



BẢN TIN IR

THÁNG 12/2021

- ❖ 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

Tập đoàn F.I.T muốn đầu tư vào 3 lĩnh vực ở Đắk Nông	01
Trở thành đối tác chiến lược của hãng dược phẩm lớn của Canada, Dược Cửu Long sẽ sát cánh cùng người bệnh ung thư, tiểu đường	02
Dược Cửu Long bắt tay ‘đại gia’ dược Ấn Độ sản xuất thuốc điều trị Covid-19	03
Vikoda ‘thay áo mới’, ví nước khoáng kiềm tự nhiên quý như kim cương	04
Đánh Thành – Vikoda nhận diện mới, tầm vóc mới	05
FIT Cup K34 NEU Golf mở rộng lần 2 – Hấp dẫn với cơ cấu giải thưởng HIO	06

Tập đoàn F.I.T muốn đầu tư vào 3 lĩnh vực ở Đắk Nông

Chiều 6/12, UBND tỉnh đã làm việc với Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T để nghe kế hoạch đầu tư vào Đắk Nông. Phó Bí thư Tỉnh ủy, Chủ tịch UBND tỉnh Hồ Văn Mười chủ trì buổi làm việc.

Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T được thành lập năm 2007, hoạt động trong lĩnh vực đầu tư, tư vấn đầu tư và dịch vụ tài chính.

Đến nay, Công ty đã trở thành một tập đoàn đầu tư uy tín, với vốn chủ sở hữu đạt trên 4.046 tỷ đồng, tổng tài sản hơn 5.284 tỷ đồng. Tập đoàn hiện có hơn 10 công ty con và công ty liên kết trải khắp các vùng kinh tế trọng điểm của cả nước.

Sản phẩm, hàng hóa của F.I.T được phân phối trên phạm vi cả nước và đã xuất khẩu ra thế giới. Hiện công ty tập trung vào 3 ngành hàng chủ lực: dược phẩm, ngành hàng tiêu dùng bao gồm nước uống và hóa mỹ phẩm, nông nghiệp và thực phẩm.



Ông Nguyễn Văn Sang, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn F.I.T phát biểu tại buổi làm việc

Với Đắk Nông, F.I.T mong muốn đầu tư vào 3 lĩnh vực: nông nghiệp, du lịch, bất động sản. Về nông nghiệp, tập đoàn hướng đến mục tiêu xây dựng vùng nguyên liệu cây ăn trái quy mô lớn, năng suất, chất lượng cao và bao tiêu đầu ra sản phẩm.

F.I.T cũng quan tâm tới mảng du lịch, trong đó chú trọng vào xây dựng, khai thác du lịch sinh thái gắn với

du lịch cộng đồng. Về bất động sản, F.I.T mong muốn đầu tư khu đô thị cao cấp, nghỉ dưỡng kết hợp với sân golf tại TP. Gia Nghĩa.



Chủ tịch UBND tỉnh Hồ Văn Mười khẳng định Đắk Nông rất ủng hộ doanh nghiệp đến khảo sát, đầu tư tại tỉnh

Tại buổi làm việc, lãnh đạo UBND tỉnh và các sở, ngành đã gợi mở một số vấn đề, một số khu vực tiềm năng, phù hợp với kế hoạch của tập đoàn. Thay mặt lãnh đạo tỉnh, Chủ tịch UBND tỉnh Hồ Văn Mười khẳng định, tỉnh rất ủng hộ việc các doanh nghiệp đến khảo sát, đầu tư tại tỉnh. Đối với F.I.T, các lĩnh vực mà công ty có kế hoạch đầu tư khá phù hợp với tiềm năng, thế mạnh tại địa phương.

Chủ tịch Hồ Văn Mười nhấn mạnh: Tại buổi làm việc này, tỉnh chưa hứa hẹn gì với công ty nhưng chúng tôi sẽ yêu cầu lãnh đạo các sở, ngành, địa phương phối hợp cùng doanh nghiệp khảo sát. Nếu doanh nghiệp thực sự quyết tâm đầu tư và có kế hoạch cụ thể, tỉnh cam kết sẽ đồng hành để tháo gỡ mọi khó khăn trong quá trình đầu tư tại tỉnh trên cơ sở bảo đảm quy định của pháp luật.

Trở thành đối tác chiến lược của hãng dược phẩm lớn của Canada, Dược Cửu Long sẽ sát cánh cùng người bệnh ung thư, tiểu đường

02

Hôm nay (01/12), CTCP Dược phẩm Benovas – công ty con của Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (DCL) & hãng dược Pharmascience của Canada chính thức trở thành đối tác chiến lược.

Lễ ký kết đang diễn ra tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

Theo đó, việc trở thành đối tác chiến lược của Pharmascience sẽ giúp Benovas đa dạng hóa danh mục sản phẩm, trong đó đặc biệt có những sản phẩm First – To – Market là lợi thế không nhỏ cho Benovas trong việc đẩy nhanh tiến trình tiếp cận, mở rộng thị trường và phục vụ tốt hơn cho các bệnh nhân.

Đồng thời sẽ tiếp cận với thị trường dược phẩm thế giới thông qua chuỗi cung ứng của Pharmascience – một trong những công ty sản xuất dược phẩm lớn tại Canada cũng như ngành dược toàn cầu.



Ông Nguyễn Văn Sang Chủ tịch HĐQT FIT Group đại diện cho Benovas ký kết hợp tác chiến lược với ông Nguyễn Vũ Khanh – Trưởng VPĐD Pharmascience khu vực APAC

Phát biểu về việc Benovas trở thành đối tác chiến lược của Pharmascience, ông Nguyễn Vũ Khanh – Trưởng VPĐD Pharmascience khu vực Châu Á – Thái Bình Dương (APAC) cho biết: “Chúng tôi rất mong đợi sự kết hợp cùng đội ngũ trình dược viên, hệ thống phân phối và khả năng tiếp cận thị trường vượt trội của Benovas để có thể cung ứng những sản phẩm thuốc chất lượng cao đến thị trường Việt Nam”.

Tại buổi ký kết, đại diện lãnh đạo Benovas cho biết, việc trở thành đối tác chiến lược sẽ mang đến cho Việt Nam những sản phẩm dược phẩm chất lượng toàn cầu có nguồn gốc từ Canada, giúp ngành dược phẩm Việt Nam đa dạng hóa nguồn cung ứng và giúp cho đội ngũ Y- Bác sĩ Việt Nam có thêm nhiều lựa chọn trong công tác phòng và chữa bệnh.

“Với chúng tôi, giá trị cốt lõi của chúng tôi là chăm sóc sức khỏe người tiêu dùng một cách tận tình và nhân văn, với nhiều cải tiến mới, hiện đại nhưng vẫn giữ chữ tâm trong mọi hoạt động. Do đó, thông qua buổi ký kết lần này, danh mục sản phẩm tiềm năng của chúng tôi sẽ chỉ tập trung vào các nhóm sản phẩm bệnh lý tim mạch, ung thư, thần kinh trung ương và tiểu đường. Trong tương lai, sau khi Benovas xây dựng được nhà máy dược phẩm đạt tiêu chuẩn FDA (Food and Drug Administration) do Cục quản lý Thực phẩm và

dược phẩm Hoa Kỳ ban hành thì Pharmascience sẽ chuyển giao để Benovas sản xuất và phân phối các sản phẩm của Pharmascience, chứ không dừng lại ở việc phân phối sản phẩm như thời gian đầu hợp tác”, đại diện Benovas cho hay.



Ông Nguyễn Văn Sang và ông Nguyễn Vũ Khanh trả lời câu hỏi của các cơ quan báo chí

Cũng theo đại diện Benovas, trong thời gian tới, Pharmascience sẽ chịu trách nhiệm phát triển và cung ứng các sản phẩm thuốc chất lượng cao vào thị trường Việt Nam thông qua hệ thống kinh doanh và phân phối của Benovas; Benovas chịu trách nhiệm về các hoạt động kinh doanh và tiếp thị nhằm đạt mục tiêu của cả hai công ty đề ra và đáp ứng nhu cầu điều trị đa dạng của đội ngũ nhân viên y tế Việt Nam.

Benovas là công ty dược phẩm hàng đầu trong lĩnh vực thương mại và phân phối tại Việt Nam. Hiện Benovas là doanh nghiệp dược phẩm có đội ngũ kinh doanh được tổ chức tốt bao phủ cả hai kênh ETC & OTC; mạng lưới phân phối trải dài với 12 chi nhánh trên toàn quốc và 4 trung tâm phân phối.

Pharmascience là một trong những công ty sản xuất dược phẩm lớn tại Canada được thành lập vào năm 1983 với hơn 1.500 nhân viên và đang phân phối sản phẩm đến gần 50 quốc gia trên toàn thế giới.

Sự hiện diện trên toàn cầu cũng như tốc độ phát triển vững chắc của Pharmascience đã giúp bệnh nhân và các đơn vị chăm sóc sức khỏe trên toàn thế giới tiếp cận được những sản phẩm dược phẩm với chất lượng cao tương tự như người dân Canada đang sử dụng.

Đội ngũ R&D của Pharmascience có kiến thức chuyên môn cao và chuyên nghiệp, yếu tố quan trọng trong việc phát triển các loại thuốc generic dạng tiêm truyền và dạng uống phức tạp.

Pharmascience sản xuất và phân phối các sản phẩm dược phẩm chất lượng cao với hệ thống nhà máy tại Candiac đã được FDA (Hoa Kỳ) chứng nhận từ năm 2017.

Trong suốt quá trình hình thành và phát triển, Pharmascience đã đầu tư hơn 500 triệu đô la cho việc nghiên cứu phát triển sản phẩm và hiện nằm trong số những công ty sản xuất dược phẩm hàng đầu tại Canada, cung cấp hơn 300 dòng sản phẩm với hơn 20 dạng bào chế.

Chỉ riêng tại Canada, các sản phẩm dược phẩm của Pharmascience được kê trong hơn 45 triệu đơn thuốc mỗi năm.

Dược Cửu Long bắt tay ‘đại gia’ dược Ấn Độ sản xuất thuốc điều trị Covid-19

03

(VNF) – Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (HoSE: DCL) và Công ty Allegens (Ấn Độ) vừa ký kết hợp tác về việc chuyển giao công nghệ và cung cấp nguyên liệu sản xuất thuốc Molnupiravir điều trị Covid-19.



Dược Cửu Long sẽ sản xuất thuốc điều trị Covid-19.

Theo thỏa thuận được ký kết, DCL sẽ nhận chuyển giao công nghệ sản xuất thuốc Molnupiravir theo tiêu chuẩn của các nước trên thế giới từ Công ty Allegens. Công ty Allegens cam kết cung cấp nguyên liệu chất lượng cao với số lượng lớn cho DCL để sản xuất thuốc Molnupiravir.

Được biết, 2 bên đang phối hợp chặt chẽ để hoàn tất thủ tục với các cơ quan chức năng trong thời gian

sớm nhất.

Theo đại diện DCL, việc chủ động tìm kiếm đối tác để sản xuất thuốc điều trị Covid-19 nhằm đáp ứng yêu cầu cấp bách về thuốc điều trị Covid-19 trong nước của Chính phủ hiện nay, góp phần tăng nguồn cung, giảm giá thành và giảm sự lệ thuộc vào việc nhập khẩu thuốc điều trị Covid-19 trong điều kiện dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp như hiện nay.

“Bên cạnh thế mạnh sản xuất viên nang rỗng (Capsule) và bơm tiêm, trong chiến lược phát triển của doanh nghiệp cũng hướng đến sản xuất và phân phối những loại thuốc có chất lượng cao, giá thành hợp lý nhằm giúp người bệnh có nhiều sự lựa chọn thuốc điều trị”, đại diện DCL nhấn mạnh.

Về tình hình kinh doanh, trong 6 tháng đầu năm 2021, DCL ghi nhận doanh thu đạt 359,3 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt 44,7 tỷ đồng, lần lượt tăng trưởng 8,3% và 66,2% so với cùng kỳ năm trước. Trong năm 2021, DCL đặt kế hoạch kinh doanh với tổng doanh thu là 805 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế là 110 tỷ đồng.

Vikoda ‘thay áo mới’, ví nước khoáng kiềm tự nhiên quý như kim cương

04

Nước khoáng thiên nhiên Đánh Thạnh – Vikoda có độ pH 9.0, đạt ngưỡng kiềm hoàn hảo tự nhiên 100% không qua quy trình xử lý kiềm nhân tạo, là món quà vô giá và chúng tôi coi mỏ nước khoáng đang chính sở hữu là mỏ kim cương!

Đó là chia sẻ từ ông Nguyễn Văn Sang, Chủ tịch Tập đoàn F.I.T – đơn vị đang đầu tư vào Đánh Thạnh – Vikoda trước các đối tác, nhà đầu tư, người tiêu dùng tại Lễ công bố nhận diện thương hiệu mới cho nước khoáng kiềm thiên nhiên Đánh Thạnh – Vikoda diễn ra sáng 17.12, tại Hà Nội.



Thiết kế chai Nước khoáng thiên nhiên Vikoda mới. ẢNH: PHAN HẬU

Món quà vô giá từ thiên nhiên

Buổi lễ của Công ty CP nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) mang đến cho khách mời nhiều cung bậc cảm xúc với những tình huống không nằm trong kịch bản. Khi ông Nguyễn Văn Sang và “thuyền trưởng” của Đánh Thạnh – Vikoda, Tổng giám đốc Nguyễn Nhật Hoàng liên tục chia sẻ nguồn cảm hứng khi quyết định “thay áo mới”, cho sản phẩm nước khoáng thiên nhiên độc đáo doanh nghiệp này đang sở hữu. “Chúng tôi ví nước khoáng như kim cương thì cần phải có hình thức xứng đáng tôn vinh giá trị của nó, đó chính là lý do F.I.T đầu tư vào Đánh Thạnh – Vikoda từ nhiều năm nay nhưng đến giờ mới công bố hình ảnh mới”, ông Sang nói mở đầu. Vỏ chai nước mới được thiết kế kết hợp giữa “nghệ thuật đá cân bằng” và “phổ kiểm nguyên bản” đã mang lại diện mạo mới cho nước khoáng thiên nhiên Vikoda. Ngay tại lễ ra mắt, mẫu chai được nhiều khách hàng, nhà phân phối đánh giá có màu sắc tươi mới, trẻ trung và năng động. Trong đó, nhiều khách hàng đặc biệt ấn tượng bởi những thông điệp in trực tiếp trên mỗi chai nước. Nhưng ấn tượng nhất là thông điệp: Nguyên bản như ngọc trong đá.



Ông Nguyễn Văn Sang – Chủ tịch HĐQT FIT Group chia sẻ lý do ví mỏ khoáng Đánh Thạnh là kim cương. ẢNH: PHAN HẬU

Theo ông Nguyễn Nhật Hoàng, bằng thông điệp này, Vikoda muốn khẳng định sự độc nhất của nguồn khoáng quý Đánh Thạnh có độ pH 9.0 đạt ngưỡng kiểm hoàn hảo tự nhiên. Nước được khai thác ở độ sâu từ 220 – 270 m, giữ lại toàn bộ khoáng chất trong tự nhiên. Ngoài ra, xung quanh mỏ nước là vành đai rộng 30 ha không có bất cứ hoạt động can thiệp, tác động nào của con người nên dòng nước có độ sạch, tinh khiết nhất. “Vikoda là doanh nghiệp hiếm hoi có nhà máy đặt tại mỏ nước. Nước khoáng khai thác từ mỏ đi lên được đưa thẳng vào nhà máy chiết và đây là món quà thật sự từ thiên nhiên, không qua bất kỳ quy trình xử lý kiểm nhân tạo nào”, ông Hoàng nói.

Gây dựng cộng đồng người tiêu dùng Vikoda

Ông Nguyễn Văn Sang, Chủ tịch Tập đoàn F.I.T, cho rằng nhiều sản phẩm nước khoáng thiên nhiên của Nhật Bản, Pháp... nổi tiếng khắp thế giới, ngay tại Việt Nam đang bán với giá rất cao nhưng người tiêu

dùng vẫn tìm mua.



Ông Nguyễn Nhật Hoàng – Tổng giám đốc Vikoda chia sẻ về tính độc nhất của nguồn khoáng kiềm Đảnh Thạnh. ẢNH: PHAN HẬU

Trong khi ở mỏ khoáng Đảnh Thạnh, các công trình nghiên cứu, kiểm nghiệm cho thấy chất lượng không hề thua kém. Đây là cơ sở để doanh nghiệp tiếp tục đầu tư cho sản phẩm nước khoáng của Việt Nam khẳng định giá trị, vị thế ở thị trường quốc tế.



Khách mời tham dự Lễ công bố nhận diện thương hiệu mới cho Vikoda. ẢNH: PHAN HẬU

Cũng theo ông Sang, hiện nay rất nhiều doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh nước đang cố gắng bằng các công nghệ khác nhau để đưa kiềm, tạo kiềm trong nước. Nhưng không có bất cứ đơn vị nào có được mỏ nước khoáng đạt ngưỡng kiềm tự nhiên hoàn hảo như Vikoda. “F.I.T và Vikoda sẽ nghiên cứu để cho ra thị trường nhiều dòng sản phẩm nhau và sẽ có loại chỉ phục vụ khách hàng ở những khu nghỉ dưỡng, khách sạn 5 – 6 sao ở Việt Nam và trên cả thế giới”, ông Sang nói.



Khách mời đặt câu hỏi tại buổi lễ. ẢNH: PHAN HẬU

Theo ông Nguyễn Nhật Hoàng, Tổng giám đốc Vikoda, một điểm đặc biệt nữa là nguồn nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh được thấm chảy qua nhiều tầng địa chất và tích tụ qua hàng trăm năm để thành dòng khoáng ngầm nằm sâu dưới lòng đất nhưng trữ lượng nó lại hữu hạn. Hiện tại, mỗi ngày nhà máy chỉ khai thác khoảng trên 500m³ sản xuất ra hơn 1,5 triệu chai nước, số lượng này quá nhỏ bé so với thị trường 100 triệu dân. Chính vì sự hữu hạn này mà Vikoda chỉ phục vụ cho một nhóm khách hàng mà thôi và là lợi thế để gây dựng một cộng đồng người tiêu dùng riêng, nói cách khác là lựa chọn khách để bán hàng.



BS Nguyễn Thị Vân Hồng trả lời câu hỏi khách mời về tác dụng của nước khoáng kiềm thiên nhiên đối với sức khỏe tại buổi lễ. ẢNH: PHAN HẬU

“Trong tương lai, chúng tôi sẽ gây dựng thành cộng đồng người tiêu dùng Vikoda được cấp thẻ thành viên. Chúng tôi kỳ vọng, cộng đồng người tiêu dùng của Vikoda không chỉ uống nước theo cách thông thường mà là tận hưởng những gì tinh túy nhất từ thiên nhiên. Mỗi khi cầm chai nước lên sử dụng thì luôn nhớ đến, biết ơn thiên nhiên tạo hóa đã ban tặng cho con người dòng nước khoáng cực kỳ quý hiếm này”, ông Hoàng nói.



Lãnh đạo tập đoàn chụp ảnh lưu niệm cùng khách mời. ẢNH: PHAN HẬU

Dịp này, Vikoda giới thiệu mẫu logo mới, được thiết kế bắt nguồn từ hình ảnh 3 vòi nước phun trào từ lòng đất mẹ, hòa thành 1 dòng mạnh mẽ, chảy vòng quanh tạo nên một vòng tròn khép kín, nhằm mang lại cho bố cục một cảm giác chắc chắn, hoàn hảo và vững chãi. Cộng hưởng vào đó là sự đổi mới trong thiết kế của cụm chữ “Đảnh Thạnh”, với đường nét cứng cáp, tinh tế, giúp tôn lên tính hiện đại cho thiết kế tổng thể của logo. Bằng sự thay đổi này, Vikoda đặt mục tiêu mang nguồn nước khoáng thiên nhiên quý giá đến người tiêu dùng Việt Nam và thế giới, đây chính là lòng tự hào dân tộc – quảng bá tới bạn bè quốc tế về nguồn nước khoáng tự nhiên hiếm có của Việt Nam cũng như khát vọng, hoài bão vươn lên của thương hiệu, doanh nghiệp Việt.

05

Đảnh Thạnh – Vikoda nhận diện mới, tầm vóc mới

Ngày 17.12, tại Hà Nội, Công ty cổ phần nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) – thành viên của Tập đoàn F.I.T đã tổ chức Lễ công bố bộ nhận diện thương hiệu nước khoáng kiểm thiên nhiên Đảnh Thạnh – Vikoda.

Tại buổi lễ công bố, đại diện lãnh đạo Vikoda cho biết, thương hiệu nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh – Vikoda ra đời theo 3 lợi thế, đó là: Sự khác biệt của nguồn nước, sự thật về nguồn nước và sự thật về khách hàng.



Ông Nguyễn Văn Sang – Chủ tịch HĐQT FIT Group và ông Nguyễn Nhật Hoàng – Tổng giám đốc Công ty CP nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) vén màn mô hình bộ nhận diện thương hiệu mới. ẢNH: VIKODA

Sở dĩ có sự khác biệt của nguồn nước là vì nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh – Vikoda có độ pH 9.0, đạt ngưỡng kiểm hoàn hảo tự nhiên 100%, không qua bất kỳ quy trình xử lý kiểm nhân tạo nào.

Không những vậy, nguồn nước được thấm chảy qua nhiều tầng địa chất và tích tụ qua hàng trăm năm để thành dòng khoáng ngầm nằm sâu dưới lòng đất. Hiện trữ lượng nước khoáng thiên nhiên của mỏ khoáng Đảnh Thạnh mà Vikoda đang sở hữu là nguồn nước có trữ lượng hạn chế, chỉ bằng vài cơn mưa mỗi mùa trong năm nên có thể được xem như sản vật quý giá của Việt Nam.

“Nguồn khoáng Đảnh Thạnh mang những đặc tính của tự nhiên, được xem là tinh túy của đất trời Việt Nam. Ngoài ra, trải qua cơn bão của “chủ nghĩa” tiêu dùng, choáng ngợp với những điều hào nhoáng nhưng không cần thiết, Vikoda đã nhận ra rằng, trở về với bản chất tự nhiên và sử dụng những gì gần gũi với thiên nhiên như sản vật nội địa chính là những điều mà chúng tôi thật sự tìm kiếm.

Từ 3 lý do trên, Vikoda đã thay đổi thiết kế logo và diện mạo theo hướng “luôn tự hào vì mọi sản phẩm công ty mang đến cho người tiêu dùng đều mang trong mình nền nước khoáng Đảnh Thạnh, nơi mà sự quý hiếm của nước xứng đáng được ví von tựa ngọc trong đá”, đại diện Vikoda cho hay.

Lý giải thêm về logo thương hiệu, đại diện Vikoda cho biết, logo mới được thiết kế bắt nguồn từ hình ảnh 3 vòi nước phun trào mạnh mẽ từ lòng đất mẹ, chảy vòng quanh tạo nên một vòng tròn khép kín, nhằm mang lại cho bố cục một cảm giác chắc chắn, hoàn hảo và vững chãi.



Thiết kế chai Nước khoáng thiên nhiên Vikoda mới

Cộng hưởng vào đó là sự đổi mới trong thiết kế của cụm chữ “Đánh Thạch”, với đường nét cứng cáp, tinh tế, giúp tôn lên tính hiện đại cho thiết kế tổng thể của logo, cùng lúc truyền tải đi lời cam kết cho sự phát triển vượt bậc nhưng bền vững của một doanh nghiệp Việt đến với mọi người tiêu dùng.



Tại buổi lễ, chuyên gia Nguyễn Thị Vân Hồng – Trưởng khoa Tiêu hóa Bệnh viện Bạch Mai cũng trả lời thắc mắc về tác dụng của nước khoáng kiềm thiên nhiên đối với sức khỏe. ẢNH: VIKODA

Với thương hiệu Vikoda được tái định vị với phong cách hòa nhập tinh tế vào dòng chảy sự phát triển của thời đại nhưng vẫn kế thừa được những nét tinh túy của thương hiệu cũ. Bộ cục tổng thể cụm chữ ‘VIKODA’

chắc chắn, chỉnh chu, với nét chữ dày, phương thẳng đứng, mang lại cảm giác mạnh mẽ và vững chãi.

Cùng điểm nhấn chữ V được cách điệu cong vượn lên theo hướng mắt người đọc, ẩn ý truyền tải cảm xúc kiêu hãnh và hứa hẹn cho sự phát triển vươn tầm của một thương hiệu Việt.

Màu sắc logo cũng được lựa chọn lại tạo cảm giác nhẹ nhàng, thanh khiết và trẻ trung, phù hợp với hình ảnh mới của thương hiệu.

Ngoài ra, dựa trên ý tưởng thiết kế kết hợp giữa “Nghệ thuật đá cân bằng” và “Phổ kiểm nguyên bản”, diện mạo mới của sản phẩm nước khoáng thiên nhiên Vikoda được nhận xét là cá tính, trẻ trung, năng động và hiện đại hơn.

Việc thay đổi kiểu dáng bao bì và thông điệp mới cho Vikoda – nhãn hiệu chủ lực của Vikoda sẽ là một trong những bước đột phá vượt bậc, giúp Vikoda ngày càng khẳng định tên tuổi trong tâm trí người tiêu dùng cả nước, hiện thực hóa mục tiêu nâng tầm thương hiệu Việt, bảo vệ sức khỏe và gia tăng giá trị lợi ích cho người tiêu dùng.

Ngoài ra, thông điệp “Nguyên bản như ngọc trong đá”, Vikoda cam kết mỗi chai nước khoáng thiên nhiên Vikoda mang đến cho người tiêu dùng đều là món quà vô giá nguyên bản từ thiên nhiên ban tặng cho con người.

Trải qua hơn 30 năm hình thành và phát triển, Vikoda có bề dày lịch sử và thương hiệu sở hữu nhiều lợi thế cạnh tranh từ nguồn lực riêng về nguồn khoáng Đảnh Thanh.

Với sự quan tâm, chú trọng đầu tư từ công ty “mẹ” là F.I.T Group, Vikoda đã có những bước phát triển vượt bậc đang trên đà trở thành công ty nước khoáng cao cấp và là một trong 10 công ty nước hàng đầu Việt Nam.

Việc thay đổi bộ nhận diện mới, Vikoda đặt mục tiêu mang nguồn nước khoáng thiên nhiên quý giá đến người tiêu dùng khắp Việt Nam và thế giới. Đây chính là lòng tự hào dân tộc – quảng bá tới bạn bè quốc tế về nguồn nước khoáng thiên nhiên hiếm có, về sự đa dạng tài nguyên của đất nước cũng như thể hiện được sự phát triển mạnh mẽ của thương hiệu Việt.

[#Đảnh Thanh#Vikoda#Đảnh Thanh#FIT Group#](#)

Link bài viết: https://m.thanhnien.vn/danh-thanh-vikoda-nhan-dien-moi-tam-voc-moi-post1412563.amp?gidzl=099mINQbiWW3Yd5ATRAx3mY3VqzZuxaA4uOjJMxXvWn9XNLCFBot2KIUTae_xRS9JjqW73950V9qTAAp30

FIT Cup K34 NEU Golf mở rộng lần 2 – Hấp dẫn với cơ cấu giải thưởng HIO

06

Ngày 14/01/2022 tới đây trên sân golf Long Biên, CLB K34 NEU Golf sẽ phối hợp cùng với tập đoàn FIT tổ chức giải “FIT Cup K34 NEU Golf mở rộng lần 2”.

Nối tiếp thành công sau mùa giải đầu tiên, CLB K34 NEU Golf sẽ phối hợp cùng Tập đoàn F.I.T tổ chức giải đấu "FIT Cup K34 NEU Golf mở rộng lần 2" vào ngày 14/01/2022 tới đây trên sân Long Bien Golf Course. Đây cũng là sự kiện để các golfer là sinh viên khoá K34 hướng tới ngày kỷ niệm 25 năm ra trường (1996 – 2021), chính vì thế ban tổ chức sẽ lấy chủ đề là "Duyên 34".



K34 NEU GOLF

MỞ RỘNG LẦN 2

KỶ NIỆM 15 NĂM THÀNH LẬP FIT GROUP - 25 NĂM RA TRƯỜNG K34 NEU

LONG BIÊN GOLF COURSE | 14.01.2022
TEETIME SHOTGUN: 12H00 PM

230 GOLFER

- **Bảng A:** Handicap từ 0 - 12
- **Bảng B:** Handicap từ 13 - 17
- **Bảng C:** Handicap từ 18 - 23
- **Bảng D:** Handicap 24 - 36
(golfer có HDC > 36, BTC sẽ điều chỉnh về HDC tối đa là 36)
- **Bảng Lady**

*(HDC chốt ngày 10/01/2022)

KHAI MẠC GIẢI ĐẤU: 11:45

BẤT NGỜ ĐẶC BIỆT tại:
Gala tiệc tối trao giải tại nhà hàng
Sân golf Long Biên - Sảnh tầng 3B: 18:00



Door Gift: Áo, Ô, Bóng
& Sản phẩm của FIT Group

CƠ CẤU GIẢI

Giải Best Gross
Giải Nhất, Nhì, Ba các bảng
06 giải Nearest to the pin
05 giải Longest Drive

PHÍ THAM DỰ 2.450.000VNĐ/pax

(Bao gồm coupon ăn trưa tại nhà hàng sân)

9080.1918.99999 MB Bank - Hoàng Thị Diệu Linh
Nội dung: K34 + Họ tên + VGA + Size Áo (Châu Âu)

SĐT NHẬN THÔNG TIN ĐĂNG KÝ

MS. HOÀNG LINH
0986.431.206

BAN TỔ CHỨC

MR. VŨ ANH TRỌNG - TTK K34 NEU GOLF - TRƯỞNG BAN TỔ CHỨC
MR. ĐÀO HỮU LONG - CT K34 NEU GOLF - TV BAN TỔ CHỨC
MR. NGUYỄN VĂN TÀI - TV BAN TỔ CHỨC

HOLE IN ONE



04 Mercedes-Benz C200
Các hồ #4A, #6A, #2B, #5B



Xe Grand American Touring
2021 CVO™ Limited
HỒ #9C



Xe Triumph
Bonneville Speedmaster
HỒ #5C

200 Triệu tiền mặt
Các hồ par 3

BẢO TRỢ TRUYỀN THÔNG

GolfNews
www.golfnews.vn

ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

VGSBOOKING

Trong trường hợp bất khả kháng xảy ra, BTC sẽ thông báo
cho các golfer biết sớm về thông tin thay đổi của giải!

Theo thông báo của BTC, giải đấu năm nay sẽ có 230 golfer tham gia tranh tài chia thành 5 bảng, trong đó 4 bảng dành cho nam (A, B, C và D) và 1 bảng dành cho nữ (Lady) với thể thức đấu gậy tính điểm Net theo Handicap.

Cơ cấu giải thưởng:

- 01 giải Best Gross: Cúp + Quà.
- 05 giải nhất của 5 bảng A, B, C, D, Lady gồm: Cúp + Quà.
- 05 giải nhì của 5 bảng A, B, C, D, Lady gồm: Cúp + Quà.
- 05 giải ba của 5 bảng A, B, C, D, Lady gồm: Cúp + Quà.
- Giải kỹ thuật (Longest Drive, Nearest to the Pin và HIO)

Ngoài các giải thưởng chính, cơ cấu giải thưởng HIO cũng vô cùng hấp dẫn như: 04 xe hơi hạng sang Mercedes-Benz C200, Xe mô tô Grand American Touring 2021 CVO Limited, Xe mô-tô Trimumph Bonneville Speedmaster và 200 triệu đồng tiền mặt.



Golfer Nguyễn Văn Tài vô địch FIT Cup K34 NEU Golf mở rộng lần thứ nhất.

Tại lần đầu tiên tổ chức, golfer Nguyễn Văn Tài đã xuất sắc giành chức vô địch với vòng đấu 73 gậy trên sân golf Sky Lake.

Giải đấu sẽ được hỗ trợ tổ chức bởi VGS Booking. Mọi thông tin xin liên hệ vui lòng liên hệ: Ms Hoàng Linh – 0986.431.206


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