các tồn đọng trong năm 2024.

3. Tổ chức và nhân sự

3.1. Danh sách ban điều hành

STT	Họ tên	Chức danh	Số cổ phần sở hữu	Ghi chú
1	Ông Đỗ Thành Trung	Tổng Giám đốc	324,822	
2	Ông Đặng Minh Tuyến	Phó Tổng Giám đốc	0	
3	Ông Phan Anh Tú	Kế toán trưởng	708	

Tóm tắt lý lịch

Ông Đỗ Thành Trung – Tổng Giám đốc

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 05/11/1972

Nơi sinh : Tân Dân, Khoái Châu, Hưng Yên

Quốc tịch : Việt Nam

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

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

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

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

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

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

Ông Đặng Minh Tuyến – Phó Tổng Giám đốc

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 30/9/1979

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Hà Nội

Địa chỉ thường trú : 15/59/562 Thụy Khuê, Bưởi, Tây Hồ, Hà Nội

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân quản trị doanh nghiệp

Chức vụ hiện nay : Phó Tổng Giám đốc

Ông Phan Anh Tú – Kế toán trưởng

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 07/10/1973

Nơi sinh : Đà Lạt

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Đà Lạt

Địa chỉ thường trú : Yersin, Phường 10, Đà Lạt

Điện thoại liên lạc : 0263.3520290

Trình độ văn hóa : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân tài chính kế toán

Chức vụ hiện nay : Kế toán trưởng

3.2. Số lượng cán bộ công nhân viên

Tổng số lao động đến 31/3/2025 là 84 người. Trong đó:

STT	Trình độ	Số lượng
1	ĐH trở lên	40
2	Cao đẳng	10
3	Trung cấp	12
4	Khác	22

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

3.3. Chính sách

a. Chính sách đào tạo

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

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

b. Chính sách tuyển dụng

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

c. Chính sách sáng tạo

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

d. Chính sách đãi ngộ

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

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

4. Hệ thống quản lý chất lượng

- Đáp ứng tốt cho việc đánh giá giám sát của Vietcert, tiếp tục duy trì chứng nhận hệ thống phù hợp theo tiêu chuẩn ISO 22000:2018 và HACCP.

- Các công đoạn đều được kiểm soát chặt chẽ theo đúng tiêu chuẩn.

5. Tình hình tài chính

a. Tình hình tài chính

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2023	2024	% tăng giảm
1. Tổng giá trị tài sản	176.509,15	176.656,64	+0,08%
- Tài sản ngắn hạn	126.013,95	133.215,96	+5,71%
- Tài sản dài hạn	50.495,20	43.440,67	-13,96%
2. Vốn chủ sở hữu	171.415,53	171.911,94	+0,29%
3. Nợ phải trả	5.093,63	4.744,69	-6,85%
4. Doanh thu	202.510,49	72.680,88	-64,11%
5. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	(21.271,66)	280,79	+101,32%
6. Lợi nhuận khác	(255,34)	215,62	+184,46%
7. Lợi nhuận trước thuế	(21.527,00)	496,42	+102,31%
8. Lợi nhuận sau thuế	(19.259,27)	496,42	+102,58%

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2024 - VDL)

Năm 2024, tổng tài sản của Ladofoods gần như không đổi so với 2023 (+0,08%). Cơ cấu tài sản chuyển dịch theo hướng ngắn hạn tăng (+5,71%), dài hạn giảm (-13,96%), cho thấy xu hướng linh hoạt hóa nguồn lực.

Vốn chủ sở hữu giữ ổn định (+0,29%) trong khi nợ phải trả giảm 6,85%, phản ánh khả năng tự chủ tài chính được cải thiện.

Doanh thu sụt giảm mạnh 64,11% do trên báo cáo tài chính đã trừ đi phần thuế tiêu thụ đặc biệt, thêm vào đó là việc dừng sản xuất mảng điều trong năm 2024 để tái cấu trúc lại bộ máy. Dù vậy, công ty đã đảo chiều kết quả kinh doanh khi lợi nhuận từ lỗ chuyển sang lãi. Lợi nhuận trước thuế và sau thuế đều đạt 496,42 triệu đồng, tăng hơn 102% so với mức lỗ cùng kỳ, cho thấy hiệu quả trong tái cấu trúc và kiểm soát chi phí.

b. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2023	Năm 2024
I	Chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
1	Hệ số thanh toán ngắn hạn	lần	25,13	28,08
1	Hệ số thanh toán nhanh	lần	16,88	17,84
II	Cơ cấu vốn			
1	Nợ phải trả/Tổng tài sản	%	2,9	2,7
2	Nợ phải trả/vốn chủ sở hữu	%	3,0	2,7
III	Chỉ tiêu năng lực hoạt động			
1	Vòng quay hàng tồn kho	lần	2,02	1,39
2	Doanh thu thuần/tổng tài sản	lần	1,14	4,1
IV	Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
1	Hệ số lợi nhuận sau thuế /DT thuần	%	-9,56	0,69
2	Hệ số lợi nhuận sau thuế /VCSH	%	-11,24	0,29
3	Hệ số LN sau thuế /TTS	%	-10,91	0,28
4	Hệ số LN từ HĐKD/DT thuần	%	-10,56	0,39

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

c. Tình hình nợ phải trả

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024
I	Nợ ngắn hạn	5.013	4.744
1	Phải trả người bán ngắn hạn	1.423	939
2	Người mua trả tiền trước ngắn hạn	0,18	289
3	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	1.979,6	2.199,1
4	Phải trả người lao động	1.226	1.015
5	Chi phí phải trả ngắn hạn	-	-
6	Phải trả ngắn hạn khác	105	164
7	Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	80	-
8	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	199	135
II	Nợ dài hạn	80	-
1	Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	80	-
2	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	-	-
III	Tổng	5.093	4.744

(Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất năm 2024 – CTCP thực phẩm Lâm Đồng)

Tổng nợ phải trả năm 2024 giảm 6,85% so với 2023, chủ yếu do giảm nợ ngắn hạn. Các khoản giảm mạnh gồm: thuế và các khoản phải nộp Nhà nước (giảm 29,6%) và phải trả người bán (giảm 34%). Một số khoản tăng nhẹ như phải trả ngắn hạn khác và vay tài chính ngắn hạn. Nợ dài hạn không đáng kể và không phát sinh thêm trong năm.

=> Cơ cấu nợ ổn định, nợ giảm phản ánh khả năng kiểm soát tài chính được cải thiện.

6. Kế hoạch phát triển trong thời gian tới

a. Công tác tổ chức sản xuất

- Nhà máy chủ động lập kế hoạch và điều độ sản xuất linh hoạt theo nhu cầu thị trường, đảm bảo cung ứng kịp thời, đầy đủ, tối ưu hóa cơ hội kinh doanh.
- Kiểm soát chặt chẽ chi phí vận hành, nguyên vật liệu, tồn kho và chất lượng sản phẩm. Giảm thiểu sản phẩm lỗi, nâng cao hiệu quả sử dụng thiết bị và định mức sản xuất.
- Bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn lao động; bố trí nhân sự hợp lý, khoa học và hiệu quả.
- Duy trì và liên tục cải tiến hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế.

b. Nghiên cứu và phát triển sản phẩm

- Bộ phận Kinh doanh và Marketing chủ động phân tích xu hướng thị trường, đề xuất định hướng phát triển sản phẩm phù hợp nhu cầu người tiêu dùng.
- Phòng R&D phối hợp với chuyên gia trong nước và quốc tế để hoàn thiện chất lượng và hương vị các dòng vang cao cấp, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế.
- Đầu tư mở rộng dây chuyền sản xuất, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo ISO 22000:2018 – HACCP, nhằm nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm.
- Thực hiện tái định vị sản phẩm, làm mới hình ảnh thương hiệu theo chuẩn mực ngành vang thế giới; dự kiến phát triển 3–5 sản phẩm mới mỗi năm.
- Nâng cấp mẫu mã bao bì, tối ưu trải nghiệm người tiêu dùng, đồng thời khai thác tối đa thế mạnh về tay nghề, công nghệ và điều kiện tự nhiên đặc hữu của Đà Lạt, kết hợp giữa sản phẩm và dịch vụ du lịch.

c. Công tác cung ứng vật tư, nguyên liệu

- Xây dựng kế hoạch cung ứng chi tiết theo tháng/quý, đảm bảo nguyên liệu luôn sẵn sàng với chất lượng, giá cả hợp lý.
- Bám sát tình hình thị trường, mùa vụ, cập nhật liên tục để có chiến lược thu mua chủ động, tránh đứt gãy chuỗi cung ứng.
- Chủ động thu mua vật tư chiến lược (nho, dâu tằm, nguyên liệu nhập khẩu) với kế hoạch và thời gian phù hợp để đảm bảo hiệu quả và ổn định sản xuất.
- Tiếp tục mở rộng vùng nguyên liệu nho rượu theo tiêu chuẩn kỹ thuật cao, đáp ứng nhu cầu tăng trưởng trong trung và dài hạn.
- Đảm bảo đáp ứng kịp thời các yêu cầu phát sinh từ thị trường, đặc biệt là phục vụ thử nghiệm và ra mắt sản phẩm mới.

d. Công tác thị trường và phát triển kênh phân phối

- Xác định rõ phân khúc khách hàng mục tiêu, xây dựng tệp khách hàng tiềm năng và triển khai chiến lược Marketing tập trung – cá nhân hóa trải nghiệm tiêu dùng.
- Đổi mới mô hình kinh doanh theo định hướng thị trường, nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng, liên tục khảo sát thị trường để kiểm soát hiệu quả phân phối.
- Phát triển đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp, am hiểu sản phẩm và truyền cảm hứng tới người tiêu dùng.
- Rà soát, tái cấu trúc hệ thống phân phối để tối ưu hiệu quả và phát huy lợi thế cạnh tranh.

- Đẩy mạnh kênh phân phối hiện đại: siêu thị, nhà hàng – khách sạn cao cấp, tổ chức sự kiện, thương mại điện tử; đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu qua các chương trình xúc tiến thương mại quốc tế.
- Kết hợp giữa đội ngũ Sales và Marketing trong việc quan sát hành vi khách hàng, đối thủ cạnh tranh và kênh phân phối, từ đó đề ra mục tiêu hành động cụ thể.
- Phát triển mạnh kênh bán hàng online, giao hàng tận nơi và chiến lược cá nhân hóa, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại.

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

a. Cổ phần

Tổng số cổ phần đang lưu hành : 14.657.150 cổ phần

Loại cổ phần : Cổ phần phổ thông

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

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

b. Cơ cấu cổ đông (tính đến thời điểm 27/08/2024)

STT	Cổ đông	Số lượng cổ phiếu	Tỷ lệ sở hữu
			(%)
I	Trong nước	14.558.873	99,33%
1	Cổ đông là cá nhân trong nước	1.410.410	9,62%
2	Cổ đông là tổ chức trong nước	13.148.463	89,71%
	<i>Trong đó:</i>		
	<i>Nhà nước</i>	0	
II	Nước ngoài	98.277	0,67%
1	Cổ đông là cá nhân nước ngoài	93.903	0,64%
2	Cổ đông là tổ chức nước ngoài	4.374	0,03%
	Cộng	14.657.150	100%

c. Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn cổ phần của công ty (tính đến thời điểm 27/08/2024)

STT	Tên cổ đông	Số CP sở hữu	Tỷ lệ (%)
1	Công ty Cổ phần Megram	7.475.282	51
2	Tổng công ty Chăn nuôi Việt Nam - CTCP	5.613.217	38,3
	Cộng	13.088.499	89,3

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

e. Giao dịch cổ phiếu quỹ: Không có.

f. Các chứng khoán khác: Không có.

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

Hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và cung cấp đồ uống, thực phẩm, Ladofoods luôn ý thức và cam kết chính sách về bảo vệ môi trường qua việc đáp ứng tốt các yêu cầu về hệ thống xử lý

nước thải, khí thải, chất thải, tiêu thụ năng lượng trong quá trình vận hành, “xanh hóa” nhà máy sản xuất, Cải tiến thiết bị, công nghệ giúp tiết kiệm năng lượng, nước để giảm thiểu tối đa tác động đến môi trường.

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

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

Quản lý nguồn nguyên liệu

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

Tiêu thụ năng lượng

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

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

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

Tiêu thụ nước

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

Nghiên cứu tái sử dụng nước, góp phần tiết kiệm nguồn nước, bảo vệ môi trường.

Xử lý chất thải

Hiện nay, nhà máy đã thu gom bã trái cây sử dụng làm phân bón tại vùng nguyên liệu nho rượu. Các mảnh thủy tinh được thu gom tái chế sử dụng trong xây dựng. Đồng thời công ty sử dụng công nghệ sinh học hai giai đoạn kỵ khí – hiếu khí để xử lý nước thải tuyệt đối không gây ảnh hưởng môi trường. Điều chỉnh quy trình công nghệ trong sản xuất, kết hợp tái sử dụng nước nhằm giảm thiểu nguồn nước sử dụng cũng như nguồn nước thải.

Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường

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

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

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

Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty gắn kết hài hòa với hoạt động xã hội. Năm 2024 Công ty đã phối hợp, hỗ trợ cùng địa phương các hoạt động động phát triển cộng đồng, từ thiện.

III. Đánh giá của Hội đồng quản trị về hoạt động của Công ty

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

Năm 2024, Hội đồng quản trị đánh giá Ban Tổng Giám đốc đã có nhiều nỗ lực trong việc tổ chức, triển khai các hoạt động kinh doanh theo các Nghị quyết, quyết định của ĐHCĐ và HĐQT.

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

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

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

2. Kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2025

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2024	Kế hoạch 2025	KH 2025/TH 2024 (%)
1	Doanh thu	Tỷ đồng	72,6 (*)	104,5	143,9%
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	0,496	1,42	286,3%

(*) Doanh thu thực hiện năm 2024 trình bày trên Báo cáo tài chính đã trừ 20,8 tỷ đồng thuế tiêu thụ đặc biệt.

Năm 2025, Ladofoods đặt mục tiêu tăng trưởng tích cực với kế hoạch doanh thu đạt 104,5 tỷ đồng (tăng 43,9% so với thực hiện 2024) và lợi nhuận trước thuế đạt 1,42 tỷ đồng (gấp gần 3 lần so với năm trước).

Để đạt được mục tiêu này, công ty tập trung vào các định hướng sau:

- Tăng cường sản xuất: Nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng cao.
- Phát triển sản phẩm: Mở rộng danh mục sản phẩm, đặc biệt là các dòng vang mới phù hợp với thị hiếu đa dạng của người tiêu dùng.
- Đẩy mạnh marketing: Tăng cường hoạt động quảng bá trên cả kênh truyền thông truyền thống và kỹ thuật số.
- Mở rộng phân phối: Tăng độ phủ tại các kênh hiện đại như siêu thị, cửa hàng tiện lợi và nền tảng thương mại điện tử.
- Nâng cao dịch vụ khách hàng: Tập trung vào trải nghiệm và sự hài lòng để xây dựng lòng trung thành thương hiệu.

Kế hoạch này sẽ được trình Hội đồng quản trị thông qua tại Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2025.

IV. Quản trị Công ty

1. Hội đồng quản trị

a. Thành viên và cơ cấu của HĐQT

STT	Họ tên	Chức vụ	Số lượng CP sở hữu	Ghi chú
1	Bà Đinh Thị Mộng Vân	Chủ tịch HĐQT	0	
2	Ông Đỗ Thành Trung	Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT điều hành)	324.822	
3	Ông Trần Chí Sơn	Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT không điều hành)	0	
4	Ông Nguyễn Lương Tâm	Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT điều hành)	0	
5	Ông Nguyễn Phú Cường	Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT độc lập)	0	

Tóm tắt lý lịch**Bà Đinh Thị Mộng Vân – Chủ tịch HĐQT**

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 24/02/1984

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Dân tộc : Kinh

Số CCCD : 001184005586

Địa chỉ thường trú : Mỹ Đình, Nam Từ Liêm, Hà Nội

Trình độ chuyên môn : Cử nhân Luật kinh tế

Chức vụ hiện nay : Chủ tịch HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Phó Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Megram, Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Dược – TBYT Đà Nẵng.

Ông Đỗ Thành Trung – Thành viên HĐQT kiêm TGD*Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành***Ông Trần Chí Sơn – Thành viên HĐQT**

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 13/02/1975

Nơi sinh : Vĩnh Long

Quốc tịch : Việt Nam

Địa chỉ thường trú : 351/31 Nơ Trang Long, phường 13, quận Bình Thạnh, TP Hồ Chí Minh

Điện thoại liên lạc : 0903 937773

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn :

- Cử nhân, chuyên ngành kế toán – kiểm toán, Đại học tài chính kế toán TP Hồ Chí Minh
- Chứng chỉ kế toán công chứng Anh Quốc ACCA, hiệp hội kế toán công chứng Anh Quốc

- Cử nhân chuyên ngành Anh ngữ, Đại học Ngoại Ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội
- Chứng chỉ Quốc tế về Quan hệ cổ đông ICIR, Hiệp hội quan hệ cổ đông Anh Quốc và Singapore

- Chứng chỉ Quản trị công ty (UBCK NN)

- Chứng chỉ Kế toán trưởng (Bộ tài chính)

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác:

- Trưởng bộ phận Tài chính, kiêm phụ trách công tác quan hệ nhà đầu tư (“IR”), Công ty cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk)

- Thành viên HĐQT, Tổng công ty Chăn nuôi Việt Nam – CTCP

- Thành viên HĐQT, Lao – Jagro Development Xiengkhouang Co.,Ltd

Ông Nguyễn Lương Tâm – Thành viên HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 20/5/1985

Nơi sinh : Hưng Yên

Quốc tịch : Việt Nam

Dân tộc : Kinh

Số CCCD : 033085012293

Địa chỉ thường trú : Chung cư Imperia Garden, 203 Nguyễn Huy Tưởng,
Thanh Xuân, Hà Nội

Trình độ chuyên môn : Cử nhân Kế toán

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Thành viên HĐQT- Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Dược – TBYT Đà Nẵng.

Ông Nguyễn Phú Cường – Thành viên HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 5/10/1992

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Dân tộc : Kinh

Số CCCD : 001092025739

Địa chỉ thường trú : 252/31/19 Phạm Văn Chiêu, P9, Quận Gò Vấp TP Hồ Chí Minh
Trình độ chuyên môn : Cử nhân Kinh tế
Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

b. Các tiểu ban thuộc HĐQT: Không

c. Hoạt động của HĐQT

Trong năm 2024, Hội đồng quản trị đã tổ chức các cuộc họp (bao gồm họp trực tiếp và xin ý kiến Hội đồng quản trị bằng văn bản) để triển khai các nhiệm vụ trọng tâm cho hoạt động sản xuất kinh doanh và định hướng phát triển công ty.

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

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

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

2. Ban Kiểm soát

a. Thành viên và cơ cấu Ban Kiểm soát

STT	Họ tên	Chức vụ	Số lượng CP sở hữu	Ghi chú
1	Nguyễn Đình Chương	Trưởng BKS	0	
2	Nguyễn Thị Yến	TV BKS	0	
3	Phạm Hữu Hà	TV BKS	97	

Sơ yếu lý lịch Ban Kiểm soát

Ông Nguyễn Đình Chương – Trưởng Ban Kiểm soát

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 29/11/1988

Nơi sinh : TP Hồ Chí Minh

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : TP Hồ Chí Minh

Địa chỉ thường trú : G54, Mỹ Hòa 2, Xuân Thới Đông, Hóc Môn, TPHCM

Điện thoại liên lạc : 0938 777 437

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân, chuyên ngành Kế toán - Kiểm toán

Chức vụ hiện nay : Trưởng Ban Kiểm soát

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác:

- Tư vấn tài chính và quản lý ngân sách dự án nông nghiệp, Công ty Cổ Phần Vườn Trái Cừu Long – Les Vergers Du Mekong JSC (“Le Fruit”).

Ông Phạm Hữu Hà – TV Ban Kiểm soát

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 12/3/1967

Nơi sinh : Xã Tam Hải, Huyện Núi Thành, tỉnh Quảng Nam

Quốc tịch : Việt Nam

Địa chỉ thường trú : 58/3 Hùng Vương, phường 9, Đà Lạt

Điện thoại liên lạc : 0979 831 682

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân QTKD

Chức vụ hiện nay : TV Ban Kiểm soát

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Không

Bà Nguyễn Thị Yến – TV Ban Kiểm soát

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 04/3/1995

Nơi sinh : Hải Dương

Quốc tịch : Việt Nam

Địa chỉ thường trú : Đông Xuyên, Ninh Giang, Hải Dương

Điện thoại liên lạc :

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân Kiểm toán

b. Hoạt động của Ban Kiểm soát

Ban kiểm soát đã tiến hành những hoạt động chủ yếu sau:

- Giám sát việc tuân thủ điều lệ Công ty và nghị quyết đại hội đồng cổ đông khi Hội đồng quản trị và Ban điều hành và cán bộ quản lý khác thực hiện nhiệm vụ. Kiểm tra giám sát về hoạt động quản lý và thực hiện SXKD tại Công ty và các đơn vị trực thuộc.

- Kiểm tra báo cáo tài chính quý, năm nhằm đánh giá tính hợp lý, chính xác của các số liệu tài chính;

- Xem xét các Báo cáo của ban điều hành về tình hình quản trị và thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch đầu tư của Ban điều hành hàng quý, năm.

- Kiểm tra, kiểm soát tính tuân thủ các quy trình, quy chế của Công ty. Kiểm tra đánh giá tiến độ thực hiện tái cấu trúc.

Trong quá trình kiểm tra, Ban kiểm soát tham gia các cuộc họp định kỳ, họp chiến lược, kế hoạch của Công ty, làm việc cùng ban điều hành để nắm bắt tình hình hoạt động kinh doanh,

quản trị thực tế, trao đổi các giải pháp nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, kiểm soát, phòng ngừa rủi ro.

Ban Kiểm soát đánh giá hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty thực hiện minh bạch, tuân thủ các quy định của Công ty và quy định pháp luật.

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

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

Họ tên	Chức vụ	01/04/2024 – 31/3/2025
		Số tiền nhận (VND)
Đinh Thị Mộng Vân	Chủ tịch HĐQT	37,000,000
Trần Chí Sơn	Thành viên HĐQT	31,000,000
Đỗ Thành Trung	Thành viên HĐQT kiêm TGD	1,000,000
Nguyễn Lương Tâm	Thành viên HĐQT (bổ nhiệm 27/9/2024)	15,000,000
Nguyễn Phú Cường	Thành viên HĐQT (bổ nhiệm 27/9/2024)	9,000,000
Nguyễn Công Lâm	Thành viên HĐQT (miễn nhiệm 27/9/2024)	16,000,000
Lê Trung Thành	Thành viên HĐQT (miễn nhiệm 27/9/2024)	16,000,000
Nguyễn Đình Chương	Trưởng BKS	30,000,000
Nguyễn Lương Tâm	TV BKS (miễn nhiệm 27/9/2024)	6,000,000
Nguyễn Thị Yến	TV BKS (bổ nhiệm 27/9/2024)	6,000,000
Nguyễn Hữu Hà	TV BKS	12,000,000

(Nguồn: Báo cáo tài chính kiểm toán hợp nhất năm 2024- VDL)

b. Giao dịch cổ phiếu của cổ đông nội bộ: Không

c. Giao dịch khác (giao dịch cổ đông lớn): Không

d. Hợp đồng hoặc giao dịch với cổ đông nội bộ:

- Giao dịch mua hàng (chi phí dịch vụ công nghệ thông tin phục vụ hoạt động kinh doanh hàng năm) với công ty cổ phần Megram (công ty mẹ): 1.422.104.850 đồng

- Giao dịch cho vay phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh với Công ty cổ phần Elmich (Công ty con của Megram): 9.000.000.000 đồng

e. Việc thực hiện quy định về quản trị Công ty: Công ty thực hiện theo các quy định quản trị công ty của pháp luật, Điều lệ và các quy chế quản trị đối với công ty niêm yết.

V. Báo cáo tài chính**1. Tổ chức kiểm toán**

Công ty TNHH Hãng kiểm toán AASC

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

Tel : (84.24) 3824 1990

Fax : (84.24) 3825 3973

Email : aasc@aasc.com.vn

2. Báo cáo tài chính được kiểm toán

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

Địa chỉ công bố báo cáo tài chính kiểm toán công ty mẹ và hợp nhất năm 2024: www.ladofoods.vn.

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG

TỔNG GIÁM ĐỐC



Đỗ Thành Trung

