



BẢN TIN IR

THÁNG 01/2021

- ❖ Tầng 5 tòa Times Tower - HACCC1 Complex, số 35 Lê Văn Lương, Thanh Xuân, Hà Nội
- ❖ Tel: (84-24) 7309.4688
- ❖ Fax: (84-24) 7309.4686
- ❖ Thành lập: 08/03/2007
- ❖ Niêm yết: 26/07/2013



MỤC LỤC

OGSM Roll Out 2021: FIT Group đột phá để thành công	01
Chủ tịch F.I.T Group: “Mũi Dinh EcoPark là đáp án cho bài toán tỷ đô”	02
Tương lai nào cho siêu dự án Mũi Dinh Ecopark?	03
Mũi Dinh Ecopark đề cao tính trải nghiệm của du khách	04
Dựa MD2 đạt chuẩn GlobalGAP giúp Westfood thâm nhập vào được những thị trường khó tính	05
Vikoda “FAST to WIN” cho năm 2021	06
Vikoda 31 năm khát vọng vươn cao	07
DCL tổ chức SALES KICKOFF – 2021 với chủ đề “Giải phóng tiềm năng của bạn”	08
FIT Cosmetics ra mắt nước giặt Tero đa năng mới với độ lưu hương lên tới 7 ngày	09

OGSM Roll Out 2021: FIT Group đột phá để thành công

FIT Group vừa tổ chức lễ OGSM Roll Out năm 2021 với chủ đề “Đột phá để thành công”.

Năm 2020 mặc dù gặp rất nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, nhưng tập thể Ban lãnh đạo và toàn thể CBNV Tập đoàn đã cùng nhau đoàn kết, gắn bó, chia sẻ để vượt qua khó khăn và gặt hái được những kết quả đáng tự hào, góp phần tạo nên sự phát triển bền vững của Tập đoàn. Cụ thể, doanh thu năm 2020 của Tập đoàn ước đạt trên 1,210 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế đạt trên 107,3 tỷ đồng.



Với mô hình kinh doanh hiện tại, FIT Group hiện có giá trị vốn chủ sở hữu là trên 5.284 tỷ đồng.

Năm 2021 được FIT Group xác định là năm hoàn thiện quá trình tái cơ cấu tại các Công ty thành viên, tạo đà cho cả Tập đoàn bước sang giai đoạn phát triển bền vững. Không những thế Tập đoàn sẽ khởi động các dự án để hiện thực hóa mục tiêu trở thành doanh nghiệp tỷ đô đã đề ra. Theo đó, mục tiêu doanh thu và lợi nhuận năm 2021 của Tập đoàn cũng có những đột phá như: doanh thu đạt trên 1.503 tỷ, lợi nhuận gộp đạt gần 500 tỷ tăng 32% so với năm 2020.



Tại buổi OGSM Roll Out 2021 các phòng, ban cũng trình bày kế hoạch hành động cụ thể nhằm hiện thực hóa các chỉ tiêu năm 2021 của Tập đoàn.

Kết thúc buổi lễ, một lần nữa, tập thể FIT vững mạnh tiếp tục hô vang khẩu hiệu “Tôi, chúng tôi cam kết nhận thức rõ và hoàn thành mục tiêu” như lời cam kết mạnh mẽ từ Ban lãnh đạo và toàn thể CBNV cùng nhau hành động với những đột phá để hoàn thành những mục tiêu đã đề ra để xây dựng FIT Group ngày càng lớn mạnh, vươn tới mục tiêu trở thành Tập đoàn tỷ đô trong tương lai.

Chủ tịch F.I.T Group: “Mũi Dinh EcoPark là đáp án cho bài toán tỷ đô”

02

(ĐTCK) Theo ông Nguyễn Văn Sang, Chủ tịch Hội đồng quản trị F.I.T Group, bên cạnh những động lực tăng trưởng đã có từ giai đoạn trước, nhân tố bí ẩn giúp Tập đoàn giải được bài toán tỷ đô giai đoạn tới là dự án Mũi Dinh EcoPark.

Tăng trưởng bùng nổ suốt giai đoạn 2012 – 2016, đến năm 2017, CTCP Tập đoàn F.I.T (F.I.T Group, mã chứng khoán FIT – sàn HOSE) đã đạt quy mô hơn 2.500 tỷ đồng vốn điều lệ, với các trụ cột kinh doanh chính là: tài chính – chứng khoán, dược phẩm, hoá mỹ phẩm, thực phẩm – đồ uống và từng bước thâm nhập vào mảng bất động sản. Thế nhưng, chuỗi tăng bùng nổ đó bất ngờ được dừng lại để ưu tiên cho mục tiêu tái cấu trúc nhằm nâng cao năng lực quản trị cũng như hoạt động hiệu quả các mảng kinh doanh.



Ông Nguyễn Văn Sang – Chủ tịch HĐQT F.I.T Group

Năm 2021, lần đầu tiên F.I.T Group đề cập việc trở lại giai đoạn bùng nổ tăng trưởng. Điểm khác biệt là, bên cạnh những động lực tăng trưởng đã có từ giai đoạn trước, nhân tố bí ẩn giúp F.I.T Group giải được bài toán tỷ đô giai đoạn tới, theo ông Nguyễn Văn Sang, Chủ tịch Hội đồng quản trị Tập đoàn, là dự án Mũi

bài toán tỷ đô giai đoạn tới là dự án Mũi Dinh EcoPark.

Nhà đầu tư biết đến F.I.T Group nhiều hơn ở lĩnh vực tài chính, và 5 năm lại đây là dược, hoá mỹ phẩm, thực phẩm – đồ uống. Vậy tại sao F.I.T Group lựa chọn đầu tư vào bất động sản nghỉ dưỡng?

Thực ra, khi thành lập F.I.T Land, chúng tôi đã có giải thích rất rõ cho cổ đông, nhà đầu tư hiểu chiến lược của Tập đoàn. Đó là, chúng tôi định hướng sẽ lựa chọn những ngành nghề có tiềm năng tăng trưởng cao, gắn với nhu cầu thực sự của người tiêu dùng, xã hội. Các mảng dược, hoá mỹ phẩm, thực phẩm – đồ uống... thì đều mọi người đã biết rất rõ.

Với mảng bất động sản, có nhiều lý do mà F.I.T Group lựa chọn vào mảng này như: Việt Nam đang ở giai đoạn dân số vàng cho tăng trưởng, nhu cầu nhà ở còn lớn; xu hướng dịch chuyển của người dân trong nước cũng như khách quốc tế đến Việt Nam ngày một lớn.

Hiện nay, dịch Covid-19 khiến các hoạt động kinh doanh nghỉ dưỡng bị ảnh hưởng, nhưng chúng tôi tin rằng, khi dự án đi vào hoạt động, sẽ là lúc chúng tôi đón được sự bùng nổ của du lịch toàn cầu.

Tại sao F.I.T Group lại chọn bất động sản nghỉ dưỡng và chọn Ninh Thuận mà không phải là một địa phương đã nổi tiếng về du lịch, thưa ông?

Nói một cách chính xác, chúng tôi đã chọn Mũi Dinh EcoPark để đầu tư, chứ không phải một dự án bất động sản khác, ở nơi nào khác. Đây là dự án có tổng mức đầu tư 1,2 tỷ USD, trên quy mô gần 800 ha ở Ninh Thuận.



Mũi Dinh Ecopark do Công ty tư vấn NDA Group (Cộng hoà Pháp) thiết kế đạt giải nhất tại cuộc thi kiến trúc quốc tế Cityscap năm 2019 tại Dubai

Có rất nhiều lý do để chọn dự án này, đến từ cả yếu tố bên trong của F.I.T Group, yếu tố bên ngoài về đối tác, địa lý và xu hướng phát triển ngành và tính hiệu quả kinh tế.

Theo đó, bản thân F.I.T Group đánh giá đây là ngành tiềm năng và có kế hoạch, chiến lược đầu tư vào đây. Điểm đặc biệt của Mũi Dinh EcoPark đó là có vùng nước trời (trời lạnh) hiếm hoi trên thế giới. Chính vì thế, ngư trường Ninh Thuận – Bình Thuận tồn tại các điều kiện sinh thái môi trường cực kỳ thuận lợi cho sự phát triển đời sống sinh vật biển, khiến hải sản ở đây ngon đặc biệt so với vùng biển khác. Đó sẽ là một điểm cộng giúp sự trải nghiệm của du khách trở nên thú vị, hấp dẫn hơn.

Tôi tin rằng, trong tương lai rất gần, điểm đến yêu thích của du khách trong và ngoài nước sẽ là Ninh Thuận, chứ không phải một nơi nào khác.

Dự án quy mô lớn, F.I.T Group lại là người mới trong nghề. Ông có cho rằng đây là quyết định mạo hiểm không?

Tiêu chí lựa chọn đầu tư bất động sản của Tập đoàn không chỉ là thấy xu hướng tốt, vị trí địa lý phù hợp, mà còn là đối tác và dựa trên tính toán tính khả thi về mặt triển khai, kinh tế rất kỹ lưỡng. Mũi Dinh EcoPark chính là dự án hội tụ đủ các yếu tố này.

Về mặt đối tác, đây là điểm cộng rất lớn để F.I.T Group đầu tư vào đây. Đối tác của Tập đoàn tại dự án Mũi Dinh EcoPark là Crystal Bay, một doanh nghiệp có nghề trong du lịch và làm hạ tầng du lịch.

Bên cạnh đó, dự án đáp ứng tiêu chí phục vụ khách hàng tốt nhất ngay từ khi lên ý tưởng thành lập dự án, thiết kế... sẽ giúp chúng tôi tiết kiệm chi phí và tăng hiệu quả khi khai thác, vận hành.

Nhưng dự án liệu có gây áp lực tài chính cho Tập đoàn không, khi F.I.T Group đang triển khai rất nhiều dự án ở các mảng khác?

Chúng tôi được thị trường biết đến đầu tiên ở lĩnh vực tài chính. Báo cáo tài chính của Tập đoàn cho thấy, F.I.T Group luôn có sẵn một lượng tiền đáng mơ ước với rất nhiều doanh nghiệp hiện nay. Đó là một căn cứ để chúng tôi tự tin về triển khai dự án.

Thêm vào đó, chúng tôi không chạy theo mục tiêu triển khai ồ ạt, mà cân bằng các giai đoạn triển khai để đảm bảo tính hiệu quả, dòng tiền dự án cho toàn bộ quá trình.

Theo dự kiến, dự án sẽ triển khai giai đoạn 1 ngay quý II/2021 khu bãi Tràng là khu resort bao gồm biệt thự biển và biệt thự trên núi nhìn biển; khách sạn 5 sao 500 phòng với tổng mức đầu tư 60 triệu USD. Các sản phẩm này sẽ bao gồm cả mục đích bán, cho thuê vận hành.

Riêng với giai đoạn 1, dù tổng mức đầu tư không lớn, nhưng dự kiến có thể mang lại mức lợi nhuận 2.500 tỷ đồng. Tôi có đầy đủ căn cứ để tin rằng, kế hoạch đưa F.I.T Group lên tập đoàn tỷ đô sẽ hoàn thành sớm cùng với Mũi Dinh EcoPark.

03

Tương lai nào cho siêu dự án Mũi Dinh Ecopark?

[Theo báo VNEconomy] Dự kiến sẽ được khởi công trong năm nay, dự án Mũi Dinh Ecopark sẽ được chủ đầu tư Crystal Bay và FIT kiến tạo thành một điểm đến đa trải nghiệm độc đáo với sa mạc, nghỉ dưỡng cao cấp, vui chơi giải trí với những đêm lễ hội bất tận...

Mũi Dinh Ecopark trở thành điểm – phải – đến của du lịch Nam miền Trung trong tương lai gần. Ông Ngô Hữu Trường, Thành viên HĐQT, Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn Crystal Bay chia sẻ về chiến lược này.

Ninh Thuận đang trở thành điểm sáng trên bản đồ du lịch Việt Nam, trở thành điểm đến tương lai của Châu Á. Ông dự đoán như thế nào về dòng khách du lịch tới đây trong tương lai gần?

Tam giác du lịch Khánh Hoà – Lâm Đồng – Bình Thuận năm 2018 đón hơn 16 triệu du khách; năm 2019 đón hơn 19 triệu du khách, tức là mỗi năm bổ sung thêm hơn 3 triệu du khách. Trong 5-7 năm tới sau khi thị trường du lịch bình ổn sau đại dịch, tam giác du lịch trên sẽ đón 35-40 triệu du khách. Ninh Thuận là trái tim của tam giác du lịch, rất thuận lợi để tiếp cận bằng đường hàng không, đường bộ, đường sắt, đường thủy. Ninh Thuận có thiên nhiên đẹp, địa hình độc đáo, có văn hóa bản địa đa dạng, có nước trời – là một trong 18 điểm nước trời ven bờ toàn cầu. Với vị trí địa lý thuận lợi, Ninh Thuận rất thuận tiện để xây dựng sản phẩm du lịch kết nối vùng với Nha Trang, Phan Thiết, Đà Lạt. Chúng tôi kỳ vọng Ninh Thuận sẽ sớm đón 8-10 triệu du khách/năm.



Giải đua xe thể thao địa hình Mũi Dinh Challenge tại đồi cát Mũi Dinh với những tình huống xử lý ngoạn mục của các tay đua.

Đó là lý do để nhà đầu tư du lịch như Crystal Bay nhìn thấy tiềm năng của vùng đất sa mạc Mũi Dinh?

– Vốn hoạt động lâu năm trong ngành du lịch, lấy trải nghiệm của khách hàng làm trọng tâm trong việc kiến tạo và thiết kế các sản phẩm dịch vụ, đầu tư, Crystal Bay nhìn thấy tiềm năng to lớn của vùng đất sa mạc có biển, núi, nắng, gió và cát Mũi Dinh.

Với dòng khách được dự đoán là 8 – 10 triệu khách du lịch/năm vào khoảng năm 2026, dự án Mũi Dinh Ecopark khi hoàn thành có thể thu hút hơn 50% lượng khách đến Ninh Thuận nghỉ dưỡng. Chúng tôi cũng kỳ vọng, với chiến lược đầu tư nghỉ dưỡng kết hợp phong phú các loại hình trải nghiệm, chúng tôi hy vọng Mũi Dinh Ecopark là địa chỉ trải nghiệm không thể bỏ qua đối với 100% du khách tới Ninh Thuận.



Điểm đến đồi cát bay Mũi Dinh có một không hai trên thế giới khi sa mạc và đồi cát nằm ngay liền kề biển

Vậy Mũi Dinh Ecopark thu hút khách bằng những điểm độc đáo gì so với các điểm đến du lịch khác?

– Bản thân điểm đến đồi cát bay Mũi Dinh đã là có một không hai trên thế giới, khi sa mạc và đồi cát nằm ngay liền kề biển và bãi biển ở đây đẹp đến mức ai đã từng đến đều muốn quay lại. Dựa trên sự độc đáo của địa hình, chúng tôi kiến tạo nên Mũi Dinh Ecopark với 2 đặc điểm lớn tạo nên sự khác biệt.



Tại Mũi Dinh Ecopark, du khách sẽ được tận hưởng không giới hạn tiện nghi nghỉ dưỡng hiện đại mà vẫn mang đậm hơi thở của bản sắc văn hoá địa phương.

Thứ nhất, đây là một điểm đến ấn tượng, chứ không đơn thuần là một dự án. Điểm đến đó bao gồm hơn 17.000 phòng khách sạn và resort, trải rộng trên diện tích hơn 766 hecta.

Nơi đây có khoảng 8km bờ biển, có núi và đồi cát, thuận lợi cho việc đầu tư đa dạng các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng kết hợp vô số các loại hình du lịch trải nghiệm như leo núi, trượt cát, chạy xe sa mạc, ngắm bình minh và hoàng hôn trên lưng lạc đà, vui chiều giải trí công viên nước, công viên chuyên đề, thưởng thức chương trình văn hoá nghệ thuật ban đêm, trải nghiệm mua sắm hàng hiệu, chơi golf trên cát...



Thứ hai, Mũi Dinh Ecopark được Công ty tư vấn NDA GROUP (Cộng hoà Pháp) thiết kế với kiến trúc độc đáo, vừa hiện đại, vừa mang đậm bản sắc văn hóa bản địa. Thiết kế này đã được trao giải nhất tại cuộc thi kiến trúc quốc tế Cityscap năm 2019 tại Dubai.

Ông có thể cho biết đâu sẽ là dấu ấn quan trọng của một điểm đến lớn tới 766 ha như Mũi Dinh Ecopark?

– Dự án Mũi Dinh Ecopark được UBND tỉnh Ninh Thuận phê duyệt với 5 phân khu chính: phân khu resort cao cấp ở Bãi Tràng, khu biệt thự trên núi, khu khách sạn trung tâm, khu khách sạn và resort san hô, khu công viên chuyên đề, công viên bờ biển, công viên nước và công viên sa mạc.



Mỗi tiểu khu đều có điểm nhấn độc đáo trong kiến trúc và nội thất, mang đến cho du khách sự tận hưởng không giới hạn tiện nghi nghỉ dưỡng hiện đại mà vẫn mang đậm hơi thở của bản sắc văn hoá địa phương. Mang hồn văn hóa Việt và đa dạng các loại hình trải nghiệm là nét độc đáo của dự án du lịch này. Chúng tôi tin rằng, mọi góc hình sẽ khiến du khách khó có thể rời đi mà không lưu lại có mình một vài kỷ niệm.

Được biết đến là nhà kiến tạo các trải nghiệm du lịch với hệ sinh thái bền vững bao gồm: lễ hành, đầu tư hạ tầng du lịch và dịch vụ, khai thác, Crystal Bay chuẩn bị như thế nào cho việc khai thác một điểm đến quy mô lớn như Mũi Dinh Ecopark, thưa ông?

– Chúng tôi kiến tạo nên Mũi Dinh Ecopark kết hợp nghỉ dưỡng biển với vui chơi giải trí và phong phú các loại hình trải nghiệm. Đây là xu thế mới của du lịch toàn cầu và Việt Nam đang thiếu cơ sở hạ tầng đáp ứng nhu cầu này.

Chủ đầu tư dự án Mũi Dinh Ecopark là tập đoàn FIT và tập đoàn Crystal Bay, nhằm phục vụ cho dòng khách lớn không ngừng tăng trưởng của Crystal Bay. Với lợi thế chuyên về tổ chức du lịch lễ hành quốc tế, đưa khách quốc tế từ Nga, các vùng lãnh thổ đông bắc Á tới Việt Nam nghỉ dưỡng, tổ hợp Mũi Dinh Ecopark được thiết kế nhằm phục vụ lượng lớn du khách Việt và đón lượng khách quốc tế. Chúng tôi đặc biệt chú trọng tới lượng khách quốc tế từ Liên bang Nga và các vùng lãnh thổ đông bắc Á đến Việt Nam bằng đường hàng không, đặc biệt là dòng khách do FIT và Crystal Bay tổ chức qua các chuyến bay quốc tế thuê chuyên.

Xin cảm ơn ông!

Link bài viết chia sẻ từ: <https://vneconomy.vn/tuong-lai-nao-cho-sieu-du-an-mui-dinh-ecopark-20210107183642362.htm>

04

Mũi Dinh Ecopark đề cao tính trải nghiệm của du khách

Mũi Dinh Ecopark là đáp án cho bài toán doanh nghiệp tỷ đô của Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T (FIT Group).

Mũi Dinh Ecopark với diện tích gần 800 hec-ta và khoảng 8km bờ biển, sở hữu vùng nước trời (trời lạnh) hiếm hoi trên thế giới. Không những vậy, Mũi Dinh Ecopark còn có thiết kế kiến trúc độc đáo và đã đạt giải nhất về thiết kế tại Lễ trao giải Cityscape 2019. Vậy để biết được những điểm độc đáo trong thiết kế kiến trúc của dự án Mũi Dinh Ecopark, chúng tôi đã có cuộc trao đổi với ông Emmanuel Delarue – Tổng Giám đốc NDA Group, đơn vị thiết kế của dự án.



Ông Emmanuel Delarue – Tổng Giám đốc NDA Group

Dự án Mũi Dinh Ecopark đạt giải Nhất về thiết kế tại Lễ trao giải Cityscape 2019, vậy bắt nguồn từ ý tưởng nào mà NDA có được thiết kế này, thưa ông?

Trước hết, xét về vị trí tổng quan của dự án, khu nghỉ dưỡng Nam Mũi Dinh tọa lạc tại Bãi Tràng, thuộc tỉnh Ninh Thuận, Việt Nam. Với vị trí độc đáo này, bãi biển cát trắng như mở ra phần cuối của một sa mạc, cùng với việc được bao bọc bởi ngọn đồi đá với lưng tựa núi mặt hướng biển, dự án có tầm nhìn ra toàn cảnh biển với cảnh quan rất đa dạng. Điều đó tạo cảm hứng cho chúng tôi mang đến ý tưởng chính của dự án này là cung cấp một trải nghiệm nghỉ dưỡng tuyệt vời cho khách hàng, đồng thời hướng đến sự bảo vệ môi trường và thúc đẩy các hoạt động du lịch đến mức tốt nhất.



Điểm đến đồi cát bay Mũi Dinh có một không hai trên thế giới khi sa mạc và đồi cát nằm ngay liền kề biển

Càng nghiên cứu và khảo sát thực tế, chúng tôi hiểu hơn về khu vực dự án và chính văn hóa địa phương là một nguồn cảm hứng chủ đạo cho thiết kế kiến trúc của dự án thông qua việc kết hợp giữa kiến trúc nhiệt

đời, văn hóa Champa cổ đại và kiến trúc truyền thống Việt Nam. Do đó, thiết kế của dự án này đã được điều chỉnh bằng cách sử dụng kiến trúc đương đại làm cơ sở để gợi lên những nét đặc sắc này và phù hợp với vị trí dự án cùng các giải pháp hiện đại tốt nhất.



Ngoài ra, ở phương diện quan điểm kỹ thuật, chúng tôi cũng xem xét kỹ các giải pháp chi tiết vì nó quan trọng cho sự phát triển của dự án, ví dụ như làm sao để tạo sự kết nối giữa các yếu tố xây dựng, để phù hợp với các hình thức kiến trúc với vật liệu và kỹ thuật địa phương; để giữ yếu tố nước và mối tương quan giữa trong nhà và ngoài trời nhằm tạo nên sự thoải mái ở vị trí dự án đầy cát như Mũi Dinh; đồng thời chúng tôi cũng lưu ý đến giải pháp kiểm soát hình ảnh và quyền riêng tư, để cho phép du khách những trải nghiệm thư thái nhất.

Xin ông nói rõ hơn về những điểm độc đáo của các công trình trong dự án?

Tổng quan, khu nghỉ dưỡng Nam Mũi Dinh là một khu phức hợp nghỉ dưỡng 4 sao có diện tích 88 ha và diện tích xây dựng lên đến 88.667 m², bao gồm 86 biệt thự đôi, 420 phòng khách sạn, cùng khu giải trí và thư giãn rộng lớn như: Làng thương mại, spa, trung tâm hội nghị và trò chơi, nhà hàng. Tòa nhà chính có chiều cao 37,2m với 9 tầng, 1 tầng hầm và 300 chỗ đậu xe.



Quang cảnh dự án Mũi Dinh Ecopark

Các công trình trong dự án được thiết kế với sự xem xét cao về tính bền vững.

Thứ 1, tầng phủ xanh bề mặt và tiết kiệm năng lượng. Với địa hình tương đối có nhiều đá và cát, Tập đoàn NDA đã đề xuất tổng diện tích đất xanh 19,2 ha với hệ thực vật địa phương nhằm chống lại mùa khô như Phát Tài Núi, do đó góp phần giảm nhu cầu về nước, đồng thời tăng phủ xanh bề mặt. Thêm vào đó, việc bảo tồn 5,4 ha đất để bảo tồn thiên nhiên cũng là một trong những nguyên tắc thích ứng được tuân thủ.

Vì tỉnh Ninh Thuận có đến 2.540 giờ mặt trời hàng năm, do đó, hầu hết các không gian trong khu phức hợp đều tận dụng nguồn ánh sáng tự nhiên trực tiếp hoặc gián tiếp này, do đó sẽ làm giảm tiêu thụ năng lượng. Việc cách nhiệt, thông gió tự nhiên, hệ thống che nắng và mặt nước cũng góp phần giảm năng lượng cao hơn để làm mát. Do đó, phân tích kỹ thuật cho thấy nhiệt độ có thể giảm xuống tới 8 độ C.

Thứ 2, tận dụng nguyên vật liệu và nhân lực địa phương. Cùng với việc phù hợp với thiết kế địa phương, các vật liệu xây dựng được lựa chọn cũng theo truyền thống của gạch gốm Champa. Ngoài ra, vì Mũi Dinh EcoPark là một công ty địa phương, nên lực lượng nhân lực sẽ hưởng đến việc hỗ trợ nền kinh tế và cộng đồng địa phương bằng cách tạo ra khoảng 150 và 100 việc làm trực tiếp và gián tiếp.

Thứ 3, thích nghi với sự phát triển. Khoảng cách và kết cấu không gian đã được quy hoạch nhằm tăng sự cân bằng. Chẳng hạn, hành lang dài nhất chỉ là 118m trong khu phức hợp rộng lớn này. Ngoài ra, lưu thông đứng chính của khách sạn sẽ cho phép đi đến vào tất cả mọi nơi, từ tầng cao nhất đến cảnh quan bãi biển nhờ hai lối dọc gồm 4 thang máy.

Thứ 4, hệ thống giao thông. Nhờ vào hệ thống điện, dự án này sẽ tạo ra một môi trường không có xe hơi, do đó làm không khí sạch hơn và yên tĩnh hơn và giao thông được kiểm soát. Nơi đây nằm trên đỉnh của một khu vực rộng dành cho người đi bộ. Với tổng cộng 2952m đường quy hoạch, cũng như một bãi đậu xe đến 5473 m² dành riêng các phương tiện của khách.

Khi đến du lịch, nghỉ dưỡng tại Mũi Dinh Ecopark khách hàng sẽ được trải nghiệm như thế nào với những tiện ích mà các công trình này mang lại?

Thiết kế của NDA Group luôn chú trọng đến yếu tố không gian và trải nghiệm của du khách.



Một trong những đặc điểm quan trọng nhất về kiến trúc Champa chính là quá trình khám phá được tạo ra thông qua sự thay đổi của cảnh vật. Cụ thể hơn, du khách sẽ được đắm chìm trong một không gian mang tính biểu tượng thông qua các hiệu ứng ánh sáng và cách sử dụng vật liệu. Điều này đã được NDA nghĩ đến khi làm nổi bật các không gian chung lớn để cung cấp không gian đặc biệt dành cho các hoạt động thư giãn và chào đón du khách với những trải nghiệm khó quên.

Ngoài ra, điểm nổi trội thu hút chính của dự án khu nghỉ dưỡng Nam Mũi Dinh còn nằm ở sự thư giãn, thoải mái cùng với các hoạt động lành mạnh. Hơn nữa, nước biển tại nơi đây còn sở hữu một tính năng độc đáo nhằm mang lại sự trù phú cho tự nhiên. Đây là một trong những tính năng đặc biệt, “Thalassotherapy” được khu spa của dự án mang lại.

Vâng xin cảm ơn ông

Dứa MD2 đạt chuẩn GlobalGAP giúp Westfood thâm nhập vào được những thị trường khó tính

05

Những năm trở lại đây, Công ty CP chế biến thực phẩm xuất khẩu Miền Tây – Westfood đã luôn chú trọng đến phát triển vùng nguyên liệu. Hiện Westfood đã có gần 100ha vùng nguyên liệu là dứa MD2, giống dứa vừa có đặc điểm thơm – vàng – giòn – ngọt và trái to – mắt nông – không gai. Điều đáng nói, Westfood đã có trên 30ha đạt tiêu chuẩn GlobalGAP, một tiêu chuẩn giúp loại trái cây này dễ dàng thâm nhập vào các thị trường khó tính như châu Âu, châu Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc ... Chúng tôi đã có cuộc trao đổi với ông Bùi Đức Hoàn, Phó Tổng Giám đốc phụ trách Tài chính & Vùng nguyên liệu Westfood về các vấn đề liên quan đến vùng nguyên liệu dứa MD2 của Westfood.

PV: Thưa ông, hiện Westfood đã có trên 30ha vùng nguyên liệu (dứa MD2) đạt chuẩn Global Gap, để đạt được tiêu chuẩn này doanh nghiệp đã gặp những thuận lợi và khó khăn như thế nào?

Ông Bùi Đức Hoàn: GlobalGAP có 252 tiêu chuẩn, bao gồm 36 tiêu chuẩn bắt buộc phải tuân thủ 100%, 127 tiêu chí có thể tuân thủ đến mức 95% cũng được chấp nhận và có 89 kiến nghị khuyến cáo nên thực hiện. Để đạt tiêu chuẩn (hay chứng nhận) GlobalGAP, người sản xuất, thu hoạch, chế biến, tiêu thụ phải thiết lập một hệ thống kiểm tra và giám sát an toàn thực phẩm xuyên suốt bắt đầu từ khâu sửa soạn nông trại canh tác đến khâu thu hoạch, chế biến và tồn trữ. Chẳng hạn như phải làm sạch nguồn đất, đảm bảo độ an toàn nguồn nước; chọn giống cây trồng, vật nuôi sạch bệnh; lựa chọn vật tư sản xuất (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc thú y, thức ăn chăn nuôi...) cũng phải đảm bảo là những thuốc trong danh mục, chủ yếu là thuốc có nguồn gốc hữu cơ an toàn cho người sử dụng. Ngoài ra, những người liên quan phải ghi chép lại toàn bộ quá trình sản xuất, bắt đầu từ khâu xuống giống đến khi thu hoạch và bảo quản để phòng ngừa khi xảy ra sự cố như là ngộ độc thực phẩm hay dư lượng hóa chất vượt ngưỡng cho phép và có thể truy nguyên được nguồn gốc.



Vùng nguyên liệu dứa MD2 của Westfood

Westfood có vùng nguyên liệu dứa MD2 khá tập trung, đây là điều kiện thuận lợi để áp dụng và nhân rộng các công nghệ, quy trình hiện đại và khắt khe nhất theo chuẩn GlobalGAP. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng không ít khó khăn trong việc tuân thủ quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật tiêu chuẩn quốc tế; đầu tư Kho bảo quản phân bón, nhà vệ sinh, thu gom rác thải... tại vùng nguyên liệu đáp ứng các tiêu chuẩn GlobalGAP; tổ chức và thực hiện ghi chép hồ sơ canh tác đáp ứng yêu cầu GlobalGAP.

PV: Là doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, việc xây dựng vùng nguyên liệu đạt GlobalGAP có ý nghĩa như thế nào trong hoạt động tìm kiếm và phát triển thị trường của Westfood?

Ông Bùi Đức Hoàn: Những nông sản đáp ứng được GlobalGAP nghĩa là được thừa nhận đảm bảo chất lượng trên toàn cầu. Xây dựng vùng nguyên liệu đạt chuẩn GlobalGAP là giải pháp nền tảng giúp Westfood xây dựng thương hiệu trên thị trường quốc tế, khẳng định chất lượng sản phẩm và đủ khả năng bán vào các thị trường cao cấp, nhất là đối với những thị trường có đòi hỏi khắt khe như Mỹ, Canada, Nhật Bản, Hàn Quốc...

Đây chính là cơ sở để Westfood tiếp nhận đơn hàng của các đối tác lớn trên thế giới, nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu nông sản Việt. Kết hợp với dây chuyền sản xuất hiện đại với 4 dây chuyền IQF và 2 dây chuyền đóng lon thanh trùng theo công nghệ châu Âu, sản phẩm đa dạng đã tạo điều kiện thuận lợi để Westfood tìm kiếm và mở rộng thị trường. Hiện nay, bên cạnh việc được xuất khẩu rộng rãi ra thị trường quốc tế, các sản phẩm của Westfood cũng dành được sự đón nhận của người tiêu dùng Việt Nam. Nhiều sản phẩm của West Food đã có mặt tại các hệ thống siêu thị Coopmart, Lotte, Emart, ...

PV: Trong thời gian tới Westfood có kế hoạch gì trong việc phát triển diện tích vùng nguyên liệu dứa MD2 đạt tiêu chuẩn Gobal Gap nói riêng và mở rộng vùng nguyên liệu dứa MD2 nói chung?

Ông Bùi Đức Hoàn: Trong thời gian tới, chúng tôi sẽ tiếp tục mở rộng vùng nguyên liệu với diện tích 700ha, trong đó tối thiểu 50% đạt chuẩn GlobalGAP tại các tỉnh ĐBSCL. Với vùng nguyên liệu tự phát triển, Westfood sẽ trở thành một trong những doanh nghiệp sở hữu vùng nguyên liệu hàng nông sản xuất khẩu hàng đầu khu vực ĐBSCL.



PV: Khi người dân hợp tác với Westfood để trồng dừa MD2 thì họ sẽ thu được những lợi ích gì?

Ông Bùi Đức Hoàn: Khi người dân hợp tác sản xuất dừa MD2 cùng Westfood sẽ có thu nhập vượt trội so với các cây trồng khác trên địa bàn như mía, lúa, ..., đồng thời không phải lo đầu ra. Khi người dân ký hợp đồng hợp tác sản xuất dừa MD2 với Westfood, chúng tôi sẽ cấp giống, bao tiêu toàn bộ sản phẩm với giá cố định và cử chuyên gia hướng dẫn kỹ thuật cho các hộ nông dân từ khi trồng cho đến khi thu hoạch.



Ông Bùi Đức Hoàn trong một buổi ký kết bao tiêu sản phẩm với các hộ nông dân

Hiện 1ha dừa MD2 theo mô hình Westfood cung cấp giống và bao tiêu sản phẩm, sau khi trừ hết chi phí người dân sẽ có thu nhập 80 triệu đồng/năm, còn nếu cộng cả công chăm sóc thì lên đến 110 triệu đồng/năm. Chúng tôi hi vọng sẽ hợp tác được với nhiều hộ bà con hơn nữa để giúp họ nâng cao thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống tốt hơn.

Vikoda “FAST to WIN” cho năm 2021

Vikoda vừa tổ chức lễ KICK OFF OGSM 2021 với chủ đề “FAST to WIN”

Trong năm 2020, mặc dù gặp không ít khó khăn do tác động của dịch Covid-19, song Ban Lãnh đạo và toàn thể CBNV Vikoda vẫn đoàn kết, nỗ lực và quyết tâm phát triển sản xuất kinh doanh theo phương châm “Kết hợp nhanh để hoàn thành mục tiêu”, “Hành động nhanh để chiến thắng” nên đã thu được kết quả khích lệ. Doanh thu đạt gần 260 tỷ đồng, lợi nhuận gộp đạt trên 108 tỷ đồng.



Bên cạnh những sản phẩm truyền thống như: nước khoáng thiên nhiên có ga truyền thống mang nhãn hiệu ĐảnhThạnh đóng chai thủy tinh; các sản phẩm nước khoáng thiên nhiên không ga nhãn hiệu Vikoda hương vị chanh, cam, xá xị... đã được người tiêu dùng đón nhận và đánh giá cao về chất lượng. Bên cạnh đó, trong năm 2020 Vikoda đã nghiên cứu ra sản phẩm mới như nước Vikoda Soda – Nước khoáng thiên nhiên Soda đầu tiên của Việt Nam và cải tiến nhiều sản phẩm khác...



Năm 2021 với khẩu hiệu hành động “FAST to WIN” (trong đó F: Focus – Tập trung; A: Action – Hành động; S: Steadfast – Cương quyết; T: Together – Cùng nhau) Đảnh Thạnh – Vikoda hội tụ đủ các yếu tố quan trọng là: Năng lực tài chính, đẳng cấp uy tín thương hiệu và toàn thể nhân viên tập trung vào mục tiêu, hành động quyết liệt, nhanh chóng, phối hợp chặt chẽ làm việc với đồng đội cùng hướng đến mục tiêu chung như: Đạt doanh số qua việc chiến lược phát triển sản phẩm theo nhóm; Tối ưu hóa COGS; Mở rộng và tăng hiệu suất phân phối kênh GT; HRC; Thâm nhập kênh phân phối cao cấp, MT.

Mục tiêu doanh thu của Vikoda trong năm 2021 đạt trên 410 tỷ đồng, lợi nhuận gộp đạt trên 177 tỷ đồng tăng gần 50% so với năm 2020.

07

Vikoda 31 năm khát vọng vươn cao

CTCP nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) vừa tổ chức Lễ kỷ niệm 31 năm thành lập công ty với sự tham dự đầy đủ của Ban Tổng Giám đốc, các vị khách quý cùng tập thể CBNV.

Vikoda là thành viên của Tập đoàn F.I.T (FIT Group) được thành lập vào ngày 19-1-1990 và có trụ sở chính tại xã Diên Tân, huyện Diên Khánh – nơi có nguồn nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh. Đây là một trong những nguồn khoáng đã kiểm nghiệm tại châu Âu, được đánh giá rất tốt cho sức khỏe, hỗ trợ trong việc điều trị một số bệnh về gan, mật, thận, dạ dày...



Trải qua 31 năm xây dựng và phát triển, Công ty luôn chú trọng cải tiến công nghệ, đầu tư hệ thống dây chuyền sản xuất hiện đại, đa dạng hóa sản phẩm nhằm tăng lựa chọn cho người tiêu dùng. Nhờ vậy, thương hiệu sản phẩm Đảnh Thạnh – Vikoda đã phân phối khắp mọi miền đất nước, được người tiêu dùng

ưa chuộng vì chất lượng, giá cả phù hợp, đáp ứng đúng nhu cầu của mọi người dân. Đặc biệt, kể từ khi trở thành một thành viên của F.I.T Group từ tháng 7/2015, được đầu tư mạnh mẽ về nguồn vốn và định hướng chiến lược trở thành một trong những ngành đầu tư mũi nhọn trong Tập đoàn, Vikoda ngày càng đạt hoạt động hiệu quả.

Năm 2019, doanh thu của Vikoda đã đạt 300 tỷ đồng, tăng trưởng gần 200% so với trước năm 2015.

Năm 2020 vừa qua, mặc dù gặp không ít khó khăn do tác động của dịch Covid-19, song Ban Lãnh đạo và toàn thể CBNV Vikoda vẫn đoàn kết, nỗ lực và quyết tâm phát triển sản xuất kinh doanh theo phương châm **“Kết hợp nhanh để hoàn thành mục tiêu”, “Hành động nhanh để chiến thắng”** nên đã thu được kết quả đáng khích lệ. Doanh thu đạt gần 260 tỷ đồng, lợi nhuận gộp đạt trên 108 tỷ đồng.

Bên cạnh những sản phẩm truyền thống như nước khoáng thiên nhiên có ga truyền thống mang nhãn hiệu ĐảnhThạnh đóng chai thủy tinh; các sản phẩm nước khoáng thiên nhiên không ga nhãn hiệu Vikoda nước khoáng ĐảnhThạnh hương vị chanh, cam, xá xị... cũng đã đã được người tiêu dùng đón nhận và đánh giá cao về chất lượng, trong năm 2020 Vikoda đã nghiên cứu ra sản phẩm mới như nước Vikoda Soda – Nước khoáng thiên nhiên Soda đầu tiên của Việt Nam và cải tiến nhiều sản phẩm khác...



Ông Nguyễn Nhật Hoàng – Tổng Giám đốc cũng đã trao bằng khen thưởng tuyên dương các cá nhân xuất sắc trong năm 2020.

Năm 2021 với phương châm hành động FAST to WIN, Vikoda sẽ có những hành động đột phá nhằm đạt được mục tiêu đã đề ra như: doanh thu đạt trên 410 tỷ đồng, lợi nhuận gộp đạt trên 177 tỷ đồng tăng gần 50% so với năm 2020. Đây cũng là năm đánh dấu một kỷ nguyên mới, kỷ nguyên cho sự phát triển bền vững và ngày càng vươn xa của Vikoda. Trong chặng đường tiếp theo, Ban Lãnh đạo và toàn thể CBNV Vikoda sẽ tiếp tục thực hiện sứ mệnh bảo vệ và nâng cao sức khỏe của người Việt, mang nguồn nước khoáng quý hiếm ĐảnhThạnh có một không hai tại Việt Nam, vươn tầm thế giới.

DCL tổ chức SALES KICKOFF – 2021 với chủ đề “Giải phóng tiềm năng của bạn”

Nhằm triển khai khởi động tinh thần cho đội ngũ kinh doanh Dược Cửu Long và Benovas cùng nhau sẵn sàng cho những chiến lược năm 2021, DCL vừa tổ chức Chương trình SALES KICKOFF – 2021 với chủ đề “Giải phóng tiềm năng của bạn” để truyền đạt thông điệp của lãnh đạo Công ty tới toàn thể nhân viên và tạo cơ hội gắn kết giữa các thành viên, xây dựng tinh thần teamwork.

Điểm nổi bật trong kết quả sản xuất kinh doanh của DCL trong năm 2020 là đã đạt lợi nhuận kỷ lục quý IV/2020 khoảng 40 tỷ đồng. Cụ thể, lợi nhuận trước thuế trong tháng 10 và tháng 11 năm 2020 của DCL lần lượt là 10 và 14 tỷ đồng, trong tháng 12/2020 dự kiến đạt 15 tỷ đồng. Tính chung năm 2020, DCL có doanh thu đạt trên 661 tỷ đồng, lợi nhuận gộp đạt gần 200 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt trên 90 tỷ đồng.



Để có được kết quả kinh doanh tăng kỷ lục này, bên cạnh việc đầu tư máy móc, thiết bị để nâng cao chất lượng sản phẩm thì việc tái cấu trúc lại hệ thống bán hàng cũng đóng vai trò không nhỏ. Đầu quý IV/2020, DCL đã thay đổi mô hình bán hàng theo hướng các chi nhánh sẽ được trao quyền nhiều hơn, tăng độ phủ, tăng tính trách nhiệm và chủ động hơn trong công việc. Các sản phẩm sẽ được lưu thông thông suốt, nhanh chóng, đảm bảo đáp ứng kịp thời nhu cầu thị trường. Đồng thời kết hợp đồng bộ với Dự án Innovation trên toàn công ty, đội ngũ bán hàng cũng như các chi nhánh đang tiến hành sàng lọc để lựa chọn những nhân tố tích cực nhất. Qua đó, nâng cao được tính cạnh tranh của DCL.

Trong năm 2021, DCL sẽ hoàn thành và đưa vào hoạt động nhà máy Capsule 4 với sản lượng 2,4 tỷ viên nang/năm, nâng tổng khối lượng nang sản xuất lên gần 8 tỷ viên/năm. Năm 2020, DCL cũng đã xin được visa cho 2 loại thuốc điều trị ung thư, đây là các loại có nhu cầu cao tại Việt Nam nói riêng và thế giới nói

chung. Điều này hứa hẹn sẽ mang lại doanh số hàng triệu đô cho năm 2021 và những năm tiếp theo. Bên cạnh đó, doanh nghiệp tiếp tục đẩy mạnh và hoàn thiện mô hình bán hàng để tăng độ phủ của các sản phẩm Dược Cửu Long đến tất cả các địa phương trong cả nước và hướng đến xuất khẩu một số mặt hàng.



Chính vì vậy, năm 2021, DCL đặt mục tiêu doanh thu 980 tỷ đồng tăng 50%, lợi nhuận trước thuế đạt 164 tỷ đồng tăng 116% so với năm 2020.

Cũng tại buổi SALES KICKOFF – 2021, lãnh đạo Tập đoàn và DCL đã trao thưởng cho các tập thể có thành tích tốt trong năm 2020 như giải thưởng SPOT AWARDS – NOVEMBER với giải nhất trị giá 500 USD cho chi nhánh An Giang; giải nhì trị giá 300USD cho chi nhánh Cà Mau và nhiều giải thưởng vinh danh khác.

FIT Cosmetics ra mắt nước giặt Tero đa năng mới với độ lưu hương lên tới 7 ngày

09

Nước giặt đa năng Tero mới với công nghệ D.S giúp phá vỡ mùi hôi, khử mùi hiệu quả, không chỉ thổi bay vết bẩn, cho quần áo sạch ngay như mới mà còn giúp quần áo lưu hương lên tới 7 ngày.

Với cơ chế hoạt động dựa trên công nghệ D.S khử mùi độc đáo, bao gồm phân tử active DeodorizeS và màng chắn ShieldS làm phá vỡ cấu trúc mùi hôi, kể cả mùi mồ hôi, ẩm mốc và mùi thức ăn bám trên quần áo. Do vậy, quần áo khi sử dụng nước giặt Tero đa năng mới sẽ luôn thơm mát với độ lưu giữ hương thơm lên tới 7 ngày mà không cần dùng đến nước xả vải. Đặc biệt, công thức của nước giặt đa năng vô cùng dịu nhẹ, nước giặt đa năng Tero vừa an toàn cho sức khỏe người sử dụng, vừa giúp bảo vệ từng sợi vải, cho quần áo luôn mềm mại và bền màu như mới.



Nước giặt Tero đa năng – Thoải bay vết bẩn, Sạch ngay như mới

Hiện nước giặt đa năng Tero có 2 mùi hương chính, đó là hương Hoa Hồng Thơm Mát lấy cảm hứng từ hương hoa hồng thành khiết được trồng hữu cơ từ những cánh đồng vùng Herefordshire nước Anh; và hương Đam Mê Diệu Kỳ lấy cảm hứng từ hương nước hoa cao cấp phiên bản giới hạn. Với 2 dung tích là can 3,8kg và chai 1kg, Tero mang đến trải nghiệm phong phú, cho người tiêu dùng thoải mái lựa chọn.

Sản phẩm nước giặt Tero đa năng mới sẽ đáp ứng phần nào quan điểm chăm sóc gia đình của người phụ nữ hiện nay. Đặc biệt, trong việc giặt giũ, nếu trước đây chị em vẫn thích lựa chọn bột giặt, thì ngày nay, chị em càng ưu tiên nước giặt sao cho tiện dụng, vừa tiết kiệm thời gian giặt giũ, vừa giúp quần áo sạch sẽ mà vẫn thơm mát.

Sản phẩm đã và đang được phân phối đến các siêu thị và hệ thống bán lẻ trên toàn quốc.


Bản tin IR không nằm ngoài mục đích giúp Cổ đông, Khách hàng, Báo chí, CBCNV và các bên quan tâm khác có cái nhìn toàn cảnh, từ đó, đưa ra những đánh giá đúng đắn về giá trị F.I.T.

Bên cạnh đó, Bản tin IR cũng thể hiện tính công khai, minh bạch, tôn trọng của F.I.T với các bên liên quan đảm bảo các mối quan hệ giữa F.I.T và các bên liên quan hiệu quả, bền vững, đa chiều.

Phụ trách bản tin: Lê Khánh Huyền

Phòng Truyền Thông Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T

 Tầng 5 tòa nhà Times Tower – HACC1 số 35 Lê Văn Lương, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Hà Nội.

 (84-4) : 7309.4688 (109)

 huyen.lk@fitgroup.com.vn

 www.fitgroup.com.vn

 www.facebook.com/fitgroup.com.vn