

**F&T GROUP**

**BẢN TIN**

# **NHÀ ĐẦU TƯ**

QUÝ II.2025



**KIẾN TẠO  
DẤU ẤN**

# MỤC LỤC

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 01   TIÊU ĐIỂM.....            | 03 |
| 02   THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG..... | 11 |
| 03   HOẠT ĐỘNG KINH DOANH..... | 18 |
| 04   HOẠT ĐỘNG NỘI BỘ .....    | 25 |
| 05   GÓC NHÌN.....             | 29 |





1

---

**TIÊU ĐIỂM**  
Quý II/ 2025

### F.I.T GROUP TỔ CHỨC THÀNH CÔNG ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2025

Ngày 22/4/2025, Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T (Mã CK: FIT) đã tổ chức thành công Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2025 (ĐHĐCĐ). Trong chương trình làm việc, ĐHĐCĐ đã lắng nghe và thông qua Báo cáo hoạt động năm 2024 của Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban Kiểm soát và cho ý kiến về kế hoạch hoạt động năm 2025; Thông qua các tờ trình về kế hoạch kinh doanh năm 2025, Báo cáo tài chính riêng, Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán năm 2024, lựa chọn công ty kiểm toán và soát xét các Báo cáo tài chính trong năm 2025,... và các tờ trình khác thuộc thẩm quyền ĐHĐCĐ.

Năm 2024, đứng trước bối cảnh nền kinh tế còn nhiều thách thức, khó khăn, F.I.T Group đã tập trung bám sát các chiến lược hành động, đồng thời cải tiến sản phẩm, đầu tư xây dựng nhà máy, cơ sở vật chất, nâng cao kiến thức,

kinh nghiệm cho CBCNV, triển khai hoạt động số hóa toàn Tập đoàn. Theo báo cáo tài chính hợp nhất 2024 đã kiểm toán, kết thúc năm, F.I.T Group đạt hơn 7.747 tỷ đồng tổng tài sản.

Đại hội đồng cổ đông thường niên 2025 là lời khẳng định cho khát vọng vươn mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên mới của dân tộc. Với chiến lược rõ ràng, niềm tin vững chắc và sự đồng lòng từ HĐQT, Ban lãnh đạo và CBNV, F.I.T Group sẽ không ngừng đổi mới, sáng tạo tiếp tục hiện thực hóa tầm nhìn trở thành Tập đoàn thịnh vượng, đa ngành với các sản phẩm và dịch vụ khác biệt, đẳng cấp, dẫn đầu, mang lại chất lượng cuộc sống tốt đẹp hơn, là nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh.





### F.I.T GROUP XUẤT SẮC GIÀNH GIẢI TOP 10 THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG QUỐC GIA 2025



Ngày 25/5/2025, trong khuôn khổ Lễ công bố Thương hiệu nổi tiếng Quốc gia 2025, F.I.T Group đã chính thức được vinh danh là tại hạng mục danh giá nhất: “Top 10 Thương hiệu nổi tiếng Quốc gia”. Giải thưởng không chỉ khẳng định uy tín và vị thế của doanh nghiệp mà còn là dấu ấn ghi nhận những nỗ lực bền bỉ trong suốt hành trình 18 năm phát triển của F.I.T Group.

Lễ công bố Thương hiệu nổi tiếng Quốc gia 2025 do Hội sáng chế Việt Nam và Viện phát triển sáng chế & đổi mới công nghệ tổ chức thường niên. Đây là một trong những giải thưởng uy tín bậc nhất trong lĩnh vực xây dựng và phát triển thương hiệu tại Việt Nam, với tiêu chí đánh giá nghiêm ngặt bao gồm: năng lực tài chính, hiệu quả kinh doanh, mức độ hài lòng của khách hàng, năng lực đổi mới sáng tạo, trách nhiệm xã hội và định hướng phát triển bền vững. Mục tiêu của chương trình nhằm tôn vinh những thương hiệu mạnh, có đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế đất nước, có sức ảnh hưởng lớn trên thị trường và được người tiêu dùng tin nhiệm.

Giải thưởng “Top 10 Thương hiệu nổi tiếng Quốc gia 2025” không chỉ là thành tựu đáng tự hào mà còn là động lực mạnh mẽ để F.I.T Group tiếp tục hiện thực hóa tầm nhìn trở thành Tập đoàn thịnh vượng, đa ngành với các sản phẩm và dịch vụ khác biệt, đẳng cấp, dẫn đầu, mang lại chất lượng cuộc sống tốt đẹp hơn. Nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh.





### CÁC CTTV CỦA F.I.T GROUP TỔ CHỨC THÀNH CÔNG ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2025

Trong tháng 4/2025, các Công ty thành viên và công ty liên kết của F.I.T Group đã lần lượt tổ chức thành công Đại hội đồng cổ đông thường niên, khẳng định sự chủ động, vững vàng trong chiến lược phát triển và quản trị bền vững.

Tiêu biểu, ngày 11/04, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) tổ chức Đại hội cổ đông trực tuyến, đánh dấu cột mốc 35 năm hình thành và phát triển. Với tổng tài sản hơn 328 tỷ đồng, doanh thu đạt hơn 214 tỷ đồng (theo báo cáo tài chính kiểm toán 2024), Vikoda đang từng bước khẳng định vị thế trong phân khúc nước khoáng cao cấp. Năm 2025, doanh thu và lợi nhuận sau thuế dự kiến tăng lần lượt 64,54% và 73,26%; hướng tới mục tiêu đến năm 2027 đạt doanh số 40 triệu USD và tiêu thụ 1 triệu chai mỗi ngày.



Ngày 16/04, Công ty CP Vật tư kỹ thuật Nông nghiệp Cần Thơ (TSC) tổ chức Đại hội cổ đông lần thứ hai bằng hình thức trực tuyến. Trước bối cảnh kinh tế nhiều biến động, TSC chủ động đầu tư nâng cấp công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh. Công ty xác định ưu tiên phát triển các ngành hàng có tiềm năng như nước uống đóng chai (Vikoda), chế biến nông sản (Westfood), và hóa mỹ phẩm thân thiện môi trường (FIT Cosmetics).

Tiếp nối chuỗi thành công, ngày 25/04, Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (DCL) tổ chức Đại hội cổ đông thường niên trực tuyến. Nhờ định hướng chiến lược từ F.I.T Group và hiệu quả trong quản lý đầu tư, DCL duy trì ổn định sản xuất kinh doanh, hoàn thành 95% kế hoạch doanh thu năm 2024. Tổng tài sản tăng lên hơn 2.424 tỷ đồng, vốn chủ sở hữu đạt hơn 1.503 tỷ đồng. DCL cũng ghi dấu ấn trên thị trường khu vực khi liên tiếp được vinh danh trong Top 20 Doanh nghiệp phát triển vững mạnh và Top 50 thương hiệu mạnh ASEAN.





### DCL & BMD MỞ RỘNG HỢP TÁC QUỐC TẾ TẠI HỘI CHỢ CMEF THƯỢNG HẢI

Từ ngày 8–10/4/2025, đoàn công tác của CTCP Dược phẩm Cửu Long (DCL) và CTCP Thiết bị Y tế Benovas (BMD) đã tham dự Hội chợ Thiết bị Y tế Trung Quốc (CMEF) tại Trung tâm Hội chợ Quốc tế Thượng Hải.

Tại sự kiện, đoàn đã trực tiếp làm việc với nhiều nhà cung cấp thiết bị sản xuất vật tư y tế có tiềm năng ứng dụng cao tại thị trường Việt Nam và quốc tế. Đồng thời, BMD chủ động tìm kiếm các đối tác chiến lược nhằm phục vụ kế hoạch mở rộng sản xuất và phát triển sản phẩm trong năm 2025.

Chuyến công tác ghi nhận những kết quả tích cực, khi đoàn đạt được thỏa thuận sơ bộ với hai nhà cung cấp, mở đường cho việc ký kết hợp đồng mua sắm thiết bị ngay trong tháng 4/2025. Không chỉ mở rộng hợp tác quốc tế, chuyến đi còn thể hiện rõ tầm nhìn dài hạn và tinh thần hội nhập của BMD và DCL.

Với những bước đi đồng bộ, bài bản, BMD đang từng bước khẳng định vị thế nhà sản xuất thiết bị y tế hàng đầu tại Việt Nam, hướng tới vươn tầm khu vực. Đồng hành cùng BMD, DCL tiếp tục phát huy vai trò kết nối và tiên phong trong ngành dược – thiết bị y tế, cam kết đổi mới và kiến tạo giá trị bền vững cho cộng đồng.



### VIKODA VINH DỰ NẪM TRONG TOP 10 THƯƠNG HIỆU MẠNH QUỐC GIA 2025



Ngày 12/04, tại Lễ trao giải Thương hiệu mạnh quốc gia, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) vinh dự lọt vào Top 10 chung cuộc. Danh hiệu này là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng của Vikoda trong việc đáp ứng các tiêu chí khắt khe, khẳng định uy tín và vị thế vững chắc của thương hiệu trên thị trường nước uống đóng chai tại Việt Nam.

Trải qua 35 năm hình thành và phát triển, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa đã đáp ứng các tiêu chí để được vinh danh trong Top 10 Thương hiệu mạnh quốc gia. Đây là minh chứng mạnh mẽ nhất cho sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với một thương hiệu nước uống đóng chai quốc gia đạt chất lượng cao, hiện đang theo đuổi định hướng phát triển bền vững và có những đóng góp tích cực cho cộng đồng.

Hướng tới mục tiêu trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc sức khỏe chất lượng cao, đồng thời là nơi quy tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh, Vikoda định hướng xây dựng trở thành thương hiệu Việt thật mạnh mẽ, đủ sức cạnh tranh với các tên tuổi lớn trên thế giới, vươn tầm quốc tế, đóng góp những giá trị tích cực cho cộng đồng trong và ngoài nước.

### NHÀ MÁY VIKODA: NƠI CHẾ TÁC NHỮNG HẠT “NGỌC TRONG ĐÁ”



Suốt 35 năm phát triển, Nhà máy nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda luôn kiên định với triết lý “Nguyên bản như Ngọc trong Đá” – trân trọng tinh túy thiên nhiên và gìn giữ giá trị thuần khiết của nguồn khoáng Đảnh Thạnh. Nhằm bảo vệ hệ sinh thái nguyên sơ quanh mỏ khoáng, Vikoda đã thiết lập khu bảo tồn rộng 35 ha, giữ nguyên lớp bùn khoáng và thảm thực vật tự nhiên, cùng vành đai cách ly an toàn với khu dân cư, đảm bảo mỗi giọt nước đều tinh khiết như nguyên bản.

Nguồn nước được khai thác từ giếng khoan sâu 220m, tự phun ở 72°C, dẫn về nhà máy qua hệ thống ống inox khép kín. Quy trình sản xuất khép kín tại nguồn tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn QCVN 6-1:2000/BYT và Codex 108, ứng dụng công nghệ UV diệt trùng, lọc, làm mát, và chiết rót tự động trên 5 dây chuyền hiện đại. Trên diện tích 50.000 m<sup>2</sup>, nhà máy được trang bị 6 dây chuyền hoàn toàn tự động nhập khẩu từ Ý, Đức và Đài Loan, với tổng công suất 400 m<sup>3</sup>/ngày đêm, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế.

Từ “ngọc trong đá”, Vikoda đã cho ra đời ba dòng sản phẩm chủ lực: nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda, nước khoáng bổ sung ga Đảnh Thạnh và nước khoáng tăng lực Sumo – phục vụ đa dạng nhu cầu người tiêu dùng với thiết kế hiện đại và dung tích linh hoạt.

### VIKODA VINH DỰ NHẬN GIẢI THƯỞNG HÀNG VIỆT NAM CHẤT LƯỢNG CAO 2025

Ngày 25/3, tại Dinh Thống Nhất, Công ty Cổ phần Nước Khoáng Khánh Hòa (Vikoda) tự hào được vinh danh lần thứ 21 trong Lễ Công Bố & Trao Tặng Chứng Nhận Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao 2025 (HVNCLC 2025).

Phát biểu tại lễ trao giải, bà Nguyễn Thị Nga, Tổng Giám đốc Vikoda nhấn mạnh rằng danh hiệu HVNCLC tiếp tục khẳng định uy tín và thương hiệu của công ty, đồng thời thể hiện sự tin tưởng của người tiêu dùng, các chuyên gia và nhà quản lý đối với sản phẩm Vikoda.

Trải qua 35 năm hình thành và phát triển, Vikoda định hướng trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực cung cấp sản phẩm và dịch vụ chăm sóc sức khỏe vượt trội, đồng thời là nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh.

Hướng đến sự phát triển bền vững và hội nhập quốc tế, Vikoda đặt ra chiến lược dài hạn nhằm trở thành một trong top 5 công ty nước uống nội địa hàng đầu Việt Nam, với doanh số dự kiến đạt 40 triệu USD trong những năm tới.

Đồng thời, thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda sẽ từng bước ghi dấu ấn trên bản đồ ngành nước thế giới.







### NHÀ MÁY TODAY COSMETICS: NƠI ĐAM MÊ DẪN LỐI

Nhà máy Today Cosmetics đặt tại KCN Tân Đức, tỉnh Tây Ninh, là nơi nghiên cứu và sản xuất toàn bộ các dòng mỹ phẩm – hóa mỹ phẩm phục vụ thị trường nội địa. Nhà máy được trang bị dây chuyền hiện đại nhập khẩu từ châu Âu, chia thành hai mảng chính: hóa mỹ phẩm và mỹ phẩm. Hóa mỹ phẩm vận hành 4 dây chuyền chiết rót linh hoạt theo nhóm sản phẩm như: chăm sóc nhà cửa, cá nhân, xịt côn trùng và xịt phòng. Hệ thống phụ trợ được đầu tư đồng bộ, tối ưu hiệu suất sản xuất.

Một số thương hiệu do Today Cosmetics sản xuất như Golden Life hiện ứng dụng công nghệ thân thiện với môi trường, góp phần bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng cũng như giảm thiểu tác động đến hệ sinh thái.

Hiện doanh nghiệp sở hữu hơn 100 sản phẩm độc quyền thuộc hai nhóm chính: Home Care và Personal Care, phát triển theo định hướng an toàn, lành tính và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng bền vững. Với chiến lược mở rộng nghiên cứu, nâng cấp chất lượng và không ngừng đổi mới, Today Cosmetics đặt mục tiêu trở thành thương hiệu Việt uy tín, chinh phục cả thị trường trong nước lẫn quốc tế.



### WESTFOOD HẬU GIANG KHẨN TRƯỞNG HOÀN THIỆN NHÀ MÁY HIỆN ĐẠI, NÂNG TẦM NÔNG SẢN VIỆT



Nhà máy WestFood Hậu Giang, với tổng vốn đầu tư 666 tỷ đồng, tọa lạc tại Khu công nghiệp Sông Hậu, đang được khẩn trương hoàn thiện và dự kiến vận hành trong Quý 2/2025.

Trải rộng trên diện tích 7ha, nhà máy được thiết kế hiện đại, lắp đặt công nghệ tiên tiến, công suất đạt 30.000 tấn thành phẩm mỗi năm gồm rau củ quả đông lạnh, dưa MD2 đóng hộp, xoài, bắp, thạch dừa và trái tươi xuất khẩu. WestFood kỳ vọng doanh thu năm đầu đạt 586 tỷ đồng, tăng 40% so với 2024, hướng đến 1.000 tỷ đồng vào năm 2030.

Chủ động vùng nguyên liệu, WestFood xây dựng chuỗi cung ứng bền vững từ nông trại đến bàn ăn toàn cầu. Dự án thể hiện khát vọng vươn tầm thế giới, cam kết phát triển nông nghiệp bền vững và nâng cao đời sống cộng đồng, khẳng định vị thế thương hiệu Việt trên bản đồ thực phẩm quốc tế.

## WESTFOOD – HÀNH TRÌNH 22 NĂM TỪ MẦM XANH ĐẾN THƯƠNG HIỆU TOÀN CẦU



Ngày 18/6/2025 đánh dấu cột mốc đặc biệt – 22 năm kể từ khi Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Xuất khẩu Miền Tây (WestFood) chính thức được thành lập. 22 năm qua là hành trình nỗ lực không ngừng, để hôm nay WestFood có thể tự hào vươn mình trở thành một trong những đơn vị tiên phong trong lĩnh vực chế biến và xuất khẩu nông sản Việt Nam, mang hương vị tinh hoa trái cây Việt lan tỏa đến hơn 40 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn cầu.

Sở hữu 2 nhà máy quy mô lớn đặt tại Cần Thơ và Hậu Giang, WestFood liên tục đầu tư mạnh mẽ vào dây chuyền chế biến hiện đại, ứng dụng công nghệ tiên tiến từ cấp đông nhanh, đông lạnh IQF cho đến chế biến đóng hộp, nhằm giữ trọn vẹn giá trị dinh dưỡng và hương vị tự nhiên của nông sản. Không chỉ dừng lại ở đó, doanh nghiệp còn đặc biệt chú trọng đến hệ thống quản lý chất lượng, đảm bảo sản phẩm luôn đáp ứng những tiêu chuẩn quốc tế khắt khe như BRC, ISO 22000, HACCP và Halal. Chính sự chín

chú này đã giúp WestFood chinh phục được những thị trường khó tính bậc nhất như Mỹ, EU, Nhật Bản, Úc – những nơi đặt ra yêu cầu rất cao về chất lượng và an toàn thực phẩm.

22 năm – một chặng đường không chỉ dài, mà còn in đậm dấu ấn của sự kiên định và bền bỉ. Đó là hành trình kiến tạo giá trị cho nông sản Việt, góp phần nâng cao vị thế nông nghiệp Việt Nam trên trường quốc tế, đồng thời mang đến thu nhập ổn định cho hàng ngàn hộ nông dân trong vùng. Mỗi thành quả mà WestFood đạt được đều gắn liền với triết lý phát triển bền vững: đồng hành cùng nông dân, phát huy thế mạnh nông sản bản địa và nâng tầm giá trị Việt.

Và hơn cả những gì đã làm được, 22 năm cũng mở ra một điểm khởi đầu mới cho những khát vọng lớn lao hơn: tiếp tục viết tiếp câu chuyện thành công, đưa nông sản Việt Nam chạm tới những đỉnh cao mới, khẳng định vị thế Việt Nam trên bản đồ nông sản toàn cầu.





2

---

**THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG**  
Quý II/ 2025



# BỐI CẢNH KINH TẾ THẾ GIỚI

## BỐI CẢNH KINH TẾ THẾ GIỚI 06 THÁNG ĐẦU NĂM 2025

Trong sáu tháng đầu năm 2025, tình hình thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường, khó dự đoán, đặc biệt là chính sách của Hoa Kỳ và phản ứng của các nước; gia tăng bất ổn về địa chính trị và xung đột quân sự lan rộng ở nhiều quốc gia; căng thẳng thuế quan giữa Hoa Kỳ và các nước làm gián đoạn chuỗi cung ứng, nguy cơ chiến tranh thương mại đã tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Bên cạnh đó, thiên tai, biến đổi khí hậu gây hậu quả nghiêm trọng; thách thức đối với đảm bảo an ninh năng lượng, an ninh lương thực, an ninh mạng... ngày càng gia tăng. Lạm phát vẫn ở mức cao so với mục tiêu của các Ngân hàng Trung ương, điều kiện thị trường tài chính thắt chặt hơn, tăng trưởng kinh tế toàn cầu có xu hướng suy giảm. Trong khu vực, WB dự báo tăng trưởng kinh tế

năm 2025 của Phi-li-pin đạt 5,3%, thấp hơn 0,4 điểm phần trăm so với năm trước; In-đô-nê-xi-a đạt 4,7%, thấp hơn 0,3 điểm phần trăm; Thái Lan đạt 1,8%, thấp hơn 0,7 điểm phần trăm; riêng Việt Nam đạt 5,8%, thấp hơn 1,3 điểm phần trăm. IMF dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2025 của Phi-li-pin đạt 5,5%, thấp hơn 0,2 điểm phần trăm so với năm 2024; In-đô-nê-xi-a đạt 4,7%, thấp hơn 0,3 điểm phần trăm; Thái Lan đạt 1,8%, thấp hơn 0,7 điểm phần trăm; Ma-lai-xi-a đạt 4,1%, thấp hơn 1,0 điểm phần trăm; Việt Nam đạt 5,4%, thấp hơn 1,7 điểm phần trăm. OECD dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2025 của Việt Nam đạt 6,2%, thấp hơn 0,9 điểm phần trăm so với năm 2024; Phi-li-pin đạt 5,6%, thấp hơn 0,1 điểm phần trăm; Thái Lan đạt 2,0%, thấp hơn 0,5 điểm phần trăm.







### TÌNH HÌNH KINH TẾ TRONG NƯỚC 06 THÁNG ĐẦU NĂM 2025

Trong nước, với quyết tâm cao nhất để huy động và khơi thông mọi nguồn lực cho phát triển kinh tế - xã hội, trong một thời gian ngắn, cả hệ thống chính trị đã tập trung hoàn thành khối lượng công việc rất lớn để triển khai thực hiện cuộc cách mạng về tổ chức bộ máy Chính phủ, sắp xếp lại đơn vị hành chính các cấp và xây dựng tổ chức chính quyền địa phương hai cấp; sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện đồng bộ các quy định pháp luật liên quan, quy định phân cấp, phân quyền, phân định thẩm quyền gắn với tổ chức chính quyền địa phương hai cấp; triển khai các Nghị quyết lớn của Trung ương về phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, hội nhập quốc tế, đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật, phát triển kinh tế tư nhân,... Cùng với việc theo dõi chặt chẽ những biến động của tình hình kinh tế thế giới và trong nước, các bộ, ngành,



địa phương nỗ lực thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp nhằm đạt mục tiêu đề ra. Kinh tế - xã hội quý II và sáu tháng đầu năm 2025 của nước ta đạt được kết quả rất tích cực, tiệm cận mục tiêu đề ra trong bối cảnh kinh tế thế giới và khu vực còn nhiều bất ổn.





### TỐC ĐỘ TĂNG TỔNG SẢN PHẨM TRONG NƯỚC

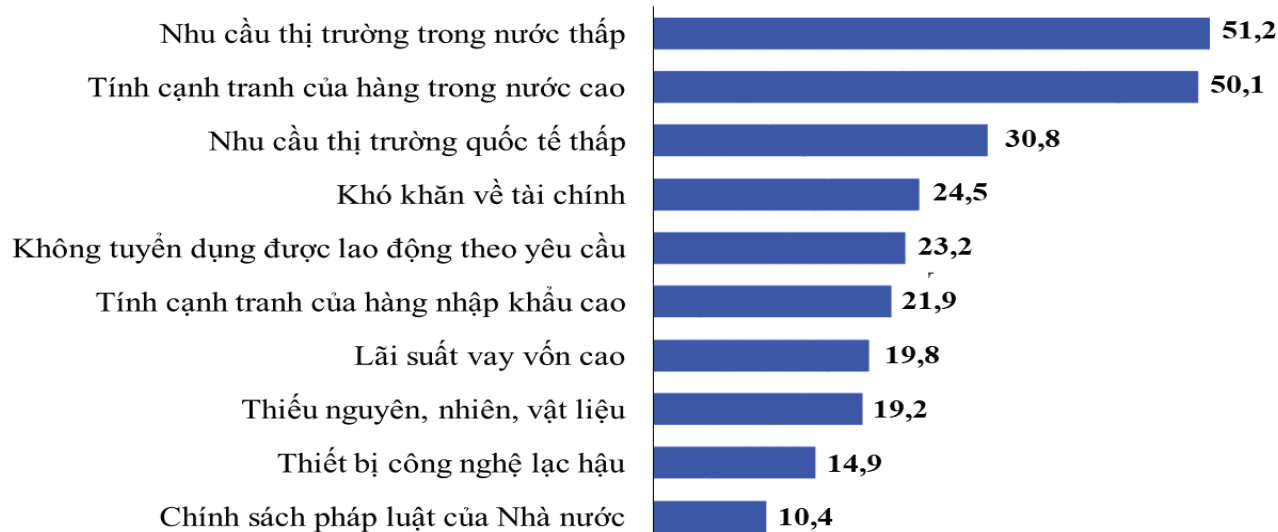
Tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý II/2025 tăng trưởng tích cực, với tốc độ tăng ước đạt 7,96% so với cùng kỳ năm trước, chỉ thấp hơn tốc độ tăng 8,56% của quý II/2022 trong giai đoạn 2020-2025. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,89%, đóng góp 5,19% vào mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 8,97%, đóng góp 43,63%; khu vực dịch vụ tăng 8,46%, đóng góp 51,18%.

GDP sáu tháng đầu năm 2025 tăng 7,52% so với cùng kỳ năm trước, là mức cao nhất của sáu tháng đầu năm trong giai đoạn 2011-2025. Trong mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,84%, đóng góp 5,59%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 8,33%, đóng góp 42,20%; khu vực dịch vụ tăng 8,14%, đóng góp 52,21%.

### XU HƯỚNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

Kết quả điều tra xu hướng kinh doanh của các doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến, chế tạo trong quý II/2025 cho thấy 35,7% số doanh nghiệp đánh giá tình hình sản xuất kinh doanh tốt hơn so với quý I/2025; 43,0% số doanh nghiệp cho rằng tình hình sản xuất kinh doanh ổn định và 21,3% số doanh nghiệp đánh giá gặp khó khăn.

Dự kiến quý III/2025, có 37,3% số doanh nghiệp đánh giá xu hướng sẽ tốt lên so với quý II/2025; 43,5% số doanh nghiệp cho rằng tình hình sản xuất kinh doanh sẽ ổn định và 19,2% số doanh nghiệp dự báo khó khăn hơn. Trong đó, khu vực doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) lạc quan nhất với 81,0% số doanh nghiệp dự báo tình hình sản xuất kinh doanh quý III/2025 tốt hơn và giữ ổn định so với quý II/2025; tỷ lệ này ở khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước và khu vực doanh nghiệp Nhà nước lần lượt là



*Các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chế biến, chế tạo Quý II năm 2025*





## HOẠT ĐỘNG BÁN LẺ HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TIÊU DÙNG

Nhu cầu tiêu dùng, du lịch của người dân trong nước tăng trong các dịp lễ, Tết, nghỉ hè cùng với số lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng là các nhân tố đóng góp tích cực cho tăng trưởng của ngành thương mại, dịch vụ từ đầu năm đến nay. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng 6/2025 ước tăng 8,3% so với cùng kỳ năm trước.

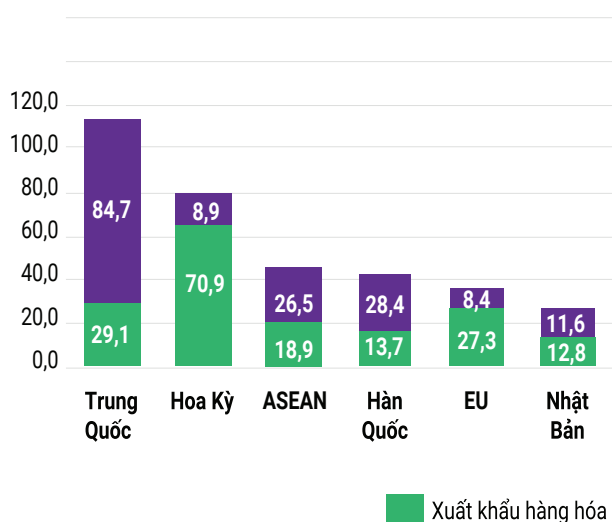
Tính chung sáu tháng đầu năm 2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 9,3% so với cùng kỳ năm trước, trong đó: Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống tăng 14,7% và doanh thu du lịch lữ hành tăng 23,2%.

## HOẠT ĐỘNG XUẤT, NHẬP KHẨU HÀNG HÓA, DỊCH VỤ

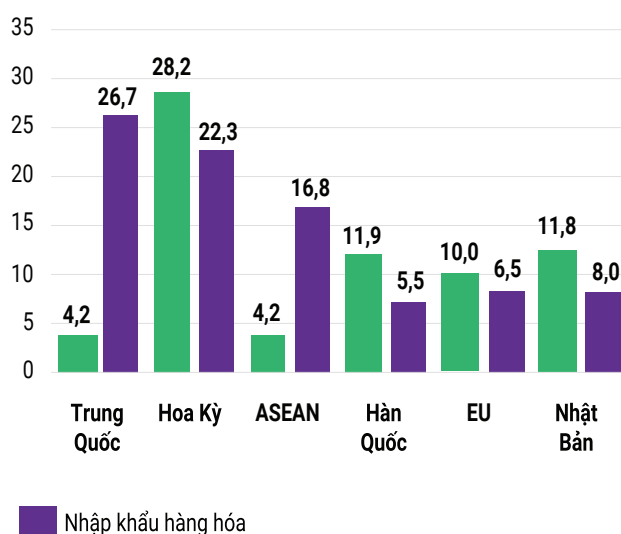
Trong tháng Sáu, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa đạt 76,15 tỷ USD, giảm 3,2% so với tháng trước và tăng 18,1% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung sáu tháng đầu năm 2025, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa đạt 432,03 tỷ USD, tăng 16,1% so với cùng kỳ năm trước, trong đó xuất khẩu tăng 14,4%; nhập khẩu tăng 17,9%. Cán cân thương mại hàng hóa xuất siêu 7,63 tỷ USD.

Trong quý II/2025, kim ngạch xuất khẩu dịch vụ ước đạt 7,15 tỷ USD, tăng 19,7% so với cùng kỳ năm trước và giảm 6,3% so với quý trước; kim ngạch nhập khẩu dịch vụ ước đạt 10,28 tỷ USD, tăng 19,6% so với cùng kỳ năm trước và tăng 11,6% so với quý trước.

Kim ngạch xuất, nhập xuất khẩu hàng hóa  
(Tỷ USD)



Tốc độ tăng  
so với cùng kỳ năm trước(%)





### HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG, BẢO HIỂM, THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

Mặt bằng lãi suất huy động và lãi suất cho vay duy trì xu hướng giảm, tỷ giá được điều hành chủ động, linh hoạt, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô; thị trường bảo hiểm tăng trưởng ổn định, thị trường chứng khoán được cải thiện nhờ nền kinh tế dần hồi phục.

### ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN

Vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội trong sáu tháng đầu năm 2025 theo giá hiện hành ước đạt 1.591,9 nghìn tỷ đồng, tăng 9,8% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn mức tăng 6,6% cùng kỳ sáu tháng năm 2024, cho thấy tình hình sản xuất kinh doanh trong nửa đầu năm 2025 tiếp tục xu hướng tích cực ở nhiều ngành, lĩnh vực. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện tại Việt Nam sáu tháng đầu năm 2025 ước đạt 11,72 tỷ USD, tăng 8,1% so với cùng kỳ năm trước, đạt mức cao nhất sáu tháng đầu năm của các năm từ 2021 đến nay.

### CHỈ SỐ GIÁ SẢN XUẤT

Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tháng 6/2025 tăng 0,48% so với tháng trước chủ yếu do giá vật liệu bảo dưỡng nhà ở, đặc biệt là cát, đá, gạch tăng cao bất thường, xăng dầu tăng theo giá nhiên liệu thế giới.

CPI tháng Sáu tăng 2,02% so với tháng 12/2024; tăng 3,57% so với cùng kỳ năm trước. CPI bình quân quý II/2025 tăng 3,31% so với quý II/2024. Bình quân sáu tháng đầu năm 2025, CPI tăng 3,27% so với cùng kỳ năm trước; lạm phát cơ bản tăng 3,16%.







### DỰ BÁO KINH TẾ VIỆT NAM 06 THÁNG CUỐI NĂM 2025

#### • 05 điểm sáng:

1. Đầu tư công sẽ là động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế 6 tháng cuối năm.
2. Mục tiêu tăng trưởng tín dụng đạt 16% sẽ tạo ra dư địa rất lớn cho tăng trưởng kinh tế, chủ yếu thông qua việc cung cấp nguồn vốn dồi dào để kích thích sản xuất kinh doanh, thúc đẩy đầu tư và tiêu dùng toàn xã hội.
3. Tiêu dùng được hỗ trợ bởi các chính sách giảm thuế GTGT 2% có hiệu lực từ 1/7 đối với nhiều mặt hàng hóa và các chính sách thương mại kích cầu tiêu dùng trong nước. Các khoản hỗ trợ theo Nghị định 178 sẽ góp phần thúc đẩy tiêu dùng, đầu tư, tích lũy tài sản, từ đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

#### • 04 rủi ro, thách thức chính:

1. Rủi ro, thách thức từ bên ngoài gia tăng.
2. Hoạt động doanh nghiệp còn đối mặt với nhiều khó khăn dù đã có dấu hiệu khởi sắc hơn.
3. Tỷ giá, nợ xấu tăng dù trong tầm kiểm soát.
4. Xuất nhập khẩu (XNK) tăng chậm lại; đầu tư tư nhân và tiêu dùng vẫn thấp hơn mức trước dịch Covid-19.



### DỰ BÁO KINH TẾ VIỆT NAM CẢ NĂM 2025

#### • Về tăng trưởng GPT:

Kịch bản cơ sở: Kinh tế vĩ mô tiếp tục duy trì ổn định, các cân đối lớn được bảo đảm, niềm tin của doanh nghiệp và người dân được củng cố, dự báo tăng trưởng kinh tế Việt Nam theo Cục Thống kê cập trong năm 2025 như sau: 6 tháng đầu năm tăng 7,52%, 6 tháng cuối năm tăng 8,42%, cả năm tăng 8% (trong đó Quý I tăng 7,05%, quý III tăng 7,96%, quý III tăng 8,33%, quý IV tăng 8,51%).

Kịch bản tích cực: Tăng trưởng GDP hai quý cuối năm cần đạt khoảng 8-8,2%, hoặc có thể cao hơn, khoảng 7,8-8,1%.



#### • Về lạm phát:

CPI bình quân cả năm 2025 dự báo tăng 4-4,5%, cao hơn năm 2024 (3,63%) song vẫn dưới mức mục tiêu cho phép của Quốc hội (4,5-5%) và trong tầm kiểm soát nhờ tác động cộng hưởng của các yếu tố hỗ trợ

Nguồn cung hàng hóa - dịch vụ thiết yếu trong nước được bảo đảm;

Tỷ giá tăng trong tầm kiểm soát, lãi suất cơ bản ổn định và phối hợp chính sách ngày càng tốt hơn.

# 3

---

## HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Quý II/ 2025





# KẾT QUẢ KINH DOANH QUÝ II/2025

Theo Báo cáo tài chính Quý II/2025  
đã công bố ngày 30/07/2025

## TRONG LĨNH VỰC DƯỢC PHẨM, VẬT TƯ Y TẾ:

Kết thúc 6 tháng đầu năm 2025, Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (DCL) ghi nhận tổng tài sản đạt 2.545 tỷ đồng, tăng gần 5% so với đầu năm, trong khi doanh thu thuần vượt 663 tỷ đồng, tăng hơn 18% so với cùng kỳ năm trước. Trong kỳ, DCL ghi nhận sự phát triển đồng đều ở cả ba mảng kinh doanh chính. Ở mảng viên nang rỗng, công ty đã đưa dây chuyền Capsule 5 vào vận hành, nâng tổng công suất lên 11,6 tỷ nang mỗi năm. Trong lĩnh vực thiết bị y tế, nhà máy Benovas tại Vĩnh Long với diện tích hơn 10.800 m<sup>2</sup> và vốn đầu tư 26 triệu USD có thể sản xuất 258 triệu sản phẩm/năm. Riêng mảng dược phẩm, hệ thống gồm ba nhà máy với tổng diện tích gần 4.800 m<sup>2</sup> hiện đạt công suất 1,2 tỷ đơn vị sản phẩm mỗi năm. Những kết quả tích cực này thể hiện nỗ lực của DCL trong việc nâng cao năng lực sản xuất và từng bước hiện thực hóa mục tiêu trở thành công ty dược hàng đầu Việt Nam với các sản phẩm và dịch vụ sáng tạo, dễ tiếp cận và chất lượng cao.



DOANH THU THUẦN

**1.054**

TỶ ĐỒNG

TỔNG TÀI SẢN

**8.283**

TỶ ĐỒNG



## TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH NƯỚC UỐNG:

Tính đến hết tháng 06/2025, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) có tổng nguồn vốn hơn 341 tỷ đồng, tăng hơn 4% so với đầu năm, doanh thu thuần đạt hơn 106 tỷ đồng, tăng hơn 8% so với cùng kỳ năm trước. Với 35 năm phát triển, Vikoda khẳng định vị thế trong lĩnh vực nước khoáng kiềm thiên nhiên, cung cấp sản phẩm đạt chuẩn Bộ Y tế và Codex quốc tế, khai thác từ nguồn khoáng tự nhiên 35 ha. Sản phẩm có pH 9.0, ORP -100mV và cấu trúc phân tử siêu nhỏ, giúp cân bằng cơ thể, thải độc và chống oxy hóa. Hiện Vikoda phủ sóng toàn quốc, xuất khẩu sang Trung Quốc và hướng đến thị trường quốc tế, phân phối qua hơn 1.000 đối tác và đặt mục tiêu tiêu thụ 1 triệu chai mỗi ngày. Doanh nghiệp cũng là đối tác chiến lược của Hội Dinh dưỡng Việt Nam, góp phần lan tỏa lối sống lành mạnh qua các hội thảo khoa học.

# KẾT QUẢ KINH DOANH QUÝ II/2025



## TRONG LĨNH VỰC HÓA MỸ PHẨM:



Today Cosmetics chuyên sản xuất các dòng sản phẩm an toàn cho người sử dụng và thân thiện với môi trường. Doanh nghiệp sở hữu nhà máy hiện đại, được trang bị 5 dây chuyền sản xuất tiên tiến, bao gồm: sản phẩm chăm sóc nhà cửa, chăm sóc cá nhân, xịt côn trùng, xịt phòng và mỹ phẩm. Trung tâm Nghiên cứu & Phát triển (R&D) của Today Cosmetics đã tạo ra những sản phẩm sinh học chất lượng, góp phần thúc đẩy xu hướng tiêu dùng xanh, giảm thiểu tác động đến môi trường và hướng đến một lối sống bền vững. Hiện nay, sản phẩm của Today Cosmetics được phân phối rộng khắp Việt Nam, hiện diện trong hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc và trên các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, TikTok,...

## TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP - THỰC PHẨM:

Đến hết 2 quý đầu năm 2025, WestFood đạt doanh thu hơn 282 tỷ đồng, tăng 43% so với cùng kỳ; lợi nhuận sau thuế gần 35 tỷ đồng, tăng 63%. Sở hữu 2 nhà máy tại Cần Thơ và Hậu Giang (theo địa chỉ cũ trước khi sáp nhập), công ty đầu tư công nghệ hiện đại đạt chuẩn BRC, ISO 22000, Halal, xuất khẩu sang hơn 40 quốc gia, trong đó có Mỹ, EU, Nhật Bản, Úc, Canada, Hà Lan, Hàn Quốc... Sự hiện diện của WestFood trong chuỗi cung ứng toàn cầu đã góp phần thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam, đặc biệt là các mặt hàng trái cây đóng hộp và đông lạnh. Công ty đã góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia dẫn đầu về xuất khẩu nông sản chế biến. Sản phẩm của WestFood không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mà còn xây dựng hình ảnh nông sản Việt Nam chất lượng cao, bền vững và thân thiện với môi trường.





# CÁC MỤC TIÊU TRONG NĂM 2025



## TRONG LĨNH VỰC DƯỢC PHẨM - Y TẾ:

Trong những tháng cuối năm 2025, DCL sẽ tập trung khởi công Nhà máy Dược phẩm đạt chuẩn EU-GMP với vốn đầu tư 1.396 tỷ đồng, công suất thiết kế 1,6 tỷ sản phẩm/năm. Song song, giai đoạn 2 Nhà máy Thiết bị Y tế Benovas với vốn đầu tư 10 triệu USD sẽ được triển khai, tập trung vào công nghệ sản xuất và R&D sản phẩm công nghệ cao. Về kế hoạch kinh doanh, mảng Capsule đặt mục tiêu tăng 20% thị phần, doanh thu 480 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế 52 tỷ đồng và vận hành tối đa 4 dây chuyền đạt chuẩn FDA. Mảng Dược phẩm hướng tới doanh thu 1.026 tỷ đồng, lợi nhuận 54,4 tỷ đồng; trong khi mảng Thiết bị y tế đặt mục tiêu khai thác tối đa công suất, giành lại 100% thị phần kênh ETC, đạt doanh thu 150 tỷ đồng và lợi nhuận trên 7,5 tỷ đồng.



## TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH NƯỚC UỐNG:

Trong những tháng đầu 2025, Vikoda liên tiếp nhận các giải thưởng uy tín như Hàng Việt Nam Chất lượng cao 2025, Top 10 Thương hiệu mạnh quốc gia, khẳng định vị thế trên thị trường. Sau 35 năm phát triển, công ty hướng tới trở thành Top 5 doanh nghiệp nước uống nội địa và đạt mục tiêu 1 triệu chai/ngày vào năm 2027. Để hiện thực hóa, Vikoda đẩy mạnh sản xuất – kinh doanh, hợp tác cùng Hội Dinh dưỡng Việt Nam lan tỏa kiến thức về nước khoáng kiềm tự nhiên, phát triển sản phẩm mới, mở rộng kênh phân phối và tăng tốc bán hàng online. Song song, doanh nghiệp tích cực đồng hành các hoạt động xã hội tại địa phương, nuôi dưỡng văn hóa doanh nghiệp. Nhờ định hướng rõ ràng, Vikoda tiếp tục tạo dấu ấn cả về thành tích kinh doanh lẫn giá trị bền vững cho cộng đồng.

# CÁC MỤC TIÊU TRONG NĂM 2025



## TRONG LĨNH VỰC HÓA MỸ PHẨM

Bước vào năm 2025, Today Cosmetics xác định mỹ phẩm là lĩnh vực chiến lược cho phát triển dài hạn. Trong giai đoạn 2025–2026, công ty tập trung tối ưu quy trình sản xuất, triển khai lô thử nghiệm nhằm hoàn thiện công thức và lấy phản hồi thị trường. Từ năm 2027, Today Cosmetics sẽ đầu tư hệ thống sản xuất tự động quy mô lớn, mở rộng sản xuất hàng loạt và phát triển mạng lưới phân phối trong nước và quốc tế. Thương hiệu được định vị mang bản sắc Việt, chú trọng yếu tố thiên nhiên – an toàn – hiệu quả, với các sản phẩm chủ lực như dầu gội thảo dược công nghệ sinh học, sữa rửa mặt, kem dưỡng da lành tính và kem chống nắng nano siêu mịn. Công ty đang triển khai lộ trình hiện đại hóa công nghệ, mở rộng quy mô sản xuất. Trong giai đoạn 2025–2030, Today Cosmetics dự kiến xây dựng nhà máy đạt chuẩn CGMP, tăng gấp đôi công suất và đầu tư máy móc hiện đại, tạo nền tảng vững chắc cho sự bứt phá.



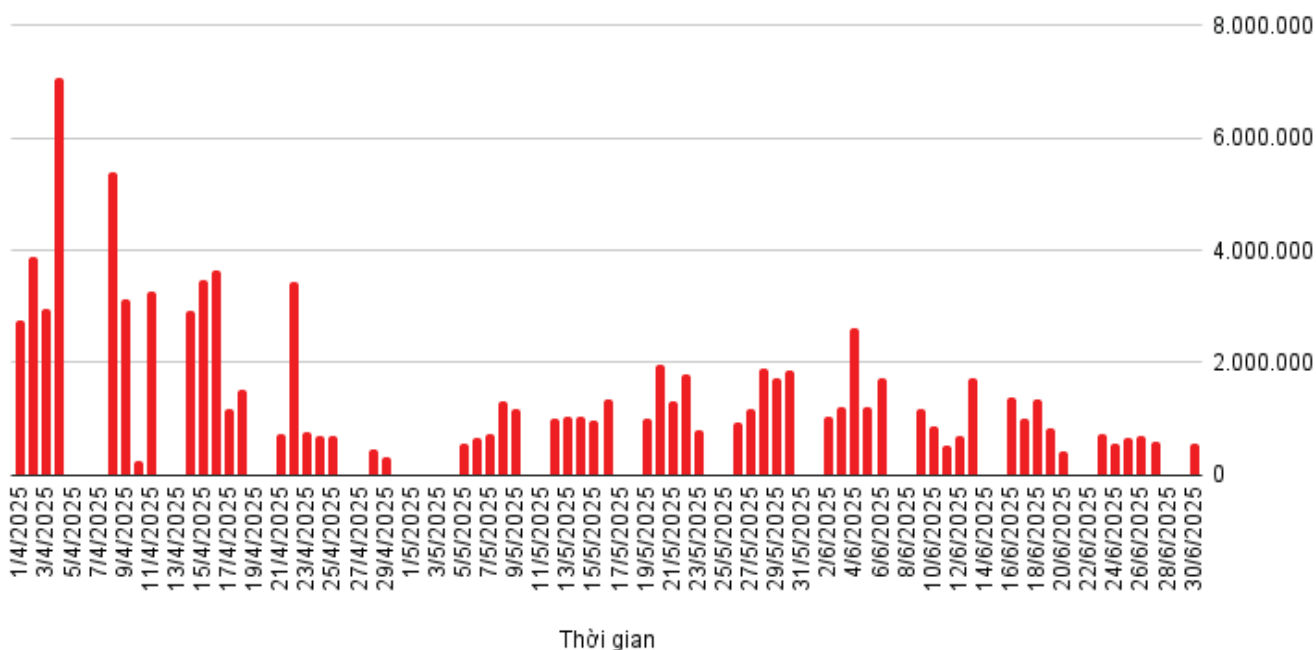
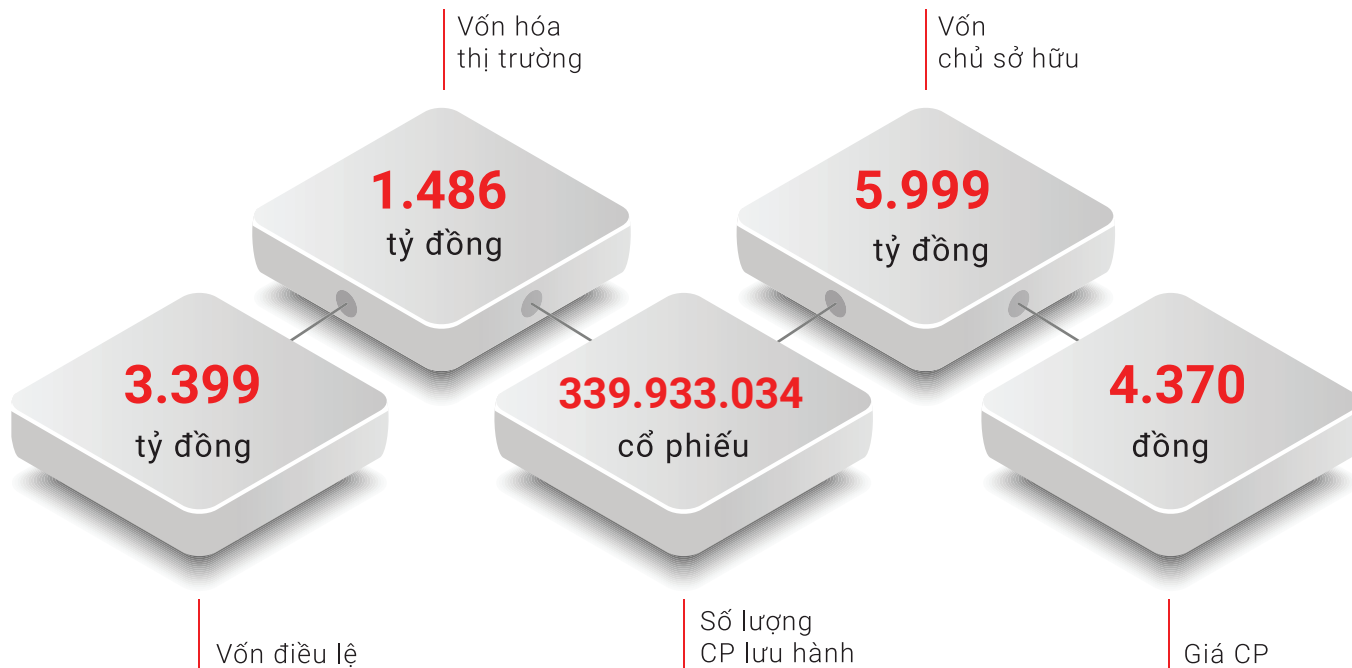
## TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP - THỰC PHẨM:

Năm 2025, Westfood khai thác tối đa lợi thế nguồn nguyên liệu trái cây miền Tây, kết hợp công nghệ chế biến hiện đại đạt chuẩn châu Âu nhằm nâng cao giá trị sản phẩm. Công ty đẩy mạnh R&D, mở rộng thị trường, đồng thời nhận được sự hỗ trợ tích cực từ chính quyền địa phương. Bên cạnh nhà máy Cần Thơ hơn 30.000 m<sup>2</sup> với dây chuyền tự động hóa tiên tiến, Westfood đang gấp rút hoàn thiện nhà máy mới tại Hậu Giang rộng 7ha, vốn đầu tư hơn 666 tỷ đồng, công suất thiết kế 120 tấn thành phẩm/ngày, dự kiến vận hành trong năm nay dưới sự giám sát của TSC. Dự án hứa hẹn nâng cao năng lực sản xuất, đa dạng hóa sản phẩm chất lượng cao và tiến gần mục tiêu Top 5 doanh nghiệp xuất khẩu rau củ quả hàng đầu Việt Nam. Hướng tới phát triển bền vững, Westfood cam kết gắn bó với nông dân, bảo vệ môi trường, mở rộng thị trường mới và tiếp tục đầu tư công nghệ chế biến đáp ứng xu hướng tiêu dùng xanh, lành mạnh.



# CỔ PHIẾU & TÀI SẢN

Thông tin, số liệu được thống kê tại thời điểm kết thúc phiên giao dịch chứng khoán Quý II/2025 tại ngày 30/06/2025 (Theo HOSE)

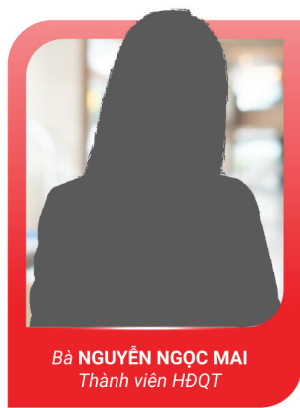


Biểu đồ khối lượng giao dịch Cổ phiếu FIT Quý II/2025

# CƠ CẤU NHÂN SỰ LÃNH ĐẠO TẬP ĐOÀN



## HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



## BAN TỔNG GIÁM ĐỐC





# 4

## HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT

Quý II/ 2025



## HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT

# TỪ TƯ DUY ĐẾN HÀNH ĐỘNG- F.I.T GROUP XÂY DỰNG NỀN MÓNG CHO SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

*Phát triển bền vững không chỉ là đích đến, mà là cách F.I.T Group lựa chọn để đi tiếp hành trình sau 18 năm trưởng thành. Từ tư duy kế thừa tinh hoa và không ngừng đổi mới, F.I.T xây dựng những chiến lược phù hợp để nâng tầm hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời hiện thực hóa tư duy ấy bằng những hành động giàu tính nhân văn: chăm lo đời sống người lao động và tích cực lan tỏa giá trị tốt đẹp qua các hoạt động cộng đồng, văn hóa, tôn giáo,... tại địa phương. Từng bước đi ấy không chỉ thể hiện bản lĩnh doanh nghiệp, mà còn là nền móng vững chắc cho một tương lai bền vững – nơi con người luôn là trung tâm của sự phát triển.*

### TIẾP BƯỚC GIÁ TRỊ – THẮP LỬA ĐỔI THAY

Bước sang tuổi 18 – cột mốc vàng son trên hành trình phát triển, F.I.T Group không chỉ tiếp tục khẳng định vị thế là Tập đoàn đa ngành uy tín, mà còn lan tỏa mạnh mẽ tinh thần đã được hun đúc qua nhiều thế hệ lãnh đạo: Kiên định – Đổi mới – Bứt phá. Đây không chỉ là kim chỉ nam, mà còn là nền tảng vững chắc cho mọi chiến lược và hành động trong hiện tại và tương lai.

Kiên định, bởi suốt 18 năm hình thành và phát triển, bất chấp những biến động của thị trường, F.I.T Group vẫn giữ vững tầm nhìn chiến lược: nâng tầm chất lượng cuộc sống bằng sản phẩm và dịch vụ vượt trội. Sự kiên định ấy chính là yếu tố cốt lõi giúp Tập đoàn xây dựng niềm tin và tạo nên giá trị bền vững.

Đổi mới, vì F.I.T Group hiểu rằng: thích ứng là yếu tố sống còn. Không ngừng sáng tạo, Tập đoàn và các công ty thành viên đã mạnh dạn mở rộng đầu tư vào các ngành hàng tiềm năng, ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất và quản trị, liên tục cải tiến mô hình kinh doanh để tăng năng suất và tối ưu hiệu quả vận hành.

Bứt phá, vì F.I.T Group không lựa chọn sự an

toàn làm điểm dừng. Từ một doanh nghiệp trong nước, hệ sinh thái F.I.T Group đang dần khẳng định dấu ấn trên thị trường quốc tế, xây dựng thương hiệu Việt có năng lực cạnh tranh toàn cầu – nơi mà khát vọng vươn tầm luôn được đặt ở vị trí trung tâm.

Trong giai đoạn chuyển mình về sản xuất, với việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tiên tiến, các công ty thành viên của F.I.T Group luôn duy trì tư duy cốt lõi: đổi mới để tồn tại và không ngừng hoàn thiện để dẫn đầu. Tư duy này được thể hiện qua việc kế thừa kinh nghiệm, chủ động học hỏi và linh hoạt áp dụng các công cụ quản trị hiện đại nhằm chinh phục những mục tiêu ngày càng thách thức trong môi trường kinh doanh liên tục thay đổi.







### NỘI LỰC BỀN VỮNG, BƯỚC TIẾN DÀI LÂU

Song song với chiến lược phát triển toàn diện và khát vọng vươn tầm, F.I.T Group luôn chú trọng xây dựng nội lực vững mạnh thông qua việc gắn kết con người và lan tỏa văn hóa doanh nghiệp. Các hoạt động đoàn thể thường niên được tổ chức không chỉ nhằm củng cố tinh thần đồng đội mà còn là chất xúc tác khơi dậy sự sáng tạo, nhiệt huyết và tinh thần cống hiến trong mỗi cán bộ nhân viên.

Tiêu biểu, từ ngày 13–15/6/2025, tập thể CBNV văn phòng F.I.T Group tại Hà Nội đã tham gia chương trình team building “Bứt phá để thành công” tại Hạ Long. Hành trình không chỉ mang đến trải nghiệm đáng nhớ mà còn là dịp gắn kết, kết nối giữa các thành viên, tiếp thêm năng lượng cho chặng đường phát triển phía trước.

Tinh thần nhân văn ấy còn được lan tỏa thông qua các hoạt động quan tâm đến gia đình CBNV.

Trong ngày Quốc tế Thiếu nhi 1/6/2025, Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (DCL) đã tổ chức ngày hội rực rỡ sắc màu và yêu thương dành cho con em người lao động. Hoạt động này thể hiện rõ triết lý “lấy con người làm trung tâm”, xây dựng môi trường làm việc hạnh phúc từ những kết nối gia đình bền chặt.

Bên cạnh đó, F.I.T Group và các công ty thành viên cũng luôn quan tâm đến đời sống vật chất – tinh thần của người lao động. Tháng 4/2025, DCL chính thức đưa vào hoạt động nhà công vụ tại TP. Vĩnh Long nhằm nâng cao chất lượng sống cho CBNV và tạo điều kiện thuận lợi trong công việc. Không gian sinh hoạt chung không chỉ giúp tối ưu thời gian và chi phí mà còn là nơi nuôi dưỡng tinh thần sẻ chia, đoàn kết trong nội bộ công ty.







### PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, KIẾN TẠO MỘT XÃ HỘI NHÂN VĂN

Từ nội lực bền vững và văn hóa gắn kết được bồi đắp qua từng hoạt động nội bộ, F.I.T Group không ngừng lan tỏa giá trị tích cực ra cộng đồng. Thông qua hàng loạt chương trình thiết thực, Tập đoàn thể hiện rõ vai trò doanh nghiệp có trách nhiệm, chung tay kiến tạo một cộng đồng khỏe mạnh, nhân ái và phát triển bền vững.

Tiêu biểu, trong lĩnh vực tôn giáo – văn hóa, đầu tháng 5/2025, Vikoda đã đồng hành cùng Đại lễ Phật Đản Vesak tại Quảng trường 2/4 – Nha Trang, góp phần lan tỏa thông điệp yêu thương, từ bi và lối sống thuần khiết từ thiên nhiên đến cộng đồng.

Trong giáo dục, Vikoda tài trợ cho Hội thi Thiếu nhi kể chuyện sách năm 2025, nhằm khơi dậy

tinh thần đọc sách, phát triển tư duy và xây dựng môi trường sống lành mạnh cho thế hệ trẻ.

Với định hướng phát triển xanh, ngày 11/6/2025, Vikoda tiếp tục đồng hành cùng Lễ công bố Bộ tiêu chuẩn Du lịch Xanh tỉnh Khánh Hòa – sự kiện đánh dấu bước tiến quan trọng trong việc thúc đẩy du lịch bền vững, thân thiện với môi trường.

Thông qua các hoạt động đa lĩnh vực từ văn hóa, giáo dục đến môi trường, Vikoda nói riêng và F.I.T Group nói chung kiên định theo đuổi sứ mệnh truyền cảm hứng sống khỏe, sống xanh và lan tỏa những giá trị nhân văn đến cộng đồng trên hành trình phát triển bền vững.







5

**GÓC NHÌN**  
Quý II/ 2025



Khách mời: Bà Nguyễn Thị Nga -  
Tổng giám đốc Công ty CP Nước khoáng Khánh Hòa

**Nhìn lại chặng đường 35 năm, theo chị, đâu là cột mốc hay dấu ấn quan trọng đã làm nên tên tuổi của Vikoda?**

Trong hành trình 35 năm phát triển, tôi tự hào khẳng định Vikoda đã đạt được nhiều dấu ấn quan trọng. Sản phẩm của chúng tôi không chỉ hiện diện thường xuyên trên sóng truyền hình quốc gia, mà còn được phân phối rộng khắp các tỉnh thành trên toàn quốc với hơn 1.000 đối tác ở nhiều kênh khác nhau. Chúng tôi đã đầu tư xây dựng nhà máy đạt chuẩn quốc tế ISO 14:001 và 22:000, đồng thời mở rộng ra thị trường quốc tế thông qua hợp tác với Công ty Công nghệ Thực phẩm Nutrin Quảng Châu để xuất khẩu Nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda sang thị trường tỷ dân. Bên cạnh đó, Vikoda cũng tiên phong trong việc chuyển giao công nghệ sản xuất nước uống có ga Spa Sky và tự hào trở thành đối tác chiến lược của Hội Dinh dưỡng Việt Nam.

Giá trị thương hiệu Vikoda còn được minh chứng





qua hàng loạt giải thưởng danh giá mà chúng tôi tự hào đón nhận. Có thể kể đến 18 năm liên tiếp đạt danh hiệu Hàng Việt Nam Chất lượng Cao do người tiêu dùng bình chọn, 3 lần đạt Giải thưởng Chất lượng Việt Nam do Bộ Khoa học và Công nghệ trao tặng, Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt, Cúp Vàng Thương hiệu An toàn vì sức khỏe cộng đồng, Thương hiệu Xanh, cùng nhiều lần góp mặt trong Top 100 thương hiệu hàng đầu và Top 10 thương hiệu mạnh quốc gia.

Tuy nhiên, theo quan điểm cá nhân tôi, một trong những cột mốc ý nghĩa nhất chính là vào tháng 08/2025, khi Tập đoàn F.I.T chính thức đầu tư và sở hữu Vikoda. Đây là thời điểm mở ra bước ngoặt lớn cho chúng tôi. Nhờ những chiến lược đúng đắn từ Tập đoàn và việc áp dụng ngôn ngữ OGSM trong quản trị, Vikoda đã có sự bứt phá rõ rệt. Kết quả là chỉ trong 5 năm qua, doanh số của công ty duy trì tốc độ tăng trưởng trung bình 15% mỗi năm – một con số khiến chúng tôi vô cùng tự hào.

### Theo chị, đâu là những yếu tố cốt lõi giúp Vikoda tạo nên dấu ấn ấy?

Trước hết, tôi thật sự biết ơn các thế hệ đi trước đã xây dựng nền móng vững chắc cho Công ty. Hình ảnh những ngày đầu tiên đi tìm nguồn nước, xách từng can đi nghiên cứu, rồi đến những chai nước thủ công đầu tiên, hay những đoàn người miệt mài mang sản phẩm trên xe đạp, xe máy dưới cái nắng gay gắt nhưng vẫn giữ nụ cười trên môi – tất cả đã trở thành ký ức đẹp và là hành trang quý giá. Thành công hôm nay là kết quả của biết bao bàn tay, khối óc, từng viên gạch được góp xây bởi mỗi cá nhân trong tập thể. Tôi trân trọng những giá trị đó, và tin rằng thế hệ kế cận sẽ tiếp tục nuôi dưỡng ngọn lửa nhiệt huyết, gìn giữ tinh thần đoàn kết để cùng nhau tạo ra những đột phá mới, chinh phục những đỉnh cao mới, biến khát vọng vươn xa thành hiện thực.

Bên cạnh yếu tố con người, sự sáng tạo và đổi mới luôn giữ vai trò then chốt. Chúng tôi sẵn



Nhà máy Nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda nằm trên khu bảo tồn rộng 35 ha



sàng thay đổi để chinh phục những mục tiêu lớn lao hơn. Điều đó thể hiện ở việc mạnh dạn đầu tư vào công nghệ sản xuất hiện đại với 6 dây chuyền đến từ Đức, Ý, Đài Loan..., công suất đạt 400m<sup>3</sup>/ngày đêm. Chúng tôi cũng đã làm mới bao bì của Đánh Thạnh để phù hợp hơn với thị hiếu thị trường, đồng thời chủ động khai phá những thị trường tiềm năng cả trong và ngoài nước nhằm mở rộng độ phủ thương hiệu. Với tôi, mọi bước tiến đều bắt đầu từ tinh thần dám nghĩ – dám làm và dám đổi mới.

Tuy nhiên, dù đổi mới đến đâu, chúng tôi vẫn kiên định với triết lý thương hiệu “Ngọc trong Đá” – giữ trọn những giá trị nguyên bản. Chúng tôi trân quý nguồn khoáng kiềm thiên nhiên Đánh Thạnh, gìn giữ những tinh túy từ lòng đất mẹ để mang đến sản phẩm chất lượng, tốt cho sức khỏe cộng đồng. Chính triết lý này đã tạo nên sự khác biệt, giúp Vikoda khẳng định vị thế và tạo dấu ấn rõ rệt trên thị trường nước uống đóng chai.

**Năm 2025, Một trong những dấu ấn nổi bật của Vikoda là trở thành đối tác chiến lược của Hội Dinh dưỡng Việt Nam. Việc hợp tác này mang lại ý nghĩa gì cho sự phát triển của Vikoda? Ngược lại, Vikoda đã đóng góp như thế nào cho các hội thảo khoa học dinh dưỡng trên toàn quốc và cho Hội Dinh dưỡng Việt Nam?**

Việc trở thành đối tác, đồng thời là nhà tài trợ Kim cương của Hội Dinh dưỡng Việt Nam là một trong những định hướng chiến lược trọng tâm của Vikoda trong giai đoạn 2024 – 2025. Chúng tôi coi đây không chỉ là hoạt động đồng hành cùng giới chuyên môn y tế, mà còn là cam kết lâu dài trong việc nâng cao sức khỏe cộng đồng.

Trong năm 2024, Vikoda đã hiện diện tại nhiều hội nghị, hội thảo khoa học uy tín trải dài từ TP. Hồ Chí Minh, miền Trung – Tây Nguyên, cho đến Hải Phòng, Ninh Bình... Bước sang 2025, chúng tôi tiếp tục khẳng định dấu ấn tại các sự kiện lớn ở Thái Bình, Hà Nội và nhiều địa phương khác.

Thông qua những sự kiện này, uy tín thương hiệu Vikoda ngày càng được củng cố. Đặc tính ‘5 tốt’ của nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda được giới chuyên gia đánh giá cao, đặc biệt với độ kiềm tự nhiên pH 9.0 – yếu tố giúp trung hòa axit dư thừa, hỗ trợ quá trình hấp thu, chuyển hóa dưỡng chất và đào thải độc tố một cách hiệu quả. Đó chính là cơ sở khoa học để người tiêu dùng tin tưởng lựa chọn sản phẩm của chúng tôi.

Song song, sự đồng hành của Vikoda đã góp phần gia tăng tính chuyên nghiệp và giá trị thực tiễn cho các hội nghị dinh dưỡng trên toàn quốc. Các dẫn chứng khoa học mà chúng tôi chia sẻ cũng góp phần hỗ trợ mục tiêu của Hội: lan tỏa kiến thức chính thống, thúc đẩy lối sống khỏe mạnh trong cộng đồng.

Trong năm 2025, Vikoda cam kết tiếp tục đồng hành cùng chuỗi hội nghị khoa học dinh dưỡng trên toàn quốc. Với vai trò là thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên hàng đầu Việt Nam, chúng tôi không chỉ mang đến sản phẩm giàu giá trị mà còn muốn truyền cảm hứng, hình thành thói quen uống nước lành mạnh – nền tảng để xây dựng một cơ thể khỏe mạnh và một cộng đồng bền vững





*Nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda là sản phẩm của công ty CP Nước khoáng Khánh Hòa – đối tác chiến lược toàn diện với Hội Dinh dưỡng Việt Nam.*

## **Theo chị, Vikoda đã ghi dấu ấn như thế nào trong việc lan tỏa xu hướng sống khỏe, sống lành mạnh từ thiên nhiên tới cộng đồng?**

Trước hết, sản phẩm nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda vốn đã mang trong mình những giá trị sức khỏe nổi bật. Người tiêu dùng hiện nay biết đến Vikoda với danh hiệu nước khoáng ‘5 tốt’: Sạch từ nguồn – An tâm tuyệt đối; Độ kiềm tự nhiên pH 9.0 – Hỗ trợ cân bằng cơ thể; Bù khoáng chất tự nhiên – Tăng cường sức sống; Khả năng chống oxy hóa cao; và Khả năng dẫn truyền dưỡng chất tối ưu. Chính những giá trị khác biệt này đã giúp sản phẩm của chúng tôi có mặt rộng khắp cả nước, đồng thời xuất khẩu ra nhiều thị trường quốc tế, được phân phối tại hơn 1.000 điểm bán gồm hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi, resort, khách sạn cao cấp và các sàn thương mại điện tử.

Song song với đó, việc trở thành đối tác chiến lược, nhà tài trợ Kim cương của Hội Dinh dưỡng

Việt Nam là minh chứng rõ ràng cho cam kết của Vikoda trong việc lan tỏa lối sống khỏe mạnh dựa trên nền tảng khoa học dinh dưỡng. Đây cũng là cơ hội để chúng tôi đồng hành cùng giới chuyên môn, nâng cao nhận thức cộng đồng trong việc lựa chọn sản phẩm chăm sóc sức khỏe một cách toàn diện và bền vững.

Qua những nỗ lực không ngừng, Vikoda khẳng định rằng sản phẩm của chúng tôi không chỉ mang giá trị thương mại, mà còn là giải pháp sống lành mạnh cho xã hội hiện đại – nơi sức khỏe luôn được ưu tiên hàng đầu. Hơn 35 năm phát triển là minh chứng rõ ràng cho tầm vóc và uy tín của Vikoda, thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên hàng đầu Việt Nam, vẫn đang kiên định trên hành trình đồng hành cùng cộng đồng xây dựng lối sống chủ động, khỏe mạnh từ tự nhiên.



### **Theo chị, Vikoda đã ghi dấu ấn như thế nào trong việc lan tỏa xu hướng sống khỏe, sống lành mạnh từ thiên nhiên tới cộng đồng?**

Trước hết, sản phẩm nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda vốn đã mang trong mình những giá trị sức khỏe nổi bật. Người tiêu dùng hiện nay biết đến Vikoda với danh hiệu nước khoáng '5 tốt': Sạch từ nguồn – An tâm tuyệt đối; Độ kiềm tự nhiên pH 9.0 – Hỗ trợ cân bằng cơ thể; Bù khoáng chất tự nhiên – Tăng cường sức sống; Khả năng chống oxy hóa cao; và Khả năng dẫn truyền dưỡng chất tối ưu.

Chính những giá trị khác biệt này đã giúp sản phẩm của chúng tôi có mặt rộng khắp cả nước, đồng thời xuất khẩu ra nhiều thị trường quốc tế, được phân phối tại hơn 1.000 điểm bán gồm hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi, resort, khách sạn cao cấp và các sàn thương mại điện tử.

Song song với đó, việc trở thành đối tác chiến lược, nhà tài trợ Kim cương của Hội Dinh dưỡng Việt Nam là minh chứng rõ ràng cho cam kết của Vikoda trong việc lan tỏa lối sống khỏe mạnh dựa trên nền tảng khoa học dinh dưỡng. Đây cũng là cơ hội để chúng tôi đồng hành cùng giới chuyên môn, nâng cao nhận thức cộng đồng trong việc lựa chọn sản phẩm chăm sóc sức khỏe một cách toàn diện và bền vững.

Qua những nỗ lực không ngừng, Vikoda khẳng định rằng sản phẩm của chúng tôi không chỉ mang giá trị thương mại, mà còn là giải pháp sống lành mạnh cho xã hội hiện đại – nơi sức khỏe luôn được ưu tiên hàng đầu. Hơn 35 năm phát triển là minh chứng rõ ràng cho tầm vóc và uy tín của Vikoda, thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên hàng đầu Việt Nam, vẫn đang kiên định trên hành trình đồng hành cùng cộng

đồng xây dựng lối sống chủ động, khỏe mạnh từ tự nhiên.

### **Từ nay đến cuối năm 2025 và trong chiến lược dài hạn đến 2027, đâu là những cột mốc mà Vikoda kỳ vọng chinh phục?**

Năm 2025, Vikoda đặt mục tiêu mở rộng độ phủ trên truyền hình quốc gia, đạt chứng nhận quốc tế ISO 14001, ISO 22000 và mở thêm thị trường xuất khẩu ngoài Trung Quốc. Với tinh thần "Ngọc Trong Đá", tập thể Vikoda quyết tâm hướng tới doanh thu 1.000 tỷ đồng vào năm 2027, khẳng định năng lực phát triển và vị thế thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên hàng đầu Việt Nam.

Trong suốt hành trình phát triển, chúng tôi luôn định nghĩa thương hiệu không chỉ là một 'nhãn hiệu', mà phải là thương hiệu được khách hàng yêu mến. Sự yêu mến ấy đến từ niềm tin, sự trung thành và kết nối mà chúng tôi gây dựng được với người tiêu dùng. Trên nền tảng đó, Vikoda xây dựng 5 tầng giá trị: cho người sử dụng; cho những người xung quanh; phù hợp pháp luật và văn hóa địa phương; cho đất nước; và cho cộng đồng.

Với định hướng phát triển bền vững, chúng tôi tin rằng Vikoda sẽ không chỉ là thương hiệu 50 năm mà còn có thể vươn tới trăm năm, thậm chí nghìn năm. Triết lý 'Ngọc Trong Đá' sẽ tiếp tục được kế thừa và lan tỏa, trở thành giá trị vĩ đại đồng hành cùng sứ mệnh chăm sóc sức khỏe cộng đồng từ thiên nhiên.





*Thanks for watching*

Bản quyền thuộc về Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T. Tất cả nội dung trong Bản tin chỉ nhằm mục đích cung cấp thông tin cho các Nhà đầu tư/Cổ đông, tổ chức/cá nhân của F.I.T Group. F.I.T Group nỗ lực đảm bảo tính minh bạch, đầy đủ và chính xác về các thông tin được trình bày trong Bản tin. Tuy nhiên, những thông tin này không phải là lời chào mua/chào bán cổ phiếu FIT, do đó, Nhà đầu tư/Cổ đông chỉ nên xem Bản tin này là một nguồn tham khảo và F.I.T Group miễn trừ trách nhiệm trước những trường hợp ngoài ý muốn khi có cá nhân khác sử dụng thông tin trên dưới bất kỳ mục đích nào.

Mời Quý Nhà đầu tư/ Cổ đông tham khảo thêm công bố thông tin của Công ty Cổ phần Tập đoàn F.I.T tại link

 <https://fitgroup.com.vn/quan-he-co-dong/>

#### THÔNG TIN LIÊN HỆ

 Phòng Thư ký HĐQT: (84-24) 7309.4688 EXT: 210

 [congbothongtin@fitgroup.com.vn](mailto:congbothongtin@fitgroup.com.vn)