TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Habeco sụt giảm lợi nhuận năm thứ tư liên tiếp

05:37 10/02/2019

Hoạt động kinh doanh trong xu hướng đi ngang nhưng các khoản chi phí hoạt động, đặc biệt là chi phí bán hàng, tăng so với năm 2017 khiến kết quả kinh doanh cả năm tiếp tục sụt giảm. Đà lao dốc trong bốn năm liên tiếp khiến lợi nhuận của Habeco giảm hơn 50% so với mức đỉnh từng xác lập năm 2014.

Báo cáo tài chính quý IV của Tổng công ty Bia-Rượu-Nước giải khát Hà Nội (Habeco, mã CK: BHN) cho biết lợi nhuận trước thuế cả năm của doanh nghiệp này chỉ đạt gần 667 tỷ đồng, giảm hơn 23% so với cùng kỳ năm trước và là năm sụt giảm thứ tư liên tiếp.



Năm 2018, doanh thu của Habeco chỉ đạt gần 9.400 tỷ đồng, giảm gần 5% so với cùng kỳ năm trước, với lợi nhuận gộp giảm hơn 300 tỷ, còn 2.250 tỷ đồng.

Hoạt động kinh doanh trong xu hướng đi ngang nhưng các khoản chi phí hoạt động, đặc biệt là chi phí bán hàng, tăng so với năm 2017 khiến kết quả kinh doanh cả năm tiếp tục sụt giảm. Đà lao dốc trong bốn năm liên tiếp khiến lợi nhuận của Habeco giảm hơn 50% so với mức đỉnh từng xác lập năm 2014.

Kết quả này của Habeco đi ngược với xu hướng tăng trưởng chung của thị trường khi người Việt vẫn nằm trong danh sách uống bia nhiều nhất thế giới. Theo số liệu từ Hiệp hội Bia, rượu, nước giải khát (VBA), bình quân mỗi người Việt uống gần 45 lít bia trong năm 2017, tăng gấp rưỡi so với cách đó 2 năm. Theo quy hoạch phát triển ngành bia, rượu, nước giải khát Việt Nam, mục tiêu đặt ra của ngành bia là sản xuất được 4,1 tỷ lít bia vào năm 2020, nghĩa là bình quân mỗi người Việt khi ấy sẽ uống khoảng 43 lít một năm. Với dữ liệu này, năm 2017 tốc độ tiêu thụ đã gần bằng con số mục tiêu 4 năm tới.

Vấn đề của Habeco từng được nhiều công ty chứng khoán nhắc đến trong báo cáo phân tích những năm gần đây, là dù đứng đầu về thị phần thị trường bia miền Bắc, song thách thức với công ty đến từ sự thay đổi thị hiếu của người tiêu dùng và áp lực cạnh tranh từ những thương hiệu bia ngoại. Thị phần của Habeco chỉ còn duy trì ở phân khúc giá thấp, trong khi thị trường bia cao cấp bị lép vế trước sự cạnh tranh của Heineken, Bia Sài Gòn và những thương hiệu nước ngoài.

Theo báo cáo phân tích của Công ty chứng khoán Bản Việt (VCSC) cuối năm 2017, thị phần của Habeco đã giảm liên tục trong 6 năm gần đây, từ mức gần 20% năm 2010 xuống còn 18%.

Theo VCSC, nguyên nhân là thị trường phân khúc bia giá rẻ, vốn là thế mạnh của Habeco đang thu hẹp quy mô, trong khi tại phân khúc cao cấp công ty này lép vế hoàn toàn so với các đối thủ khác. Quy mô thị trường của phân khúc bia giá rẻ đã giảm xuống 8% tổng thị trường so với mức 14% cách đây 7 năm.

Phương Thảo (tổng hợp)