

SCD: Tăng trần dù lỗ 18 quý liên tiếp: Vốn chủ âm hơn 124 tỷ, kỳ vọng hồi sinh từ phân phối và bao bì

1. Kết quả kinh doanh quý 2/2025 tiếp tục sa sút

- Đây là **Quý thứ 18 liên tiếp báo lỗ**, lỗ lũy kế vượt **313 tỷ đồng**.
- **Vốn chủ sở hữu âm hơn 124 tỷ đồng**.

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Quý 2/2025	So với cùng kỳ
Doanh thu thuần	Tỷ đồng	27.7	Giảm 27%
Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	-25.4	Lỗ tăng 62%

2. Diễn biến cổ phiếu SCD

- **Tăng trần kết phiên thứ 6 ngày 25/07/2025 lên 14,700 đồng**, cao hơn **30%** so với đáy đầu tháng 6/2025.
- Hiện cổ phiếu SCD đang thuộc **diện hạn chế giao dịch**, chỉ được giao dịch vào **thứ Sáu hàng tuần**.

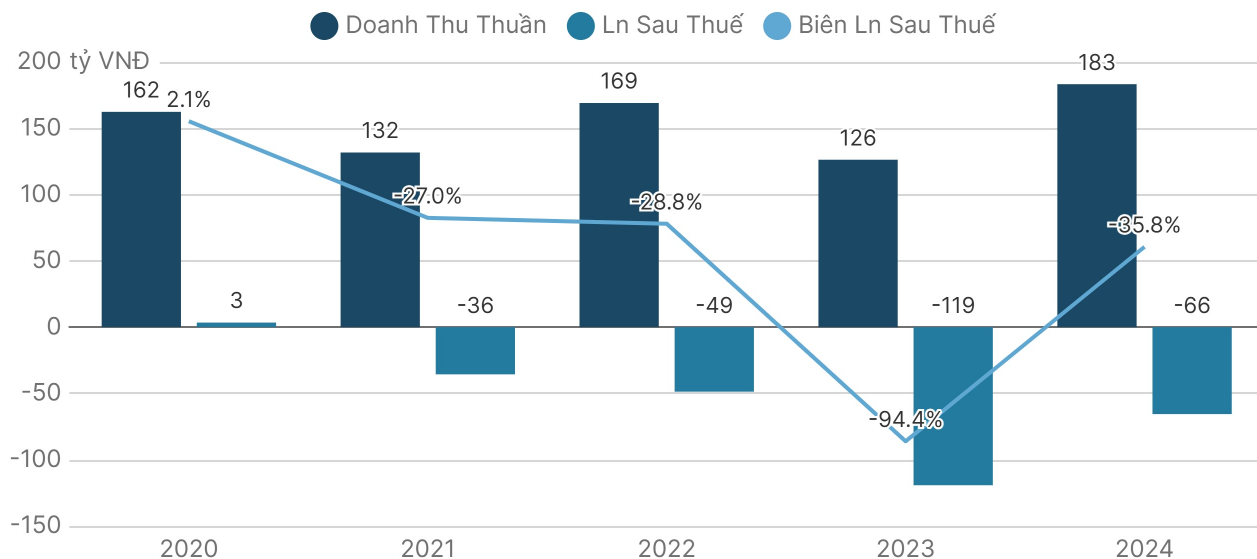
3. Kế hoạch kinh doanh năm 2025

- SCD vẫn dự kiến **lỗ 80.5 tỷ đồng** do ảnh hưởng từ **lãi vay cao** và **Chi phí thuê đất** lên tới **50 tỷ đồng/năm**.

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Kế hoạch năm 2025	So với năm 2024
Doanh thu	Tỷ đồng	260	Tăng 42%
Sản lượng tiêu thụ	Triệu lít	> 4	-
Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	-80.5	Tiếp tục lỗ

- Năm 2024, CTCP Nước giải khát Chương Dương (SCD) ghi nhận sự **bứt phá mạnh về doanh thu**, đạt **183 tỷ đồng**, tăng gần **46%** so với mức đáy 126 tỷ đồng của năm 2023. Tuy nhiên, đằng sau con số doanh thu tăng là **kết quả lợi nhuận tiếp tục thua lỗ**, với khoản **lỗ sau thuế lên tới 66 tỷ đồng**.
- Dù mức lỗ đã **thu hẹp** đáng kể so với **-119 tỷ đồng** năm 2023, nhưng **biên lợi nhuận sau thuế vẫn âm 35.8%**, cho thấy hiệu quả kinh doanh còn rất yếu.

Doanh thu thuần, lợi nhuận sau thuế (SCD)



Nguồn, tổng hợp: BCTC SCD, fireant.vn.

4. Bối cảnh và thực trạng SCD

- Chương Dương là thương hiệu lâu đời trong ngành nước giải khát Việt Nam, tiền thân là nhà máy Usine Belgique thuộc Tập đoàn B.G.I (Pháp).
- Thế mạnh cốt lõi là dòng nước giải khát có gas, đặc biệt là sản phẩm sá xị.
- SCD từng có lãi ổn định 20–30 tỷ/năm giai đoạn **2007–2016**.
- Tụt hậu về công nghệ và mất thị phần sau **Covid-19**, bị **hủy niêm yết HoSE** và chuyển sang UPCoM từ **5/2024** do lỗ 3 năm liên tiếp và âm vốn điều lệ.

5. Kế hoạch phục hồi và định hướng dài hạn

- Đang triển khai **mở rộng hệ thống phân phối** tại miền Nam và miền Trung.
- Tập trung **tối ưu hóa chi phí**, đầu tư vào **bao bì và sản phẩm mới**.
- Kỳ vọng phục hồi nhờ **Sabeco hỗ trợ tài chính** và mở rộng sản phẩm.
- Mục tiêu dài hạn: **phục hồi vị thế thương hiệu nước sá xị** tại thị trường nội địa.