



## **BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025, KẾ HOẠCH SXKD NĂM 2026**

**Kính gửi : Đại hội đồng cổ đông Công ty CP gạch men Cosevco**

Ban điều hành Công ty cổ phần gạch men Cosevco báo cáo tình hình thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2025, dự kiến kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2026 với các nội dung chính như sau :

### **I. Tình hình sản xuất – tiêu thụ năm 2025 :**

#### **1. Tình hình sản xuất:**

Tổng sản lượng sản xuất năm 2025 đạt **1.949.908 m<sup>2</sup>**, đạt 84.7 % kế hoạch năm. Tỷ lệ loại 1 đạt 89.9%, loại 2 đạt 5.7%, loại 4 đạt 4,3%

Quý 1 năm 2025, công ty dừng sản xuất để triển khai sửa chữa, bảo dưỡng máy móc thiết bị, đến tháng 4/2025 Công ty mới triển khai sản xuất lại dây chuyền 1 và tháng 8 /2025 sản xuất dây chuyền 2.

Sản phẩm sản xuất năm nay của Công ty bao gồm 30x30cm, 40x40cm, 25x50cm , 20x40cm, 10x33cm, 15x50cm và sản xuất dòng sản phẩm mới 40x40cm bán sứ, 30x60cm bán sứ

Sản phẩm 30x30cm chiếm tỷ lệ sản xuất cả năm là 56%, ngoài các dòng sản phẩm kích thước nhỏ, công ty đã sản xuất dòng sản phẩm 30x60cm bán sứ, tuy nhiên chất lượng gạch bán sứ vẫn chưa đạt theo yêu cầu

Tỷ lệ sản phẩm loại 1 của cả 2 dây chuyền đạt 89.9%, tăng 3,1 % so với năm 2024. Tỷ lệ gạch thứ phẩm (loại 4) đạt mức 4,3%, thấp hơn so với năm 2024.

Sản xuất trong thời gian qua cũng có những khó khăn nhất định như:

Máy móc thiết bị thường xuyên sự cố, nguyên liệu có lúc chưa ổn định, do vậy sản phẩm sản xuất chất lượng không ổn định, sản lượng chưa đạt chỉ tiêu kế hoạch đề ra.

Nguồn cung ứng nguyên liệu đất sét vẫn khá căng do chưa tìm được nguồn cung đạt chất lượng và đáp ứng đủ nhu cầu sử dụng;

Kho bãi chật hẹp, việc tập kết và chuẩn bị nguyên liệu xương cho quá trình thử nghiệm và sản xuất rất bị động và gặp nhiều khó khăn trong bối cảnh công ty triển khai thêm dòng sản phẩm bán sứ.

## 2. Tình hình tiêu thụ:

### ➤ Tình hình chung:

Năm 2025 Ngành kinh doanh vật liệu xây dựng tăng trưởng chậm, các công trình xây dựng triển khai chậm hoặc phải giãn tiến độ là một trong những nguyên nhân lớn khiến các doanh nghiệp ngành vật liệu xây dựng gặp khó khăn trong việc tìm đầu ra. Các doanh nghiệp kinh doanh khó khăn xoay vòng vốn, lãi suất tăng cao; Chi phí vận tải tăng cao, nhu cầu tiêu thụ trong nước thì giảm mạnh; Sản phẩm nhập khẩu tràn ngập thị trường nhất là đối với dòng gạch men nói chung, gạch trang trí nói riêng.

Do ảnh hưởng của nền kinh tế nói chung, ngành vật liệu xây dựng nói riêng, công ty gặp nhiều khó khăn trong triển khai sản phẩm đến toàn hệ thống Nhà Phân Phối cũng như hệ thống bán lẻ.

### Sản lượng tiêu thụ theo cơ cấu sản phẩm:

- + Sản phẩm gạch trang trí kích thước 20x40 sản lượng tiêu thụ: 201.081 m<sup>2</sup> đạt 64,45% (KH 312.000 m<sup>2</sup>); và đạt 95,4% so với năm 2024 ( 210.732,73 m<sup>2</sup>)
- + Sản phẩm gạch trang trí kích thước 25x50 sản lượng tiêu thụ: 424.083 m<sup>2</sup> đạt 76% (KH 558.000m<sup>2</sup>); và đạt 110,18% so với năm 2024 (đạt 384.906.1 m<sup>2</sup>).
- + Sản phẩm gạch trang trí kích thước 10x33: Sản lượng: 60.443 m<sup>2</sup> đạt 61,05% so với KH năm (KH: 99.000 m<sup>2</sup>) và đạt 89,9% so với năm 2024 (đạt 67.232,81 m<sup>2</sup>)
- + Sản phẩm gạch trang trí kích thước 15x50: Sản lượng 41.335 m<sup>2</sup> đạt 125,26% so với kế hoạch năm (KH: 33.000 m<sup>2</sup>) và đạt 143,44% so với năm 2024 (đạt 28.815,95 m<sup>2</sup>)
- + Sản phẩm gạch 40x40 ( sàn nước và trang trí): Sản lượng: 190.652 m<sup>2</sup> đạt 105,33% (kế hoạch năm 181.000 m<sup>2</sup>); và đạt 200,7% so với năm 2024 (94.993,39 m<sup>2</sup>)
- + Sản phẩm gạch 30x30: Sản lượng 1.101.973 m<sup>2</sup> ( sàn nước: 975.654m<sup>2</sup> và gạch bông: 126.319m<sup>2</sup>) đạt 129,19% so với kế hoạch năm ( 853.000m<sup>2</sup> - sàn nước đạt 157,11% so với kế hoạch năm 621.000m<sup>2</sup> và gạch bông đạt 54,45% so với kế hoạch năm 232.000m<sup>2</sup>); và đạt 143,86% so với năm 2024 (765.983,14m<sup>2</sup>)
- + Sản phẩm gạch lục giác 43.3x50: Sản lượng: 65.277m<sup>2</sup> (Gạch kích thước không thông dụng, giảm giá, xử lý hàng tồn kho); và đạt 130,24% so với năm 2024 (50.120,43m<sup>2</sup>).
- + Sản phẩm gạch thương mại 60x60, 80x80: Sản lượng: 1.717m<sup>2</sup> (Gạch tồn kho, giảm giá, xử lý hàng tồn kho); và đạt 28,38% so với năm 2024 (6.049m<sup>2</sup>).
- + Sản phẩm gạch ốp 30x60 men matt: Sản lượng: 72.691m<sup>2</sup> (Gạch tồn kho và sản xuất không đảm bảo chất lượng, giảm giá, xử lý hàng tồn kho); và đạt 100,13% so với năm 2024 (72.598,94m<sup>2</sup>).



- + Sản phẩm gạch ốp 30x60 trang trí định hình: Dòng sản phẩm mới từ Quý III/2025, sản lượng: 60.645m<sup>2</sup>; và đạt 97,81% so với kế hoạch năm 62.000m<sup>2</sup>.
- + Trong năm 2025, Công ty cho thử nghiệm thêm các dòng sản phẩm mới như 30x60 bán sứ, 40x60 và 30x60 lát nhưng không đạt được kết quả khả quan.

**Đánh giá chung:** Năm 2025 ảnh hưởng chung của nền kinh tế nói chung, ngành VLXD nói riêng, công ty gặp nhiều khó khăn, tuy nhiên Công ty cũng đã đạt được một số trong việc triển khai thị trường, phát triển dòng sản phẩm phù hợp thị trường như duy trì hệ thống phân phối nhãn gia công, nhà máy ở các khu vực nhằm thay thế các NPP cũ đang có sản lượng giảm sút hoặc không hợp tác. Tìm kiếm và phát triển các nhà phân phối mới, cũng như làm đa dạng hệ thống mẫu mã để chào hàng, giới thiệu đến với khách hàng.

### **Sản lượng tiêu thụ theo các kênh:**

#### **Kênh phân phối:**

- + Năm 2024 tổng có 79 nhà phân phối, năm 2025 có 27 nhà phân phối không kéo hàng và đã mở thêm được 34 nhà phân phối mới, phát triển thêm tổng 84 nhà phân phối trên toàn quốc. Đồng thời, trong năm 2025 Công ty đã phát triển mở rộng xuất khẩu, cụ thể đã xuất khẩu qua thị trường Cuba với gạch 40x40cm sản lượng 32.256m<sup>2</sup>.
- + Sản lượng năm 2025 của nhà phân phối 1.849.240m<sup>2</sup>; đạt 95,67% KH năm (1.933.000m<sup>2</sup>) và đạt 121,16% so với năm 2024 (1.526.279 m<sup>2</sup>). Trong đó sản lượng nhà phân phối độc quyền chiếm 57,44% tổng sản lượng tiêu thụ; Nhà phân phối các nhãn nhà máy (787.028m<sup>2</sup>) chiếm 42,56% tổng sản lượng.
- + Năm 2025 Nhà phân phối độc quyền đạt sản lượng 1.062.212 m<sup>2</sup> đạt 96,13% so với kế hoạch năm (1.105.000 m<sup>2</sup>) và đạt 121,88% so với năm 2024 (871.537 m<sup>2</sup>)
- + Nhà phân phối phân phối tỉnh, khu vực các nhãn Dacera, Niko và các nhãn của nhà máy, các nhãn ủy quyền NPP độc quyền đạt sản lượng: 787.028m<sup>2</sup> đạt 95,05% kế hoạch năm (828.000 m<sup>2</sup>) và đạt 120,2% so với năm 2024 (654.742 m<sup>2</sup>)

#### **Kênh bán lẻ:**

- + Thị trường bán lẻ triển khai từ Đà Nẵng – Quảng Nam đến Huế - Quảng Bình và Kon tum.
- + Các thị trường bán lẻ sản lượng đạt 370.657m<sup>2</sup> đạt 88,89% kế hoạch năm (417.000m) và đạt 121,63% so với năm 2024 (304.736 m<sup>2</sup>)

### **Đánh giá :**

➤ Các mặt đạt được:

- + Mở rộng thêm các NPP đặt hàng gia công độc quyền và nhiều phân phối tỉnh, khu vực để thay thế các NPP triển khai không hiệu quả và đủ năng lực tiếp tục triển khai trong dài hạn. Gia tăng số lượng nhà phân phối phủ sóng khắp các tỉnh thành trên cả nước,

nhằm gia tăng sản lượng tiêu thụ các nhãn nhà máy và các nhãn độc quyền tại các thị trường trống không triển khai.

- + Phát triển dòng sản phẩm gạch 30x60cm trang trí định hình: Nhằm bắt kịp xu hướng sản phẩm gạch trang trí kích thước 30x60, gia tăng sản lượng tiêu thụ trong năm.
- + Đối với dòng sản phẩm 40x40 phát triển thêm sản phẩm xương semi cao cấp để đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng cao, cạnh tranh.
- + Đối với dòng sản phẩm 30x30 phát triển thêm nhiều mẫu mới đáp ứng nhu cầu thị trường và gia tăng sản lượng tiêu thụ.
- + Các sản phẩm loại 2, loại 3 đóng bao bì nhãn riêng và triển khai theo khu vực.
- Các mặt chưa đạt được:
  - Sản phẩm sản xuất chưa ổn định. Gạch lỗi lệch màu, nứt ngầm, dễ vỡ khi thi công,...
  - Dây chuyền đã lâu, cũ... nên việc phát triển thêm các dòng sản phẩm xương chất lượng cao, kích thước mới rất khó; làm gia tăng chi phí trong sản xuất, thử nghiệm....
  - Xuất hàng tại Công ty còn nhiều bất cập: Hàng lưu kho nhiều vị trí, việc nhận hàng mất nhiều thời gian, gây phiền phức cho khách hàng. Xe cộ cũng đã lâu năm, hư hỏng nhiều nên việc đáp ứng dịch vụ giao hàng khách hàng còn hạn chế.

### 3. Tình hình đầu tư :

Trong năm 2025, Công ty đã đầu tư các hạng mục chủ yếu và giá trị đầu tư từng hạng mục như sau:

Sấy phun ốp : 213 triệu đồng

Hệ thống tháp sấy phun Phân xưởng lát : 333 triệu đồng

### 4. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu chính năm 2025:

TT	Chỉ tiêu	Kế hoạch năm 2025	Thực hiện năm 2025	Tỷ lệ % thực hiện so với kế hoạch
1	Sản lượng sản xuất (m <sup>2</sup> )	2.300.000	1.949.908	84,8
2	Sản lượng tiêu thụ (m <sup>2</sup> )	2.700.000	2.157.744	79,9
3	Tổng doanh thu	280.000	228.243	81,5
4	Lợi nhuận trước thuế	3.000	744	24,8
5	Cổ tức %	0%	0%	0%

## II. Kế hoạch SXKD năm 2026 và các giải pháp thực hiện

### 1. Chỉ tiêu kế hoạch năm 2026:



TT	Chỉ tiêu	Kế hoạch năm 2026	Ghi chú
1	Sản xuất (m2)	2.100.000	
2	Tiêu thụ (m2)	2.510.000	
3	Tổng doanh thu (Tr. đồng)	270.000	
4	Lợi nhuận trước thuế (Tr. đồng)	1.000	
5	Cổ tức %	0%	

## 2. Giải pháp thực hiện :

### a. Về sản xuất:

- Kế hoạch sản xuất năm 2026 : 2.100.000 m2, dự kiến sản xuất dây chuyền 1 và 2. Tiếp tục sản xuất các dòng sản phẩm như 20x40cm; 25x50cm; 30x30cm; 40x40cm ceramic, 40x40cm bán sứ, 10x33cm; 15x50cm; 30x60cm bán sứ
- Đầu tư: Cải tạo sấy phun để nâng công suất sấy, tăng sản lượng sản xuất.
- Cải thiện chất lượng bài xương sản xuất để sản xuất ổn định, tránh tình trạng bể vỡ gạch trên dây chuyền và thử nghiệm thành công bài xương bán sứ để đáp ứng nhu cầu thị trường
- Khắc phục những khuyết tật khi sản xuất các mẫu màu trong men, tăng chất lượng loại 1, giảm phế phẩm để ổn định sản xuất, tăng sản lượng và giảm giá thành phân xưởng.
- Tăng cường công tác giám sát chất lượng sản phẩm, giảm thiểu tình trạng phân nhiều lô, hạ loại thường xuyên và khiếu nại sản phẩm sau bán hàng để giữ vững uy tín thương hiệu
- Tìm thêm nguồn nguyên liệu đất sét cho xương, các nguyên liệu có giá cạnh tranh để ổn định sản xuất lâu dài và giảm chi phí sản xuất của Công ty.
- Tìm thêm nguồn nguyên liệu đất sét cho xương, các nguyên liệu có giá cạnh tranh để ổn định sản xuất lâu dài và giảm chi phí sản xuất của Công ty.
- Kiểm soát chặt chẽ vật tư phụ tùng, nguyên liệu tồn kho để hạn chế thất thoát, đồng thời có biện pháp xử lý bớt những loại tồn lâu ngày không sử dụng để giải phóng kho và giảm giá trị tồn kho.
- Tăng cường sản xuất và đầu tư về thiết kế mẫu đối với các dòng : Gạch trang trí kích thước 25x50cm, 30x60cm, 40x40cm; sàn nước kích thước 30x30cm, 40x40cm.
- Đầu tư dây chuyền, thiết bị để sản xuất gạch trang trí xương pocerlain dòng gạch trang trí cao cấp.

### b. Về tiêu thụ:

- 1 Xây dựng kế hoạch phát triển khách hàng mới theo từng tháng, quý. Bố trí nhân sự bám sát, chăm sóc từng tệp khách hàng để có cơ sở đánh giá và hỗ trợ phù hợp. Đánh giá thực hiện sau hàng kì công tác. Mục tiêu năm 2026 phát triển mỗi khu vực Bắc, Trung, Nam từ 5-10 NPP. Nhất là khu vực miền Bắc.
- 2 Khai thác các dữ liệu khách hàng, thị trường, sản phẩm trên các ứng dụng hỗ trợ AL và Chat GPT...

- 3 Duy trì tham gia các hoạt động liên quan đến khuyến trương, quảng bá hình ảnh: Triển lãm Vietbuil, hội chợ ngành VLXD, TTNT, hội nghị khách hàng...
- 4 Xây dựng chính sách khuyến mãi phù hợp và đánh giá hiệu quả mang lại.
- 5 Cập nhật trang web công ty và thông tin rộng rãi; Xây dựng các kênh bán hàng trên các nền tảng online: facebook, Tiktok,...
- 6 Thông tin về sản phẩm: Mẫu mã, chính sách bán hàng, tồn kho, công nợ, vận tải... nhanh chóng đến khách hàng.
- 7 Nhanh chóng xử lý các vướng mắc sau bán hàng: về chất lượng sản phẩm, giao hàng; khiếu nại đổi sản phẩm, xử lý đền bù thỏa đáng, ...
- 8 Thường xuyên cho đánh giá sản phẩm, xử lý sản phẩm cũ để giải phóng kho bãi, thu hồi vốn tái sản xuất.

Trên đây là Báo cáo tình hình sản xuất kinh doanh năm 2025, các chỉ tiêu và giải pháp thực hiện kế hoạch năm 2026 của Ban Điều hành Công ty cổ phần gạch men Cosevco. Toàn thể CBCNV Công ty quyết tâm phấn đấu hoàn thành các mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2026 mà Đại hội đồng cổ đông đề ra.

Xin trân trọng cảm ơn ./.



**Vũ Tuấn Bình**