



شرکت کارگزاری بانک مسکن  
Maskan Bank Brokerage co.

# دارویی آرایشی بهداشتی آریان کیمیا تک

تحلیلگر: مهرشاد متانی

## صنعت زیبایی و مراقبت شخصی

## جهانی

بازار زیبایی و مراقبت شخصی، دنیایی رنگارنگ از محصولات متنوع است که به دنبال ارتقای زیبایی، سلامت و اعتماد به نفس افراد هستند. این بازار گسترده، شامل طیف وسیعی از محصولات از جمله لوازم آرایشی، مراقبت از پوست و مو، عطر و ادکلن و ... می‌شود که هر کدام نقشی اساسی در روال مراقبت‌های روزانه افراد دارند.

امروزه، صنعت جهانی زیبایی و مراقبت شخصی، نقشی غیرقابل انکار در افزایش اعتماد به نفس، ارتقای سلامت و کمک به بیان فردی افراد ایفا می‌کند. عواملی مانند تغییر مداوم استانداردهای زیبایی، افزایش توجه به سلامت و تناسب اندام و همچنین قدرت و نفوذ روزافزون شبکه‌های اجتماعی، رونق روزافزون این بازار را به دنبال داشته‌اند.

در پاسخ به نیازهای متغیر و نوظهور مصرف‌کنندگان، برندهای فعال در این حوزه دائماً در حال ارائه محصولات و فرمولاسیون‌های جدید و خلاقانه هستند. توجه روزافزون به استفاده از مواد طبیعی و ارگانیک، تولید محصولات سازگار با محیط زیست و حمایت از رویکردهای بدون آزمایش روی حیوان، نشان‌دهنده تقاضای فزاینده برای محصولاتی با منبع اخلاقی و دوستدار زمین است. که این عوامل منجر به رشد روند زیبایی پاک شده است که یکی از عوامل مهم تاثیرگذار در این صنعت محسوب می‌شود.

زیبایی پاک به محصولات آرایشی، مراقبت از پوست و بهداشت شخصی گفته می‌شود که حاوی مواد شیمیایی مضر مانند پروپیل پارابن و بوتیل پارابن نیستند. همچنین، دوران همه‌گیری کرونا یکی از عوامل تقویت این روند بود، زیرا کاهش قابل توجه تعاملات اجتماعی، مصرف را از لوازم آرایش به سمت محصولات مراقبت از پوست و بهداشت شخصی سوق داد. یکی دیگر از جنبه‌های مورد توجه در زیبایی پاک، مبحث اخلاق و آزمایش روی حیوانات است.

یکی از بزرگترین چالش‌های پیش روی برندهای زیبایی پاک، قیمت بالاتر محصولاتشان بوده است، با این حال، در حال حاضر شاهد عملکرد بهتر در کل طیف محصولات زیبایی پاک هستیم که نشان می‌دهد این موضوع دیگر مانع بزرگی به شمار نمی‌آید. برای مثال، برند مراقبت از پوست لوکس Aesop، علی‌رغم رکود اقتصادی ناشی از کرونا، بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۱ نرخ رشد متوسط ۴۰ درصدی را نشان داده است. همچنین، قانون نانوشته هر بازار مصرفی، اطمینان از تجربه مثبت مشتری است، که باید به خاطر داشته باشیم که تعریف «تجربه مثبت» می‌تواند با گذشت زمان تغییر کند.

همچنین علاقه روزافزون به محصولات غیرسمی یا بدون تست حیوانی نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان به دنبال برندهایی خواهند بود که محصولاتی همسو با ارزش‌های فردی آن‌ها تولید می‌کنند. بنابراین، انتظار می‌رود محصولات زیبایی پاک، مطابق با این رفتارهای مصرف‌کننده، به عنوان محرک اصلی در کل صنعت زیبایی و مراقبت شخصی باقی بمانند.



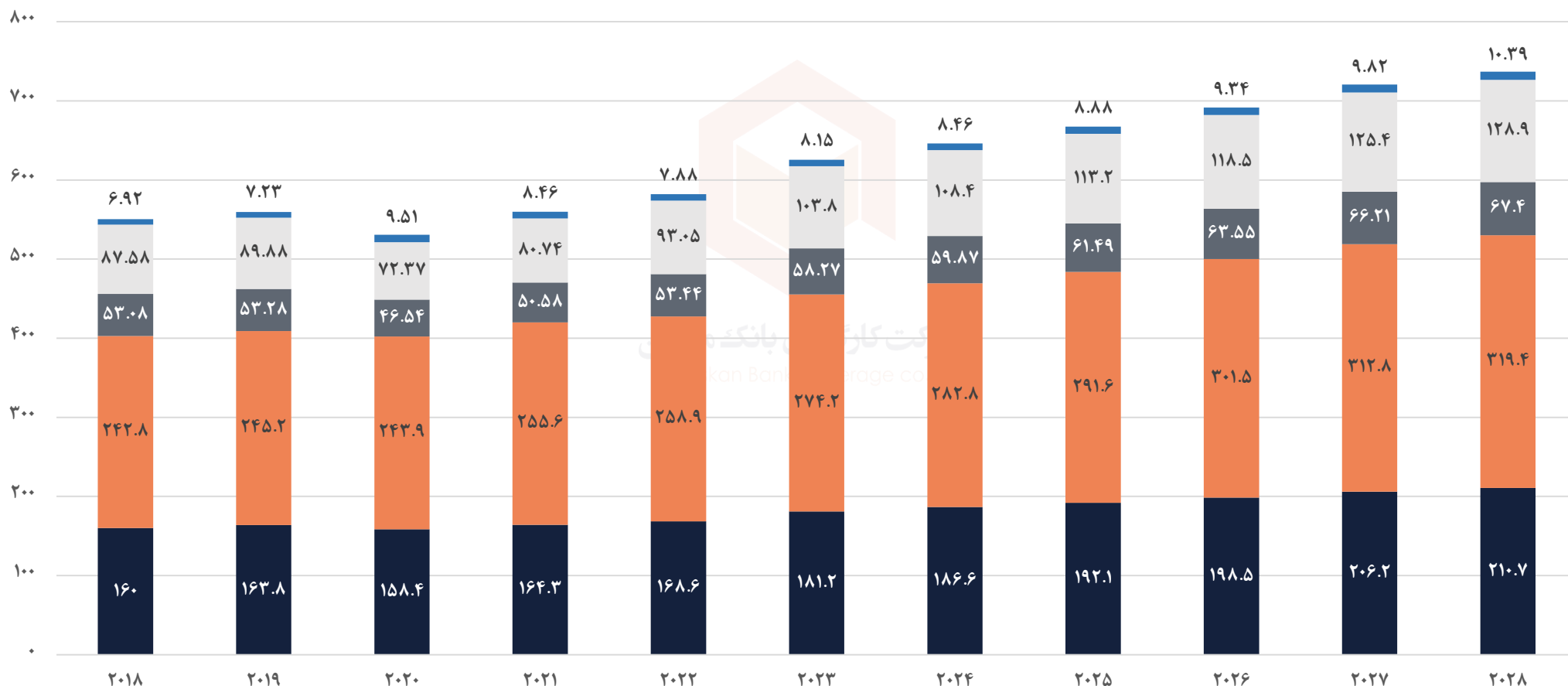


ارزش بازار

جهانی

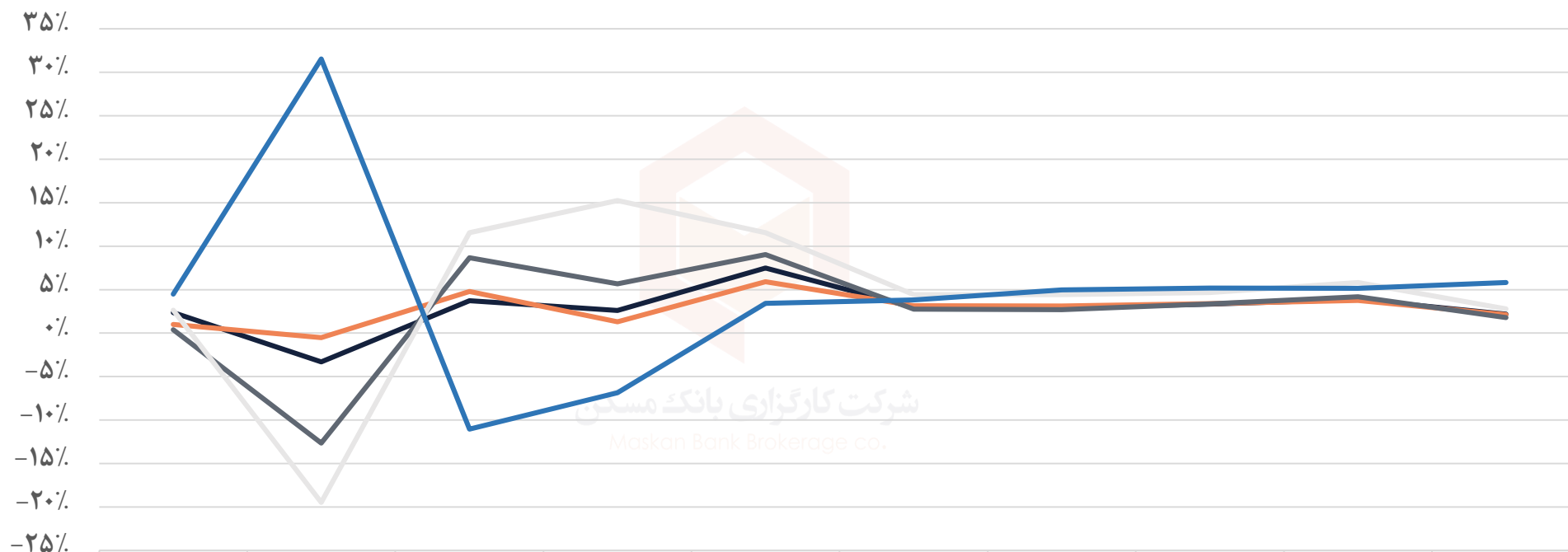
ارزش بازار صنعت زیبایی و مراقبت شخصی به بخش هایی از جمله، آرایشی، عطر، مراقبت شخصی، تکنولوژی زیبایی و مراقبت پوستی تقسیم می شود، که بخش مراقبت شخصی و مراقبت پوستی به ترتیب بیشترین ارزش بازار را به خود تخصیص داده اند. همچنین با استناد بر نشریاتی مانند، Statista Market Insights و Persistence Market Research، zionmarketresearch می توان بر رشد این صنعت تا حداقل محدوده ۸۰۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۰، تاکید نمود.

ارزش بازار (میلیارد دلار)





## رشد صنعت زیبایی و مراقبت شخصی



	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳	۲۰۲۴	۲۰۲۵	۲۰۲۶	۲۰۲۷	۲۰۲۸
مراقبت پوستی	۲.۴%	-۳.۳%	۳.۷%	۲.۶%	۷.۵%	۳.۰%	۲.۹%	۳.۳%	۳.۹%	۲.۲%
مراقبت شخصی	۱.۰%	-۰.۵%	۴.۸%	۱.۳%	۵.۹%	۳.۱%	۳.۱%	۳.۴%	۳.۷%	۲.۱%
عطر	۰.۴%	-۱۲.۷%	۸.۷%	۵.۷%	۹.۰%	۲.۷%	۲.۷%	۳.۴%	۴.۲%	۱.۸%
آرایشی	۲.۶%	-۱۹.۵%	۱۱.۶%	۱۵.۲%	۱۱.۶%	۴.۴%	۴.۴%	۴.۷%	۵.۸%	۲.۸%
تکنولوژی زیبایی	۴.۵%	۳۱.۵%	-۱۱.۰%	-۶.۹%	۳.۴%	۳.۸%	۵.۰%	۵.۲%	۵.۱%	۵.۸%

## عوامل اثرگذار بر صنعت

## جهانی

## عوامل اثرگذار بر رشد

- **تحول در نگرش به زیبایی:** تغییر نگرش جامعه نسبت به زیبایی، موتور محرکی برای تقاضای مداوم محصولات جدید و خلاقانه در حوزه زیبایی و مراقبت شخصی است. با تغییر معیارهای زیبایی، مصرف‌کنندگان به دنبال محصولاتی هستند که مطابق با ترجیحات روز باشند و همین امر باعث رونق بازار می‌شود.
- **اهمیت بیشتر به سلامتی و تندرستی:** افزایش آگاهی از اهمیت سلامتی و تندرستی در میان مصرف‌کنندگان، تقاضا برای محصولاتی را بالا می‌برد که هم در زیبایی ظاهری و هم در سلامت آن‌ها نقش داشته باشند. امروزه، محصولات زیبایی و مراقبت شخصی به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از سلامتی کلی شناخته می‌شوند.
- **تأثیر شبکه‌های اجتماعی:** پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی نقشی کلیدی در شکل‌دهی به ترندهای زیبایی و تحت تأثیر قرار دادن ترجیحات مصرف‌کنندگان ایفا می‌کنند. دسترسی گسترده به شبکه‌های اجتماعی باعث تسریع در استفاده از محصولات جدید، ایجاد ترندهای زیبایی و ایجاد تمایل به دریافت جدیدترین نوآوری‌های این بازار می‌شود.
- **نوآوری مداوم محصولات:** تعهد صنعت زیبایی و مراقبت شخصی به نوآوری، جریان ثابتی از محصولات جدید و بهبود یافته را تضمین می‌کند. مصرف‌کنندگان به طور فعال به دنبال فرمول‌های جدید، فناوری‌های پیشرفته و راه‌حل‌های منحصر به فرد برای نیازهای مراقبت از پوست و زیبایی خود هستند و همین امر باعث رونق بازار می‌شود.

- **گرایش به مواد طبیعی و ارگانیک:** افزایش علاقه مصرف‌کنندگان به مواد طبیعی و ارگانیک در محصولات زیبایی، نشان‌دهنده توجه روزافزون به پایداری و انتخاب‌های آگاهانه به سلامتی است. شرکت‌هایی که با پاسخ به این تقاضا، فرمولاسیون‌های سازگار با محیط زیست و با منابع اخلاقی را ارائه می‌کنند، از سهم بیشتری در بازار بهره‌مند خواهند شد.

## محدودیت های بازار

- **نگرانی‌های ایمنی محصولات:** استفاده از مواد شیمیایی و ترکیبات مختلف در محصولات زیبایی می‌تواند منجر به نگرانی‌هایی در مورد ایمنی آن‌ها نزد مصرف‌کنندگان شود. بروز واکنش‌های آلرژیک یا فراخوان محصولات به دلیل مشکلات ایمنی، می‌تواند به شهرت برند آسیب زده و مانع از رشد بازار شود.
- **رقابت شدید:** بازار زیبایی و مراقبت شخصی بسیار رقابتی است و برندهای متعددی برای جلب توجه مصرف‌کنندگان با هم رقابت می‌کنند. رقابت شدید می‌تواند منجر به فشار بر قیمت‌ها، کاهش سودآوری و نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتر در بازاریابی برای دیده شدن در این بازار شلوغ شود.
- **اختلال در زنجیره تامین:** صنعت زیبایی برای تامین مواد اولیه و تولید به زنجیره‌های تامین پیچیده جهانی وابسته است. اختلال در زنجیره تامین، مانند بلایای طبیعی، تنش‌های ژئوپلیتیکی یا همه‌گیری‌ها، می‌تواند منجر به کمبود کالا، افزایش هزینه‌ها و تاخیر در عرضه محصولات شود.

**رکود اقتصادی:** رکودهای اقتصادی و بحران‌های مالی می‌توانند بر هزینه‌های مصرف‌کنندگان برای کالاهای غیرضروری، از جمله محصولات زیبایی و مراقبت شخصی تأثیر بگذارند. در دوران رکود اقتصادی، مصرف‌کنندگان ممکن است به دنبال گزینه‌های ارزان‌تر باشند یا هزینه‌های غیرضروری را کاهش دهند که بر کل بازار تأثیر می‌گذارد.

**تردید مصرف‌کنندگان:** آگاهی روزافزون درباره مواد تشکیل دهنده محصولات، فرمولاسیون‌ها و تأثیر زیست‌محیطی بسته‌بندی، منجر به شکل‌گیری گروهی از مصرف‌کنندگان با دقت نظر بیشتر شده است. تردید مصرف‌کنندگان در مورد فریب‌کاری‌های به اصطلاح «سبزپوشی» (greenwashing)، ادعاهای تبلیغاتی نادرست یا عدم شفافیت می‌تواند برای برندها چالش ایجاد کند.

**تحولات سریع تکنولوژی:** در حالی که پیشرفت‌های فناوری محرک نوآوری است، می‌تواند برای شرکت‌هایی که سعی در همگام شدن با آخرین روندها دارند، چالش‌ساز نیز باشد. شرکت‌هایی که نتوانند از فناوری‌های نوظهور استفاده کنند، خطر عقب افتادن از قافله در این بازار پرشتاب را به جان می‌خورند.

**موانع قانونی:** قوانین سخت‌گیرانه و الزامات انطباق در صنعت زیبایی و مراقبت شخصی می‌تواند برای شرکت‌ها چالش‌برانگیز باشد. عبور از پیچ و خم قوانین مختلف، به خصوص در مناطق گوناگون، ممکن است منجر به تاخیر و افزایش هزینه‌های توسعه و بازاریابی محصول شود.

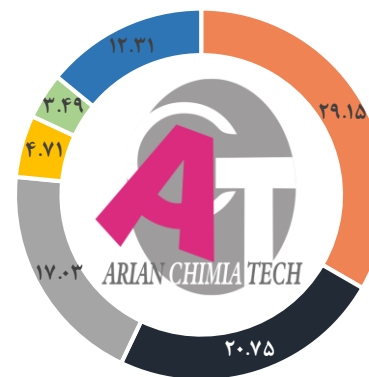




## معرفی شرکت

## کیمیاتک

### سهامداران شرکت (%)



- شرکت گروه صنعتی گلرنگ
- شرکت فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش
- شرکت گروه صنعتی پاکشو
- شرکت گروه سرمایه گذاری کوروش
- شرکت سرمایه گذاری توسعه صنایع پایدار
- سایر

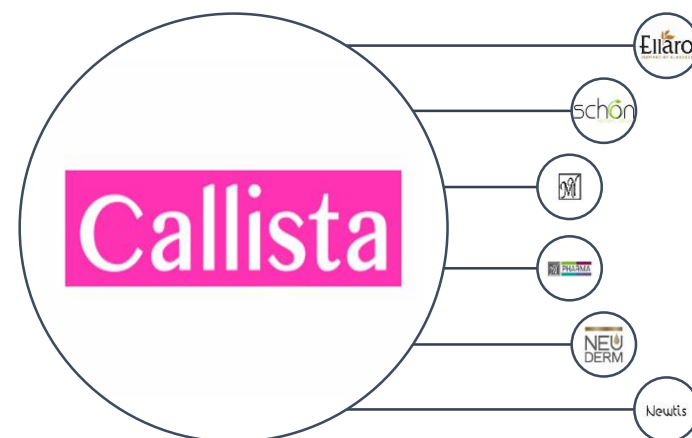
**آریان کیمیاتک** که در سال ۱۳۸۱ تاسیس شده، به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه صنعتی گلرنگ، جایگاه خود را به عنوان یکی از بازیگران اصلی در بازار پررونق محصولات دارویی، آرایشی و بهداشتی ایران تثبیت کرده است. این شرکت با تکیه بر کارخانه ای مدرن در منطقه ویژه اقتصادی سلفچگان، از تجهیزات پزشکی پوشش می دهد. استفاده از مواد اولیه مرغوب، قیمت گذاری مناسب، خدمات پس از فروش قابل قبول و شبکه توزیع گسترده در سراسر کشور، از دیگر مزایای این شرکت به شمار می رود.

نقاط قوت متعددی، آریان کیمیاتک را از رقبا متمایز می کند. تنوع بالای محصولات این شرکت، نیازهای مختلف مصرف کنندگان را در زمینه های مختلف دارویی، آرایشی، مراقبت از پوست و مو، مکمل های غذایی و تجهیزات پزشکی پوشش می دهد. استفاده از مواد اولیه مرغوب، قیمت گذاری مناسب، خدمات پس از فروش قابل قبول و شبکه توزیع گسترده در سراسر کشور، از دیگر مزایای این شرکت به شمار می رود.

برندهای شناخته شده ای مانند مای، مای فارما، شون، الارو، کالیستا و نئودرم در زیرمجموعه آریان کیمیاتک فعالیت می کنند و هر کدام در حوزه تخصصی خود، سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص داده اند.

همچنین، با توجه به بررسی های انجام شده در پلتفرم های فروش متعدد، تجربه مشتریان از استفاده محصولات این شرکت به صورت کلی مثبت و خوب ارزیابی شده است.

با این حال، مانند هر شرکت دیگری، آریان کیمیاتک نیز با چالش هایی روبرو است. رقابت فزاینده در بازار، نوسانات نرخ ارز، معضلات مربوط به تامین مواد اولیه و سیاست های دولتی از جمله این چالش ها هستند.



تولید

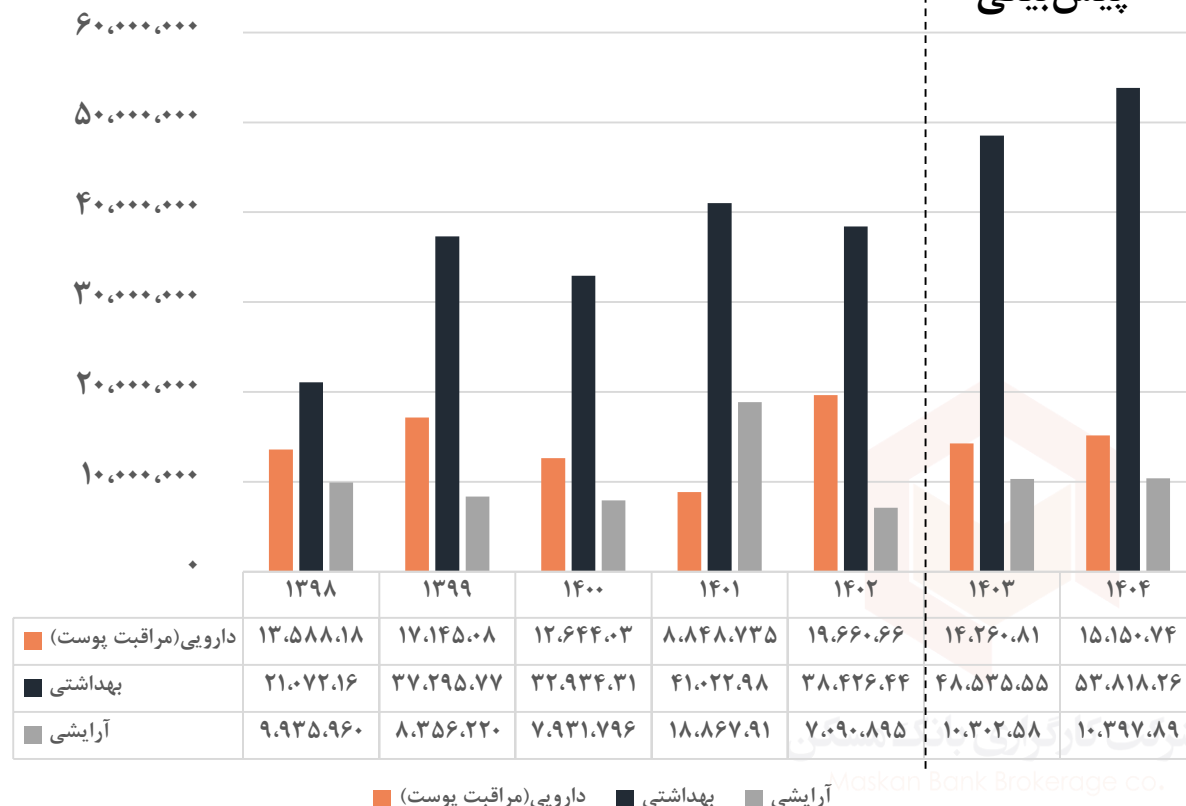
کیمیاتک

در حال حاضر، شرکت ۵۰ درصد از ظرفیت اسمی خود تولید داشته و با توجه کشش بازار و فروش شرکت، این تولید می‌تواند صعودی یا حتی نزولی باشد.

با توجه به روندهای جهانی و استفاده روزافزون افراد از لوازم آرایشی، بهداشتی و مراقبت از پوست، در این تحلیل، تولید به صورت کلی، صعودی پیش‌بینی شده است. با توجه به روند گذشته تولیدات محصولات شرکت، لوازم آرایشی، روندی پرنوسان داشته و این روند لزوماً صعودی نیست، اگرچه مقدار تولید برای سنوات آینده بالاتر از میانگین سالیان قبل در نظر گرفته شده است. در بخش لوازم بهداشتی، روند تولید به صورت فزاینده‌ای صعودی بوده و شروع این روند صعودی عمدتاً به علت کرونا بوده است و این روند رو به رشد، با توجه به تغییر سیاست‌های تولید و فروش شرکت به شکل خوبی نه تنها حفظ شده است بلکه روندی رو به رشد داشته و این مسئله به علت تنوع بخشی به سبد این نوع محصولات بوده است. در این تحلیل نیز، برای سنوات آینده، این روند ادامه داده شده است. در بخش مراقبت از پوست نیز، با توجه نفوذ شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات گسترده در زمینه مراقبت‌های پوستی، پیش‌بینی می‌شود این روند در سالیان آینده رو به رشد باشد و در نتیجه، در این تحلیل، شیب این روند صعودی، به صورت آهسته رشد داده شده است.

پیش‌بینی

تولید (عدد)



ظرفیت اسمی	تفکیک محصولات	گروه محصولات
۳۵,۰۰۰,۰۰۰	کرم دست و صورت، کرم مرطوب‌کننده و کرم‌های ضدآفتاب	دارویی (مراقبت از پوست)
۵۷,۰۰۰,۰۰۰	انواع شامپو، خوشبوکننده بدن و مایع دستشویی	بهداشتی
۴۳,۰۰۰,۰۰۰	لوسیون، آرایش لب و آرایش چشم	آرایشی

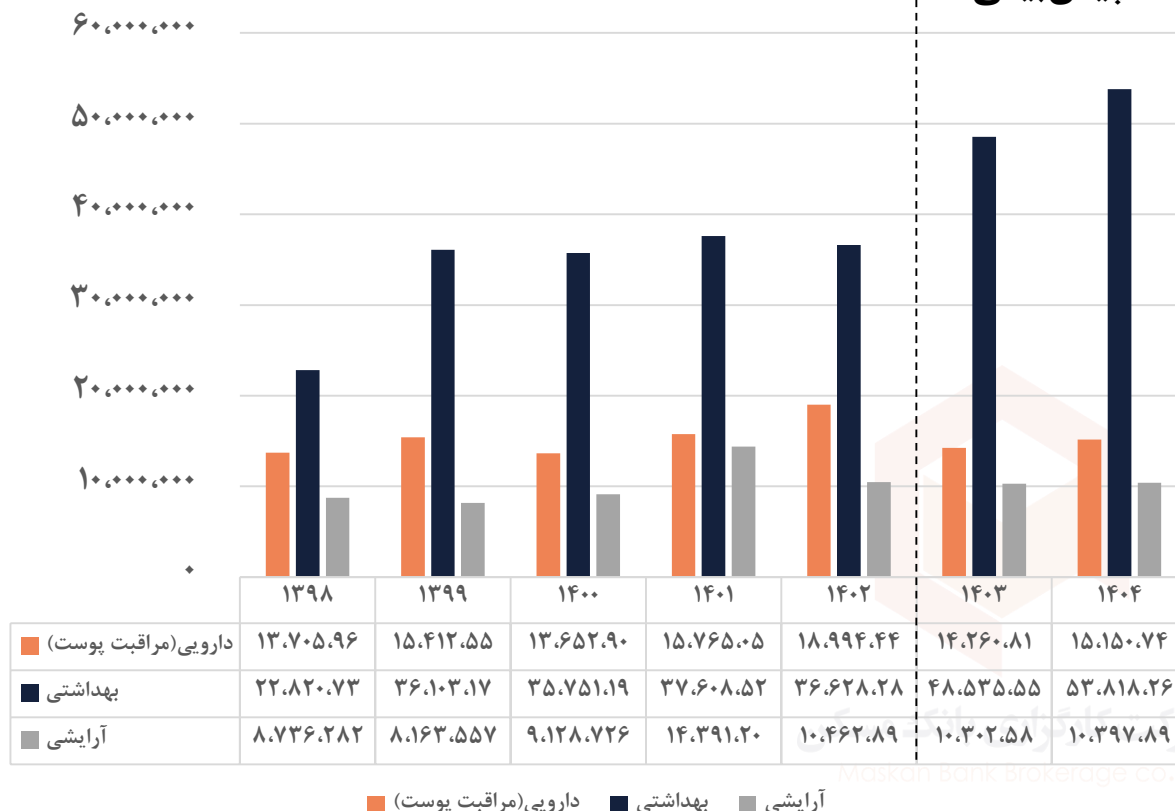


فروش

کیمیاتک

پیش بینی

فروش (عدد)



در بین شرکت‌های فعال گروه صنعتی گلرنگ در صنعت شوینده و بهداشتی، بعضاً در سبد محصولات برخی گروه بازارهای تولیدی و شرکت‌های مشابه نظیر گروه صنعتی پاکشو و شرکت پدیده قرن نیز مشاهده می‌شود. گروه بازارهای مشترک شامل انواع شامپو و نرم‌کننده موی سر، شامپوی بدن و مایع دستشویی می‌باشد اما بازار هدف محصولات کیمیاتک با این محصولات متفاوت بوده و محصولات شرکت عمدتاً طبقه متوسط به بالای جامعه را هدف قرار داده‌اند. همچنین محصولات آرایشی صرفاً در شرکت آریان کیمیاتک تولید می‌شود. فروش شرکت نیز به صورت مویرگی بوده و عمده فروش آن توسط خرده فروشی و فروش‌های اینترنتی انجام می‌شود. و با توجه به نظرات مشتریان، به صورت کلی کیفیت محصولات و برندهای زیر نظر شرکت مثبت و خوب ارزیابی شده است. از مزایای شرکت نیز می‌توان به قرار گرفتن در گروه گلرنگ، کانال‌های پخش متعدد، تنوع برند و محصولات، مقبولیت برندهای شرکت، تجویز محصولات توسط پزشکان و متخصصان پوست و مو، ممنوعیت واردات محصولات خارجی و ارتباط موثر و مستمر با زنجیره ارزش اشاره نمود.

شرکت طرف قرارداد فروش

توسعه تجارت الکترونیک کوروش
نوآوران فن آوازه (دیجی کالا)
فروشگاه‌های زنجیره افق کوروش
شرکت زنجیره‌ای اورست مدرن پارس
فروشگاه‌های زنجیره رفاه
فروشگاه‌های ماف پارس

کانال‌های فروش

سهم فروش در ۶ ماهه ۱۳۹۹	
۷۵٪	فروش خرده فروشی و اینترنتی توسط شرکت
۸٪	فروش خرده فروشی توسط شرکت گلرنگ پخش
۸٪	فروش به فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش
۸٪	فروش به سایر فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۱٪	فروش صادراتی





## نرخ فروش

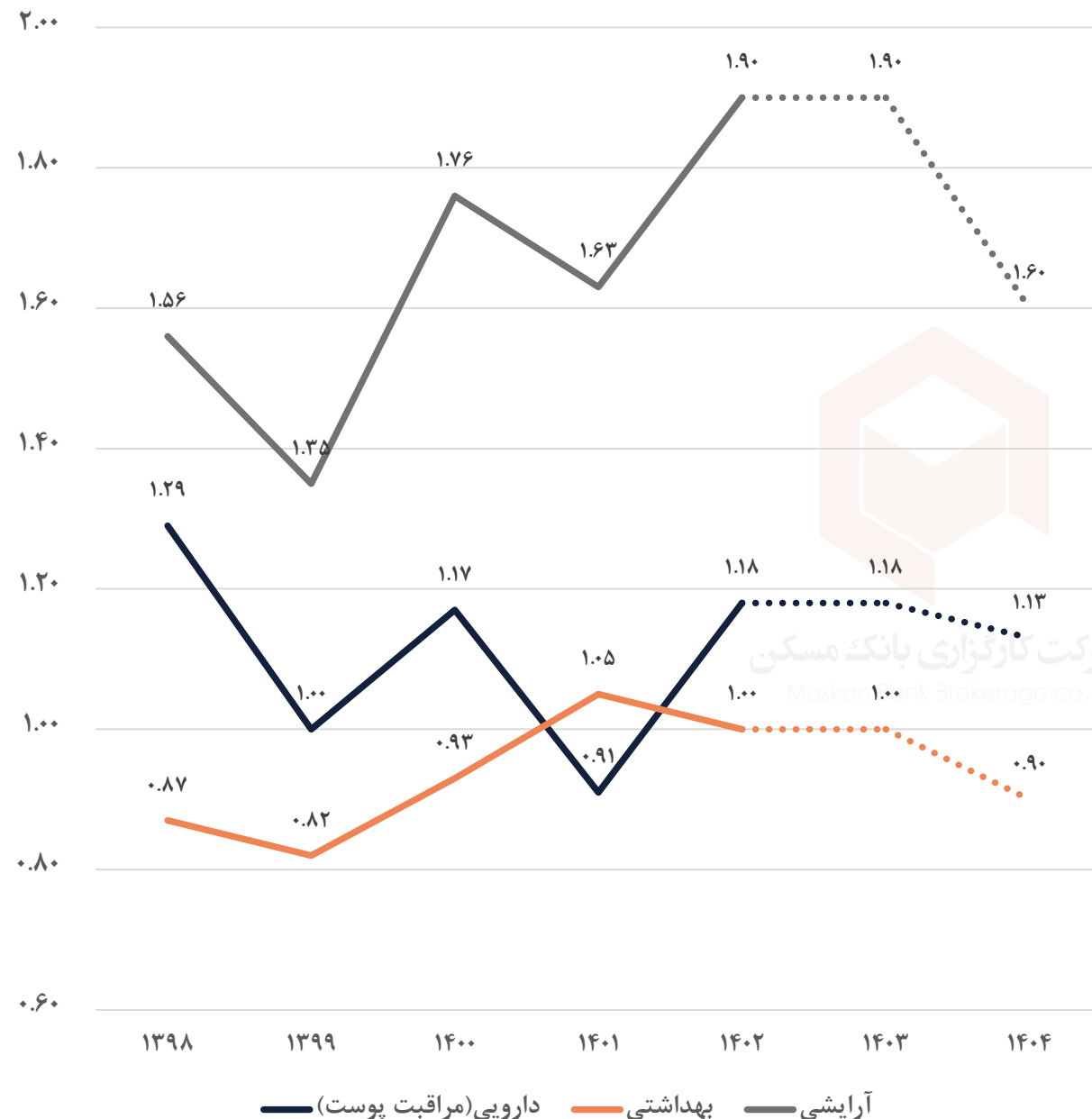
## کیمیاتک

محصولات کیمیاتک، به علت قرار نگرفتن در دسته کالاهای اساسی شامل قیمت گذاری سازمان حمایت نشده و قیمت گذاری محصولات شرکت، با توجه به بهای تمام شده محصولات، روند عرضه و تقاضا و از طریق مذاکره با انجمن صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی ایران و تایید آن انجام می گردد و این کمیته با ریاست شرکت پدیده شیمی قرن می باشد که از زیرمجموعه های گلرنگ می باشد. به صورت کلی، با توجه به سابقه قیمتی محصولات شرکت، بنظر نمی رسد این شرکت در قیمت گذاری محصولات و افزایش قیمت دچار مشکلی از این زمینه باشد. با توجه به نوع فروش شرکت، عمدتاً محدودیت نرخ گذاری شرکت، تقاضا و کشش بازار بوده و با کاهش قدرت خرید مردم این محدودیت بیشتر به چشم خواهد آمد.

## اعضا کمیسیون قیمت گذاری

شرکت پدیده شیمی قرن (ریاست کمیسیون) (زیرمجموعه گلرنگ)	شرکت کندر
شرکت پاکشو (زیرمجموعه گلرنگ)	شرکت گلان
شرکت پدیده شیمی پایدار (زیرمجموعه گلرنگ)	شرکت زیباوش
شرکت پاکسان	شرکت پارس حیان
شرکت سروش طراوت طبیعت	شرکت پاکوش
شرکت محصولات بین المللی پارس	

## نرخ فروش محصولات (دلار آزاد/عدد)





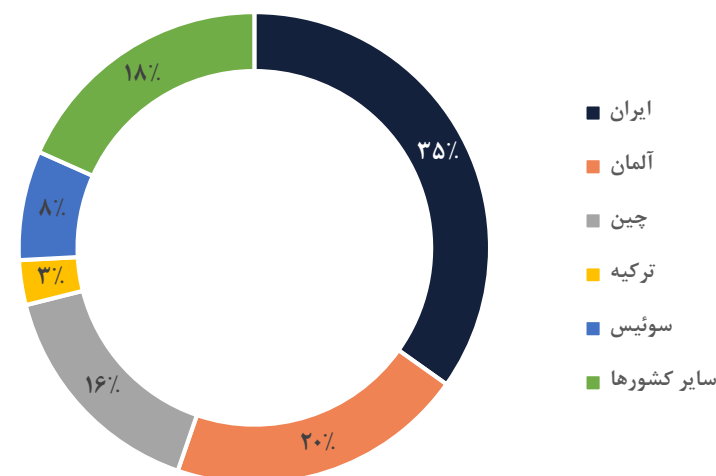
## بهای تمام شده

## کیمیاتگ

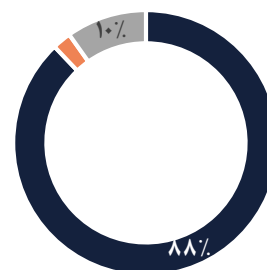
۸۸ درصد از بهای تمام شده شرکت شامل مواد اولیه مصرفی می شود که ۶۰-۷۰ درصد آن عمدتاً وارداتی بوده و ارزش مورد نیاز این واردات از صرافیه ها و به صورت آزاد تامین می شود. این مواد شامل، اکتیو ها، پودرها، اسانس ها، حلال و روغن ها و مواد بسته بندی می باشد.

لازم به ذکر می باشد که مواد اولیه این شرکت در لیست تحریم ها نبوده و فعلاً شرکت در واردات و تامین آن به مشکلی برنخورده است و در صورت تحریم این مواد، هزینه بهای تمام شده شرکت افزایش چشم گیری پیدا خواهد کرد.

## کشورهای تامین کننده مواد اولیه

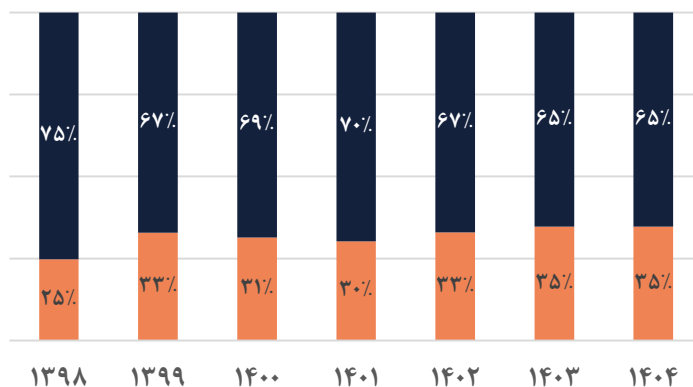


## تفکیک بهای تمام شده ۱۴۰۲



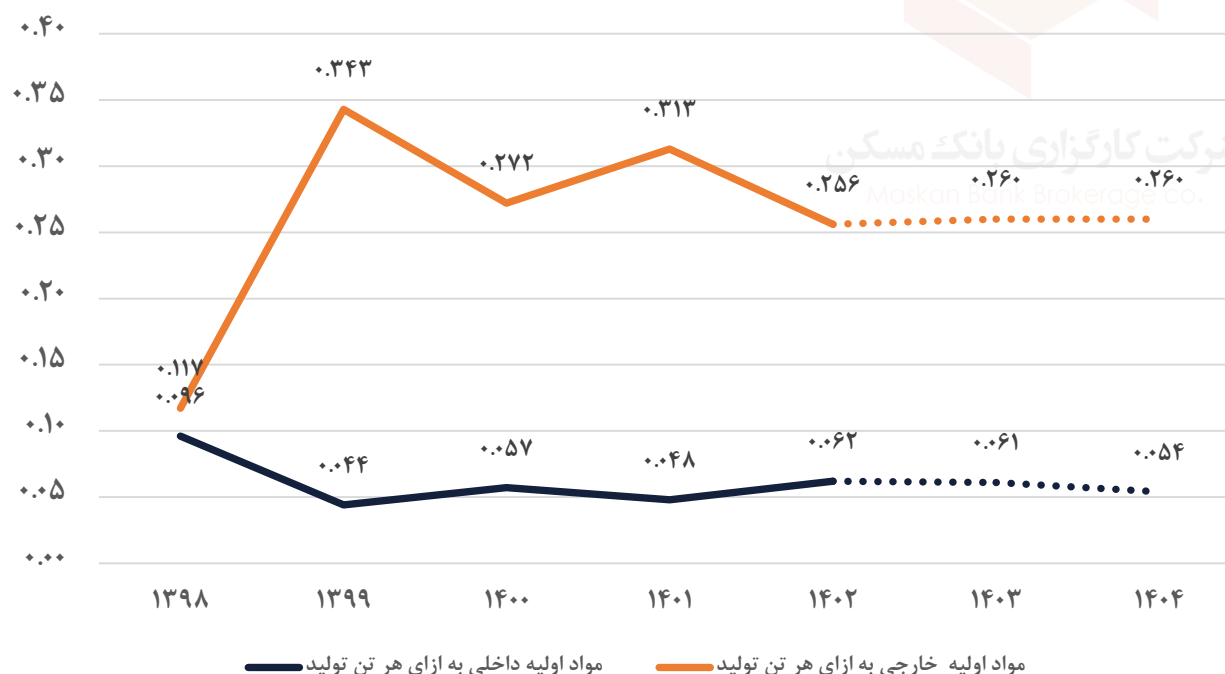
دستمزد مستقیم تولید  
مواد مستقیم مصرفی  
سربار تولید

## تفکیک به مبلغ فروش



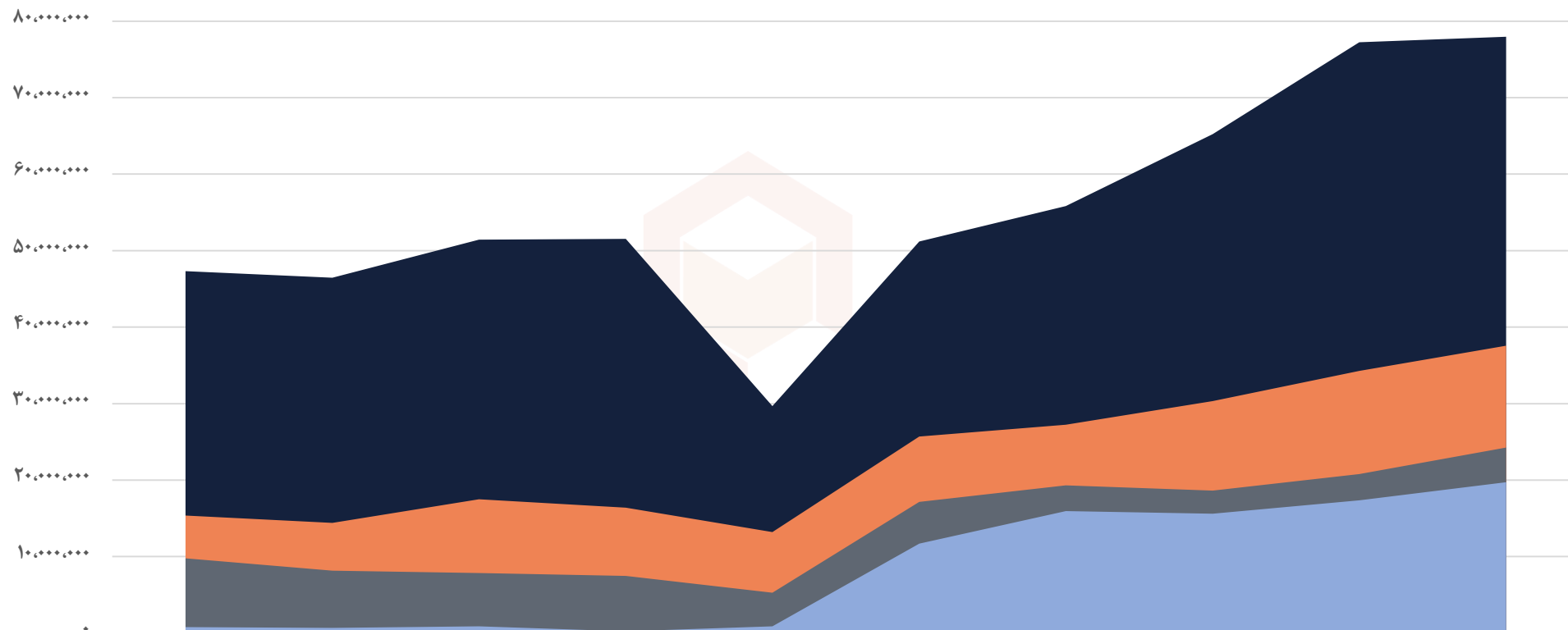
مواد اولیه و لوازم بسته بندی خارجی  
مواد اولیه و لوازم بسته بندی داخلی

## مبلغ مواد اولیه خریداری شده به ازای هر تن تولید (دلار آزاد/عدد)





روند فروش و سود کیمیاتک (دلار آزاد)



	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲
فروش	۴۷,۳۲۳,۰۰۰	۴۶,۴۶۱,۰۰۰	۵۱,۴۳۶,۰۰۰	۵۱,۵۴۶,۰۰۰	۲۹,۶۸۷,۰۰۰	۵۱,۱۹۸,۰۰۰	۵۵,۸۴۲,۰۰۰	۶۵,۲۲۶,۰۰۰	۷۷,۲۵۰,۰۰۰	۷۷,۹۴۳,۰۰۰
سود (زیان) ناخالص	۱۵,۳۷۵,۰۰۰	۱۴,۳۹۹,۰۰۰	۱۷,۴۹۰,۰۰۰	۱۶,۴۰۱,۰۰۰	۱۳,۱۹۶,۰۰۰	۲۵,۶۸۸,۰۰۰	۲۷,۲۳۶,۰۰۰	۳۰,۳۲۵,۰۰۰	۳۴,۲۷۹,۰۰۰	۳۷,۵۷۰,۰۰۰
سود (زیان) عملیاتی	۹,۷۶۹,۰۰۰	۸,۱۶۰,۰۰۰	۷,۸۶۵,۰۰۰	۷,۴۶۹,۰۰۰	۵,۲۹۱,۰۰۰	۱۷,۱۳۹,۰۰۰	۱۹,۳۱۸,۰۰۰	۱۸,۶۳۴,۰۰۰	۲۰,۷۷۵,۰۰۰	۲۴,۲۴۹,۰۰۰
سود (زیان) خالص	۷۹۲,۰۰۰	۶۷۱,۰۰۰	۸۷۸,۰۰۰	۲۳۸,۰۰۰	۸۸۰,۰۰۰	۱۱,۷۰۲,۰۰۰	۱۵,۹۶۲,۰۰۰	۱۵,۶۲۳,۰۰۰	۱۷,۳۷۷,۰۰۰	۱۹,۷۳۷,۰۰۰

فروش سود (زیان) عملیاتی سود (زیان) ناخالص سود (زیان) خالص



## مفروضات اقتصادی

۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	واحد	مفروضات کلان
۸۹۶,۰۰۰	۷۰۰,۰۰۰	۵۱۵,۲۳۸	۳۵۲,۸۹۰	۲۶۳,۸۵۴	۲۲۶,۱۰۵	۱۲۸,۲۸۲	ریال	دلار آزاد
۵۹۲,۰۰۰	۴۵۰,۰۰۰	۳۸۲,۹۰۴	۲۷۰,۴۴۶	۲۳۰,۵۵۶	۲۰۷,۳۴۳	۱۱۲,۱۸۵	ریال	دلار نیما
۳۰٪	۳۵٪	۴۰٪	۴۹٪	۴۰٪	۳۶٪	۳۵٪	درصد	تورم



## صورت سود و زیان

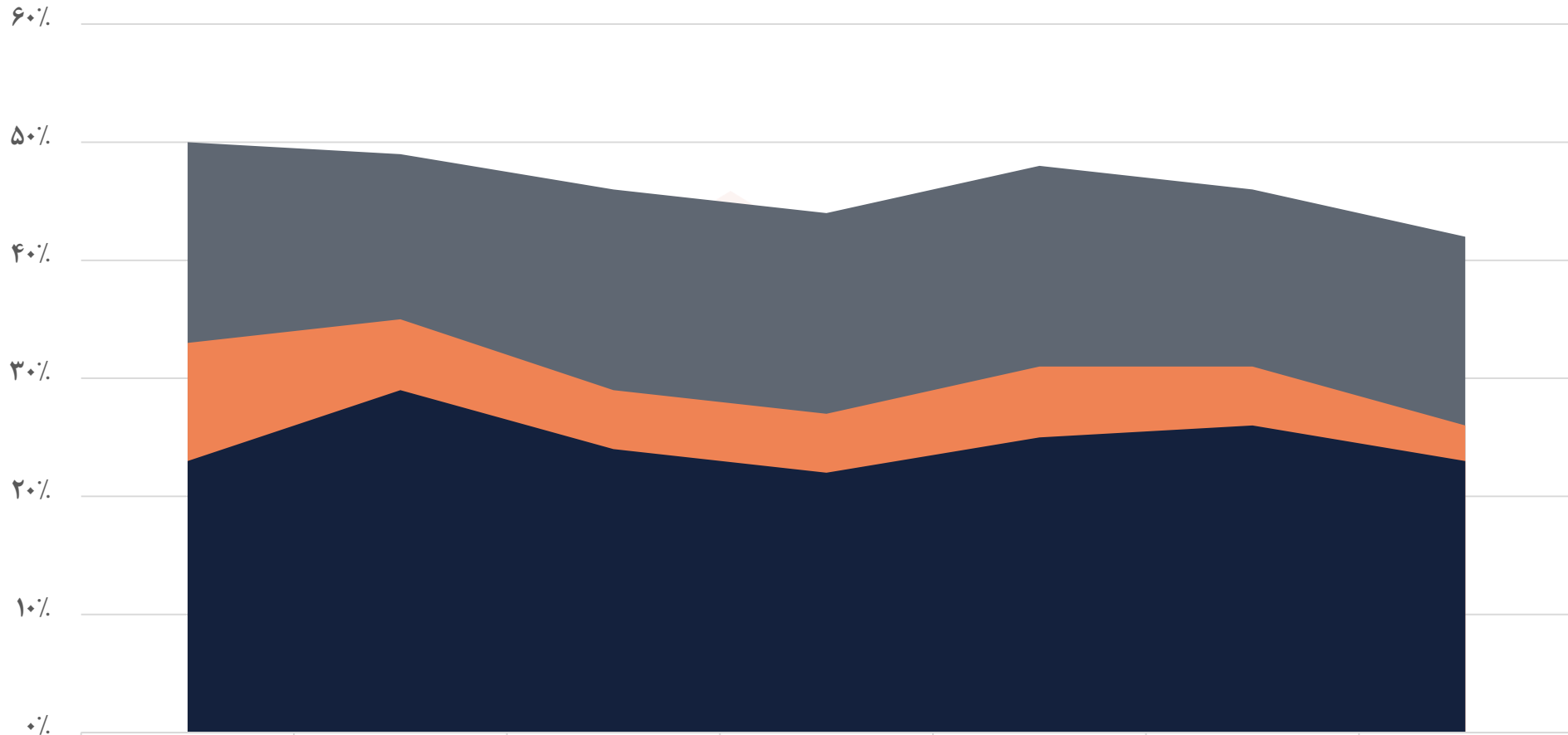
## کیمیاتگ

دوره مالی	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴
فروش	۶,۵۶۷,۸۱۰	۱۲,۶۲۶,۰۷۹	۱۷,۲۱۰,۱۰۹	۲۷,۲۶۰,۷۲۷	۴۰,۳۱۰,۱۰۶	۵۸,۹۰۵,۷۸۵	۷۴,۹۹۵,۶۷۴
بهای تمام شده کالای فروش رفته	(۳,۲۷۲,۴۷۵)	(۶,۴۶۷,۹۸۳)	(۹,۲۰۸,۷۹۰)	(۱۵,۱۶۴,۰۵۹)	(۲۰,۸۷۹,۸۷۹)	(۳۱,۹۶۶,۱۱۵)	(۴۳,۳۸۰,۷۳۵)
سود (زیان) ناخالص	۳,۲۹۵,۳۳۵	۶,۱۵۸,۰۹۶	۸,۰۰۱,۳۱۹	۱۲,۰۹۶,۶۶۸	۱۹,۴۳۰,۲۲۷	۲۶,۹۳۹,۶۷۱	۳۱,۶۱۴,۹۳۹
هزینه های عمومی، اداری و تشکیلاتی	(۱,۰۹۶,۶۸۰)	(۱,۷۹۰,۳۲۰)	(۳,۰۸۴,۶۲۷)	(۴,۷۶۵,۳۲۲)	(۶,۸۸۹,۳۲۳)	(۸,۹۷۳,۰۵۹)	(۱۱,۹۵۹,۱۶۹)
سود (زیان) عملیاتی	۲,۱۹۸,۶۵۵	۴,۳۶۷,۷۷۶	۴,۹۱۶,۶۹۲	۷,۳۳۱,۳۴۶	۱۲,۵۴۰,۹۰۴	۱۷,۹۶۶,۶۱۲	۱۹,۶۵۵,۷۷۰
هزینه های مالی	(۴۱۳,۹۸۳)	(۵۱۶,۸۴۲)	(۶۷۴,۲۰۵)	(۱,۰۳۸,۶۰۷)	(۲,۰۸۵,۵۳۱)	(۲,۱۸۷,۸۸۷)	(۲,۱۳۰,۱۶۶)
خالص سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی	(۳۶,۰۸۰)	(۴۹,۷۹۳)	۹۷,۶۱۶	۹۸,۸۰۲	۵۴۳,۰۲۸	۷۳۷,۷۵۵	۹۴۴,۳۲۶
سود (زیان) عملیات در حال تداوم قبل از مالیات	۱,۷۴۸,۵۹۲	۳,۸۰۱,۱۴۱	۴,۳۴۰,۱۰۳	۶,۳۹۱,۵۴۱	۱۰,۹۹۸,۴۰۱	۱۶,۵۱۶,۴۷۹	۱۸,۴۶۹,۹۳۰
مالیات	(۲۴۷,۳۸۴)	(۱۹۲,۰۶۸)	(۲۱۷,۸۸۰)	(۲۵۹,۱۹۹)	(۷۹۰,۷۸۷)	(۱,۱۸۷,۵۳۸)	(۱,۳۲۷,۹۹۱)
سود (زیان) خالص عملیات در حال تداوم	۱,۵۰۱,۲۰۸	۳,۶۰۹,۰۷۳	۴,۱۲۲,۲۲۳	۶,۱۳۲,۳۴۲	۱۰,۲۰۷,۶۱۴	۱۵,۳۲۸,۹۴۱	۱۷,۱۴۱,۹۳۹
سود (زیان) خالص	۱,۵۰۱,۲۰۸	۳,۶۰۹,۰۷۳	۴,۱۲۲,۲۲۳	۶,۱۳۲,۳۴۲	۱۰,۲۰۷,۶۱۴	۱۵,۳۲۸,۹۴۱	۱۷,۱۴۱,۹۳۹
سود هر سهم پس از کسر مالیات	۳,۰۰۲	۲,۴۰۶	۲,۷۴۸	۱,۵۳۳	۱,۷۰۱	۲,۵۵۵	۲,۸۵۷
سرمایه	۵۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۴,۰۰۰,۰۰۰	۶,۰۰۰,۰۰۰	۶,۰۰۰,۰۰۰	۶,۰۰۰,۰۰۰
سود هر سهم بر اساس آخرین سرمایه	۲۵۰	۶۰۲	۶۸۷	۱,۰۲۲	۱,۷۰۱	۲,۵۵۵	۲,۸۵۷



کیمیاتک

حاشیه سود



حاشیه سود ناخالص  
حاشیه سود عملیاتی  
حاشیه سود خالص

حاشیه سود خالص حاشیه سود عملیاتی حاشیه سود ناخالص



تماس با ما

تهران خیابان آفریقا، خیابان کاج آبادی، پلاک ۸۶

۰۲۱۷۵۲۴۱۰۰۰

۰۲۱۷۵۴۳۹۰۰۰

فکس: ۰۲۱۲۲۰۱۴۴۵۲

info@maskanbrokerage.ir

maskanbourse



maskanbank\_brokerage



### ● گواهی سلب مسئولیت:

این گزارش تنها بیانگر نظرات تحلیل گران  
کارگزاری بانک مسکن می باشد و به هیچ  
عنوان به معنای توصیه ای جهت خرید یا  
فروش و یا نگهداری سهام مورد بررسی نمی  
باشد. و شرکت کارگزاری بانک مسکن هیچ  
گونه مسئولیتی در قبال ضرر و زیان ناشی از  
انجام هرگونه معامله ای با اتکا بر این گزارش  
را بر عهده نخواهد گرفت.



شرکت کارگزاری بانک مسکن  
Maskan Bank Brokerage co.