FPT GROUP

BẢN TIN NHÀ ĐẦU TƯ

QUÝ III. 2025

Tăng kết nối
MỞ LỐI THÀNH CÔNG

MỤC LỤC

01 | TIÊU ĐIỂM 03
02 | THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG 07
03 | HOẠT ĐỘNG KINH DOANH 13
04 | HOẠT ĐỘNG NỘI BỘ 20
05 | GÓC NHÌN 26

1

TIÊU ĐIỂM

QUÝ 3/ 2025

VIKODA KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ TẠI CÁC HỘI NGHỊ KHOA HỌC TRÊN TOÀN QUỐC

Trong năm 2025, Vikoda tiếp tục khẳng định vai trò tiên phong trong lĩnh vực dinh dưỡng khi đồng hành cùng Hội Dinh dưỡng Việt Nam và nhiều tổ chức y khoa uy tín trên cả nước.

Tháng 7/2025, Vikoda góp mặt tại Hội nghị Khoa học chuyên ngành Dinh dưỡng tại Hà Nội với chủ đề "Dinh dưỡng trong ngoại khoa và hồi sức hiện đại". Tại đây, các chuyên gia nhấn mạnh lợi ích của nước khoáng kiềm thiên nhiên đối với sức khỏe tim mạch, huyết áp và khả năng phục hồi thể trạng sau vận động. Sản phẩm nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda – với "5 lợi ích vàng" – được xem là minh chứng tiêu biểu cho việc chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Đầu tháng 8, tại TP.HCM, Vikoda tiếp tục đồng hành cùng Hội Dinh dưỡng Việt Nam trong Hội nghị Dinh dưỡng TP.HCM mở rộng lần thứ XIII, nơi các chuyên gia thảo luận về "gánh nặng kép" dinh dưỡng, béo phì và vai trò của nước trong phòng ngừa bệnh không lây nhiễm. Trong đó, nước khoáng kiềm thiên nhiên được đánh giá cao nhờ khả năng hỗ trợ tim mạch, huyết áp, chuyển hóa và làm đẹp da.

Ngày 21/9, Vikoda là đối tác đồng hành của Hội nghị Khoa học Thường niên Hiệp hội Y học TP.HCM, với chủ đề "Bệnh trào ngược dạ dày thực quản: Điểm nối kết đa chuyên khoa". Nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đã chỉ ra rằng nước khoáng kiềm tự nhiên có thể trung hòa axit, giảm nóng rát và hỗ trợ tái tạo niêm mạc dạ dày – cơ sở để Vikoda trở thành thương hiệu được lựa chọn đồng hành tại sự kiện.

Tiếp đó, từ ngày 26–27/9, Hội nghị Khoa học Tai – Mũi – Họng 2025 tại Đà Nẵng tiếp tục ghi nhận sự đồng hành của Vikoda. Các nghiên cứu được chia sẻ tại hội nghị cho thấy nước khoáng kiềm thiên nhiên giúp hỗ trợ tiêu hóa, cải thiện tuần hoàn máu, giảm oxy hóa, tăng mật độ xương và phục hồi thể lực sau vận động.

Với vai trò Nhà tài trợ Kim cương cho các Hội nghị Khoa học trên toàn quốc, Vikoda không chỉ lan tỏa thông điệp về lối sống lành mạnh mà còn góp phần thúc đẩy đối thoại chuyên môn giữa giới khoa học và doanh nghiệp. Trong thời gian tới, Vikoda sẽ tiếp tục đồng hành cùng nhiều sự kiện lớn, hướng tới mục tiêu xây dựng hệ sinh thái chăm sóc sức khỏe toàn diện, nơi nước khoáng kiềm thiên nhiên được khẳng định đúng giá trị và vai trò trong việc nâng cao chất lượng cuộc sống con người.

DƯỢC CỬU LONG TỔ CHỨC HỘI NGHỊ ĐẠI BIỂU NGƯỜI LAO ĐỘNG NĂM 2025

Sáng ngày 5/7/2025, Hội nghị Đại biểu Người Lao Động năm 2025 của Dược Cửu Long đã diễn ra nghiêm túc, sôi nổi và đầy tinh thần xây dựng. Hội nghị không chỉ là dịp tổng kết, đánh giá kết quả hoạt động năm 2024 mà còn mở ra những định hướng, quyết tâm mới cho chặng đường sắp tới.

Tại hội nghị, bà Nguyễn Thị Thu Hường – Tổng Giám đốc Dược Cửu Long đã báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2024 và kế hoạch nhiệm vụ trọng tâm năm 2025. Trong đó, bà Hường nhấn mạnh mục tiêu của Dược Cửu Long là phát triển bền vững, tối ưu hóa hiệu quả hoạt động, nâng cao năng lực cạnh tranh, đồng thời chú trọng cải thiện đời sống người lao động.

Một trong những nội dung quan trọng của Hội nghị là việc thông qua và ký kết Phụ lục bổ sung, điều chỉnh Thỏa ước Lao động Tập thể năm 2025, khẳng định sự cam kết của cả Công ty và Công đoàn trong việc không ngừng hoàn thiện chính sách, chế độ, nhằm chăm lo tốt hơn cho người lao động.

Bên cạnh đó, Hội nghị cũng trình bày báo cáo về tình hình trích lập, sử dụng các Quỹ phúc lợi, khen thưởng theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông, công tác trích nộp kinh phí Công đoàn, BHXH, BHYT, BHTN và công khai các khoản tài chính liên quan đến quyền lợi người lao động trong năm 2024.

Sau hơn ba giờ làm việc nghiêm túc với những phần thảo luận sôi nổi, dân chủ, các nội dung của Hội nghị đã xuất sắc hoàn thành theo đúng chủ trương, tinh thần và chỉ đạo từ BLĐ công ty và Công đoàn cấp trên, ghi dấu ấn tinh thần "Lắng nghe để đồng hành – Hành động để vươn xa", tạo tiền đề vững chắc cho Dược Cửu Long tiếp tục phát triển, hiện thực hóa tầm nhìn trở thành công ty Dược Việt Nam được đánh giá cao nhất bởi bệnh nhân, đối tác, nhân viên thông qua những sản phẩm, dịch vụ sáng tạo, dễ tiếp cận và chăm sóc tốt nhất.

NHÀ MÁY CHẾ BIẾN NÔNG SẢN HƠN 666 TỶ ĐỒNG VỪA KHÁNH THÀNH TẠI CẦN THƠ: ĐƯA NÔNG SẢN ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG VƯƠN RA THẾ GIỚI

Nhà máy chế biến nông sản WestFood Hậu Giang, với vốn đầu tư hơn 666 tỷ đồng vừa khánh thành, không chỉ là cột mốc quan trọng của chính doanh nghiệp mà còn mở ra cơ hội để thành phố Cần Thơ mới trở thành trung tâm chế biến nông sản hiện đại, đưa thương hiệu nông sản Việt chinh phục thị trường quốc tế.

Nằm tại vùng đất trù phú Hậu Giang, thuộc thành phố Cần Thơ mới sau sáp nhập, Nhà máy chế biến Nông sản thực phẩm WestFood Hậu Giang được khánh thành đúng dịp kỷ niệm 80 năm Quốc khánh. Với diện tích 7ha, công suất 30.000 tấn thành phẩm mỗi năm, Nhà máy này là một trong những cơ sở chế biến nông sản lớn nhất Đồng bằng sông Cửu Long.

Được xây dựng theo tiêu chuẩn châu Âu, nhà máy ứng dụng các công nghệ tiên tiến như hệ thống máy cấp đông nhanh IQF Châu Âu; hệ thống kết nối băng tải 3 tầng, hệ thống máy gọt vỏ; máy cắt hoa quả tự động; hệ thống sản xuất hoa quả đóng hộp; hoa quả đóng ly tự động; hệ thống kho lạnh; kho mát có sức chứa 3000 tấn. Chỉ sau 2 năm khởi công, từ một mảnh đất trống, WestFood đã tạo nên một công trình khang trang, hiện đại, minh chứng cho tinh thần quyết liệt và khát vọng vươn xa.

Đây không chỉ là dấu mốc quan trọng với công ty mà còn là lời khẳng định cho nỗ lực của WestFood trong việc nâng cao giá trị nông sản Việt. Trên tinh thần này, WestFood một lần nữa cam kết không ngừng nỗ lực để tạo ra những giải pháp hiệu quả, cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm rau củ quả tươi ngon nhất, chất lượng nhất.

2

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

QUÝ 3/ 2025

BỐI CẢNH KINH TẾ THẾ GIỚI 09 THÁNG ĐẦU NĂM 2025

Trong 09 tháng năm 2025, tình hình thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường, cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn ngày càng gay gắt hơn, căng thẳng thương mại, xung đột quân sự, bất ổn chính trị tại một số quốc gia, khu vực tiếp tục lan rộng, kéo dài; thị trường tài chính, tiền tệ biến động, ảnh hưởng đến triển vọng 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 ngày càng gia tăng. Mặc dù bất ổn kinh tế vĩ mô gia tăng liên quan đến các chính sách thương mại nhưng các điều kiện tài chính toàn cầu đã thuận lợi hơn khi chính sách thuế quan thực tế của Hoa Kỳ thấp hơn so với công bố ban đầu, lạm phát tiếp tục xu hướng giảm. Thị trường chứng khoán toàn cầu tương đối sôi động nhờ các thông tin liên quan đến thuế quan và số liệu kinh tế vĩ mô công bố "tốt hơn dự kiến". Tăng trưởng tín dụng ngân hàng tiếp tục phục hồi nhưng vẫn ở mức thấp tại các nền kinh tế phát triển, dòng vốn vào các nền kinh tế đang phát triển đã phục hồi. Lượng phát hành trái phiếu doanh nghiệp phi tài chính và trái phiếu chính phủ đã đạt mức cao.

Trong khu vực, tại thời điểm tháng 9/2025, Ngân hàng Thế giới (WB) dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2025 của Việt Nam đạt 6,6%, thấp hơn 0,5 điểm phần trăm so với năm 2024; Phi-li-pin đạt 5,3%, thấp hơn 0,4 điểm phần trăm; Thái Lan đạt 1,8%, thấp hơn 0,7 điểm phần trăm. IMF dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2025 của Việt Nam đạt 6,5%, thấp hơn 0,6 điểm phần trăm so với năm 2024; Phi-li-pin đạt 5,5%, thấp hơn 0,2 điểm phần trăm; In-đô-nê-xi-a đạt 4,8%, thấp hơn 0,2 điểm phần trăm; Ma-lai-xi-a đạt 4,5%, thấp hơn 0,6 điểm phần trăm; Thái Lan đạt 2,0%, thấp hơn 0,5 điểm phần trăm.

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. Nhiều hoạt động kỷ niệm các ngày lễ lớn trong năm như Lễ kỷ niệm, diễu binh, diễu hành 80 năm Cách mạng tháng Tám và Quốc khánh 02/9 đã khơi dậy niềm tự hào dân tộc, tạo động lực lớn cho nhân dân cả nước tiếp tục phấn đấu, vươn lên thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội... Các bộ, ngành, địa phương đã theo dõi chặt chẽ những biến động của tình hình kinh tế thế giới và trong nước, nỗ lực thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp nhằm đạt mục tiêu đề ra. Kinh tế - xã hội quý III và chín tháng năm 2025 của nước ta đạt được kết quả rất tích cực, tháng sau tốt hơn tháng trước, quý sau tốt hơn quý trước trong bối cảnh kinh tế thế giới và khu vực còn nhiều bất ổn.

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. Nhiều hoạt động kỷ niệm các ngày lễ lớn trong năm như Lễ kỷ niệm, diễu binh, diễu hành 80 năm Cách mạng tháng Tám và Quốc khánh 2/9 đã khơi dậy niềm tự hào dân tộc, tạo động lực lớn cho nhân dân cả nước tiếp tục phấn đấu, vươn lên thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội... Các bộ, ngành, địa phương đã theo dõi chặt chẽ những biến động của tình hình kinh tế thế giới và trong nước, nỗ lực thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp nhằm đạt mục tiêu đề ra. Kinh tế - xã hội quý III và chín tháng năm 2025 của nước ta đạt được kết quả rất tích cực, tháng sau tốt hơn tháng trước, quý sau tốt hơn quý trước trong bối cảnh kinh tế thế giới và khu vực còn nhiều bất ổn.

TÌNH HÌNH KINH TẾ TRONG NƯỚC 09 THÁNG ĐẦU NĂM 2025

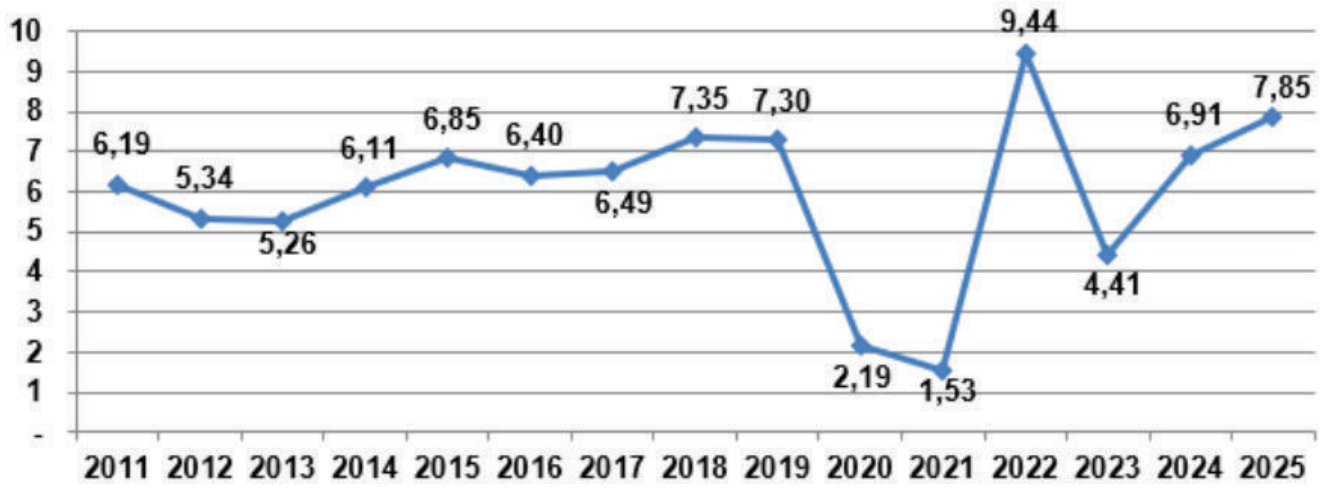
Tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước

Tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý III/2025 ước tính tăng 8,23% so với cùng kỳ năm trước, chỉ thấp hơn mức tăng 14,38% của cùng kỳ năm 2022 trong giai đoạn 2011-2025 . Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,74%, đóng góp 5,04% vào mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 9,46%, đóng góp 46,41%, trong đó công nghiệp chế biến, chế tạo là điểm sáng của nền kinh tế với tốc độ tăng 9,98%; khu vực dịch vụ tăng 8,56%, đóng góp 48,55%.

GDP chín tháng năm 2025 ước tăng 7,85% so với cùng kỳ năm trước, chỉ thấp hơn tốc độ tăng 9,44% của cùng kỳ năm 2022 trong giai đoạn 2011-2025. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,83%, đóng góp 5,36% vào mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 8,69%, đóng góp 43,05%; khu vực dịch vụ tăng 8,49%, đóng góp 51,59%.

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 III/2025 cho thấy: Có 33,6% số doanh nghiệp đánh giá tình hình sản xuất kinh doanh tốt hơn so với quý II/2025; 44,2% số doanh nghiệp nhận định tình hình sản xuất kinh doanh ổn định và 22,2% số doanh nghiệp đánh giá gặp khó khăn . Dự kiến quý IV/2025, có 40,8% số doanh nghiệp đánh giá xu hướng sẽ tốt lên so với quý III/2025; 41,7% số doanh nghiệp cho rằng tình hình sản xuất kinh doanh sẽ ổn định và 17,5% số doanh nghiệp dự báo khó khăn hơn. Trong đó, khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) lạc quan nhất với 83,2% số doanh nghiệp dự báo tình hình sản xuất kinh doanh quý IV/2025 tốt hơn và giữ ổn định so với quý III/2025; tỷ lệ này ở khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước và khu vực doanh nghiệp Nhà nước lần lượt là 82,4% và 80,5%.



Tốc độ tăng GDP 9 tháng so với cùng kỳ năm trước các năm trong giai đoạn 2011 - 2025 (%)

Hoạt động bán lẻ & doanh thu dịch vụ tiêu dùng

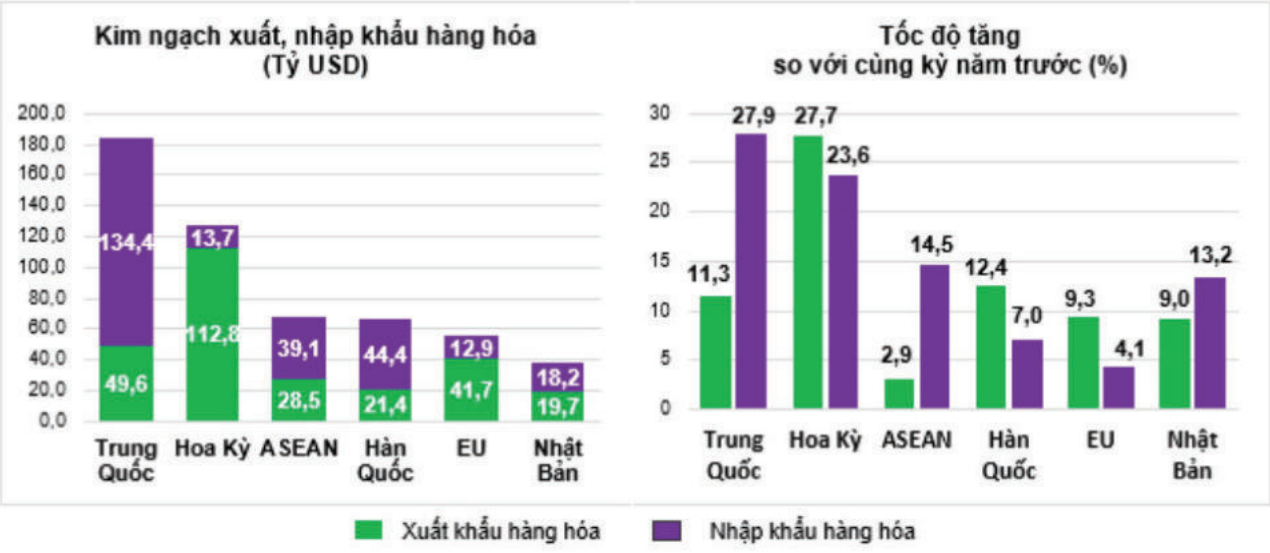
Nhu cầu tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ, du lịch trong nước tăng, đặc biệt trong các sự kiện kỷ niệm các ngày lễ lớn của dân tộc, cùng với sự gia tăng mạnh mẽ của khách quốc tế đến Việt Nam đã đóng góp tích cực vào tăng trưởng của ngành thương mại dịch vụ trong chín tháng năm nay. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng Chín ước tăng 11,3% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung chín tháng năm 2025, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 9,5% so với cùng kỳ năm trước, trong đó: Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống tăng 14,8% và doanh thu du lịch lữ hành tăng 20,5%.

Hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ

Hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ

Trong tháng Chín, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa đạt 82,49 tỷ USD, giảm 0,7% so với tháng trước và tăng 24,8% so với cùng kỳ năm trước.

Các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chế biến, chế tạo 9 tháng năm 2025



Thị trường xuất, nhập khẩu hàng hóa chủ yếu 9 tháng đầu năm 2025

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

Tính chung chín tháng năm 2025, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa đạt 680,66 tỷ USD, tăng 17,3% so với cùng kỳ năm trước, trong đó xuất khẩu tăng 16,0%; nhập khẩu tăng 18,8% . Cán cân thương mại hàng hóa xuất siêu 16,82 tỷ USD.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tháng Chín đạt 42,67 tỷ USD, giảm 1,7% so với tháng trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 8,66 tỷ USD, giảm 5,5%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 34,01 tỷ USD, giảm 0,6%. So với cùng kỳ năm trước, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tháng Chín tăng 24,7%, trong đó khu vực kinh tế trong nước giảm 8,5%, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) tăng 37,5%.

Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa tháng Chín đạt 39,82 tỷ USD, tăng 0,4% so với tháng trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 10,91 tỷ USD, tăng 1,5%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 28,91 tỷ USD, bằng tháng trước. So với cùng kỳ năm trước, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa tháng Chín tăng 24,9%, trong đó khu vực kinh tế trong nước giảm 1,0%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng 38,6%.

Hoạt động ngân hàng, bảo hiểm, thị trường chứng khoán Mặt bằng lãi suất huy động và lãi suất cho vay ổn định, 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 hoạt động sôi động, thanh khoản thị trường cải thiện rõ rệt.

Đầu tư phát triển

Vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội trong chín tháng năm 2025 theo giá hiện hành ước đạt 2.701,8 nghìn tỷ đồng, tăng 11,6% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn mức tăng 7,0% cùng kỳ năm trước, cho thấy nhà nước, doanh nghiệp, nhà đầu tư rất quyết liệt, tích cực trong triển khai thực hiện đầu tư trong nhiều ngành, lĩnh vực. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện tại Việt Nam chín tháng năm 2025 ước đạt 18,80 tỷ USD, tăng 8,5% so với cùng kỳ năm trước, đạt mức cao nhất chín tháng của các năm từ 2021 đến nay.

Chỉ số giá sản xuất

Trong chín tháng năm 2025, thị trường hàng hóa thế giới biến động do căng thẳng địa chính trị, điều chỉnh chính sách thương mại, kinh tế của các nước lớn. Cuộc chiến giữa Nga và U-crai-na tiếp tục kéo dài; xung đột khu vực Trung Đông leo thang gây ảnh hưởng tiêu cực tới kinh tế thế giới, làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu. Trong nước, sản xuất hàng hóa và dịch vụ về cơ bản vẫn duy trì tăng trưởng tích cực mặc dù chịu ảnh hưởng từ chi phí đầu vào, biến động tỷ giá, sự phụ thuộc vào chuỗi cung ứng toàn cầu và áp lực cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu. Chỉ số giá sản xuất; chỉ số giá nguyên nhiên vật liệu dùng cho sản xuất; chỉ số giá xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa quý III và chín tháng năm 2025 đều tăng so với cùng kỳ năm trước.

DỰ BÁO KINH TẾ VIỆT NAM 03 THÁNG CUỐI NĂM 2025

05 điểm sáng:

- Tăng trưởng GDP mạnh mẽ tiếp tục, duy trì vị trí cao trong khu vực.
- Duy trì lạm phát thấp và ổn định, hỗ trợ môi trường kinh doanh.
- Dòng vốn đầu tư nước ngoài (FDI) và đầu tư công tiếp tục là đòn bẩy.
- Hoạt động xuất khẩu và thương mại phục hồi — mở rộng cơ hội thị trường.
- Ổn định tỷ giá và chính sách kinh tế vĩ mô tạo niềm tin cho doanh nghiệp và nhà đầu tư.

05 rủi ro, thách thức chính:

- Rủi ro, thách thức vẫn hiện hữu.
- Tỷ giá, nợ xấu tăng dù trong tầm kiểm soát.
- Cán cân thương mại chưa bền vững; sản xuất công nghiệp phục hồi chưa đồng đều, đầu tư tư nhân và tiêu dùng vẫn thấp hơn mức trước dịch.
- Thị trường bất động sản phục hồi nhưng thiếu bền vững.
- Vận hành mô hình chính quyền địa phương 2 cấp còn nhiều vướng mắc; giải ngân đầu tư công không đồng đều; một số địa phương tăng trưởng thấp hơn mục tiêu đề ra.

DỰ BÁO KINH TẾ VIỆT NAM CẢ NĂM 2025

Về tăng trưởng GDP:

- Kịch bản cơ sở: kinh tế vĩ mô tiếp tục được duy trì ổn định, các cân đối lớn được bảo đảm, niềm tin của DN và người dân được củng cố, dự báo kinh tế Việt Nam có thể tăng 8-8,2% cả năm 2025.
- Kịch bản tích cực: Kinh tế Việt Nam có thể tăng trưởng khoảng 8,3-8,5%
- Theo đó, để đạt được mức tăng trưởng 8-8,2% cả năm 2025 hoặc cao hơn thì quý 4/2025, tăng trưởng GDP cần đạt ít nhất khoảng 8,4-8,8%.

Về lạm phát:

CPI bình quân năm 2025 dự báo ở mức 3,8-4%, cao hơn năm 2024 (3,63%) song vẫn dưới mức mục tiêu của Quốc hội (4,5%) nhờ tác động cộng hưởng của các yếu tố hỗ trợ kiềm chế lạm phát, nguồn cung hàng hóa - dịch vụ thiết yếu trong nước được bảo đảm; Tỷ giá, lãi suất cơ bản ổn định và phối hợp chính sách ngày càng tốt hơn.

3

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

QUÝ 3/ 2025

KẾT QUẢ KINH DOANH QUÝ 3/ 2025

Theo Báo cáo tài chính 09 tháng đầu năm 2025 đã công bố ngày 30/09/2025

DOANH THU THUẦN	TỔNG TÀI SẢN
1.541 TỶ ĐỒNG	8.561 TỶ ĐỒNG

TRONG LĨNH VỰC DƯỢC PHẨM, VẬT TƯ Y TẾ

Kết thúc 09 tháng đầu năm 2025, Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long (DCL) ghi nhận tổng tài sản đạt 2.488 tỷ đồng, tăng hơn 2,6% so với đầu năm. Doanh thu thuần trong cùng kỳ đạt hơn 948 tỷ đồng, tăng trên 19% so với 09 tháng đầu năm trước. Tổng kết 3 quý đầu năm 2025, DCL ghi nhận sự tăng trưởng đồng đều ở cả ba mảng kinh doanh cốt lõi. Ở mảng viên nang rỗng, nhà máy đạt công suất hơn 11,6 tỷ nang/năm, tương đương gần 1 tỷ nang mỗi tháng. Trong lĩnh vực thiết bị y tế, Nhà máy Benovas tại Vĩnh Long (diện tích 10.846,6 m², vốn đầu tư 26 triệu USD) đã hoàn thành giai đoạn 1, với công suất thiết kế 21,5 triệu sản phẩm mỗi tháng, tương đương 258 triệu sản phẩm/năm. Đối với dược phẩm, hệ thống gồm Nhà máy Non Betalactam, Nhà máy Cephalosporin và Nhà máy Cream–Siro với tổng diện tích 4.797 m², hiện đạt công suất 1,2 tỷ đơn vị sản phẩm/năm. Những kết quả này phản ánh nỗ lực của Ban lãnh đạo DCL trong việc nâng cao năng lực sản xuất, từng bước hiện thực hóa tầm nhìn trở thành công ty Dược Việt Nam được đánh giá cao nhất bởi bệnh nhân, đối tác, nhân viên thông qua những sản phẩm, dịch vụ sáng tạo, dễ tiếp cận và chăm sóc tốt nhất.

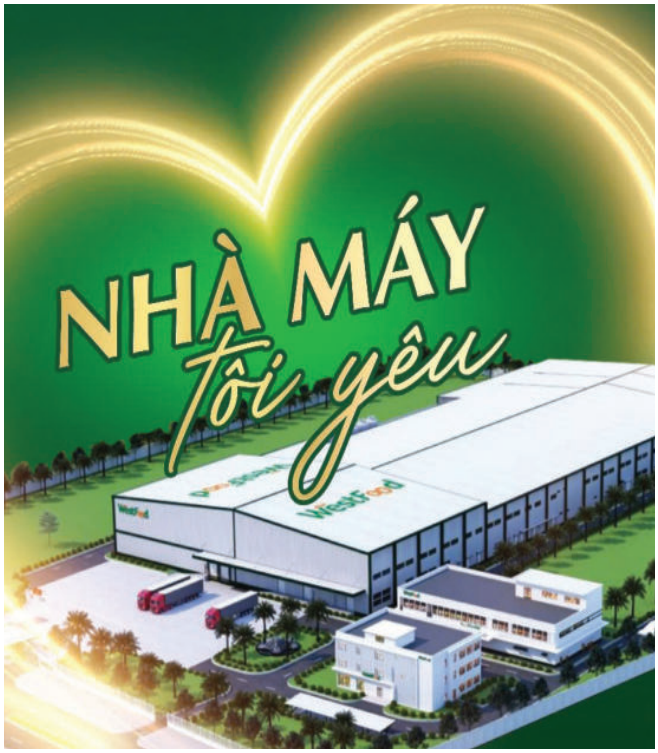
TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH NƯỚC UỐNG

Lũy kế từ đầu năm đến cuối quý, doanh thu thuần của Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) tăng hơn 13%, đạt trên 180 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước. Tổng tài sản và nguồn vốn cũng tăng hơn 2% so với đầu kỳ, ghi nhận mức trên 337 tỷ đồng vào cuối quý. Với 35 năm phát triển, Vikoda khẳng định vị thế dẫn đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực nước khoáng kiềm thiên nhiên. Lấy khách hàng làm trung tâm, thương hiệu Đảnh Thạnh – Vikoda cam kết mang đến sản phẩm chất lượng, thúc đẩy lối sống chăm sóc sức khỏe từ tự nhiên. Nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda được khai thác trong vành đai bảo vệ 35 ha và sản xuất theo tiêu chuẩn 6-1:2010 của Bộ Y tế và Codex 108, giữ nguyên khoáng chất quý. Với pH 9.0, ORP -100mV và phân tử nước siêu nhỏ, sản phẩm giúp cân bằng cơ thể, chống oxy hóa, tăng hấp thụ dưỡng chất và hỗ trợ thải độc. Vikoda hiện phủ sóng toàn quốc, xuất khẩu sang Trung Quốc và mở rộng ra thị trường quốc tế. Doanh nghiệp 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. Sản phẩm được phân phối qua hơn 1.000 đối tác, từ siêu thị, cửa hàng tiện lợi đến khách sạn, resort và các sàn thương mại điện tử, hướng tới mục tiêu 1 triệu chai/ngày.

KẾT QUẢ KINH DOANH

TRONG LĨNH VỰC HÓA MỸ PHẨM

Today Cosmetics khẳng định vị thế trong ngành sản xuất mỹ phẩm và hóa mỹ phẩm với các dòng sản phẩm an toàn cho người dùng và thân thiện với môi trường. Doanh nghiệp sở hữu nhà máy hiện đại rộng 4.946 m², được trang bị 5 dây chuyền sản xuất tiên tiến nhập khẩu từ châu Âu và Hàn Quốc, đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn chất lượng khắt khe. Các dây chuyền này cho phép Today Cosmetics sản xuất đa dạng sản phẩm từ chăm sóc nhà cửa, chăm sóc cá nhân, xịt côn trùng, xịt phòng đến mỹ phẩm. Bên cạnh đó, Trung tâm R&D quy tụ đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm, không ngừng ứng dụng công nghệ hiện đại để tạo ra những sản phẩm chất lượng, góp phần thúc đẩy xu hướng tiêu dùng xanh, giảm thiểu tác động môi trường và hướng đến lối sống bền vững. Hiện nay, sản phẩm của Today Cosmetics được phân phối rộng khắp Việt Nam với hơn 50.000 điểm bán, phủ sóng tại các hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi và trên các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, TikTok...



TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP - THỰC PHẨM

Đến hết Quý 3 năm 2025, Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Xuất khẩu Miền Tây (WestFood) đã gặt hái những con số tăng trưởng ấn tượng về cả doanh thu và lợi nhuận thuần khi so sánh với 09 tháng năm trước. Cụ thể, doanh thu thuần đã tăng hơn 50% cán mốc hơn 448 tỷ đồng; Lợi nhuận sau thuế đạt hơn 44 tỷ đồng, vượt 69% so với cùng kỳ năm trước. Một điểm nhấn của quý này là lễ khánh thành Nhà máy WestFood Hậu Giang – dấu mốc quan trọng khẳng định nỗ lực nâng tầm giá trị nông sản Việt. Nhà máy nằm trên diện tích 7ha, vốn đầu tư hơn 666 tỷ đồng, công suất 30.000 tấn/năm và được trang bị dây chuyền công nghệ châu Âu hiện đại như IQF, hệ thống băng tải tự động, máy gọt cắt và dây chuyền đóng hộp – đóng ly cùng kho lạnh sức chứa 3.000 tấn. Với hai nhà máy tại Cần Thơ và Hậu Giang, WestFood đã xuất khẩu đến hơn 40 quốc gia, chinh phục các thị trường khó tính như Mỹ, EU, Nhật Bản hay Úc. Sự hiện diện của WestFood trong chuỗi cung ứng toàn cầu góp phần nâng kim ngạch xuất khẩu trái cây chế biến, đồng thời xây dựng hình ảnh nông sản Việt chất lượng cao và bền vững và hướng đến lối sống bền vững.

CÁC MỤC TIÊU TRONG NĂM 2025

TRONG LĨNH VỰC DƯỢC PHẨM

Trong những tháng cuối năm 2025, DCL sẽ ưu tiên khởi công Nhà máy Dược phẩm đạt chuẩn EU-GMP với vốn đầu tư 1.396 tỷ đồng và công suất thiết kế 1,6 tỷ sản phẩm/năm. Đồng thời, giai đoạn 2 của Nhà máy Thiết bị Y tế Benovas – vốn đầu tư 10 triệu USD – sẽ được triển khai, tập trung vào công nghệ sản xuất hiện đại và R&D các sản phẩm công nghệ cao. Về 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 chuẩn FDA. Mảng Dược phẩm hướng tới doanh thu 1.026 tỷ đồng và lợi nhuận 54,4 tỷ đồng. 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 giai đoạn đầu của năm 2025, Vikoda liên tiếp được vinh danh với các giải thưởng uy tín như Hàng Việt Nam Chất lượng cao 2025, Top 10 Thương hiệu mạnh quốc gia, tiếp tục khẳng định vị thế trên thị trường. Với hành trình 35 năm bền bỉ, công ty đang tiến vững chắc trở thành thương hiệu nước khoáng cao cấp và nằm trong Top 5 doanh nghiệp nước uống nội địa. Hướng đến mục tiêu 1 triệu chai/ngày vào năm 2027, Vikoda triển khai đồng bộ nhiều giải pháp về sản xuất – kinh doanh, phát triển thương hiệu và đóng góp tích cực cho cộng đồng. Doanh nghiệp tiếp tục hợp tác chiến lược với Hội Dinh dưỡng Việt Nam nhằm lan tỏa kiến thức chăm sóc sức khỏe, nâng cao nhận thức về nước khoáng kiềm tự nhiên 100%, đồng thời đầu tư phát triển sản phẩm mới từ nguồn khoáng quý, mở rộng hệ thống phân phối (GT, MT, KA) và đẩy mạnh hoạt động livestream, PR, bán hàng online. Song song tăng trưởng kinh doanh, Vikoda còn đồng hành cùng các chương trình về du lịch, môi trường, giáo dục và tôn giáo, đồng thời xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, nuôi dưỡng văn hóa doanh nghiệp, hướng tới trở thành "Nơi hội tụ nhân tài được xã hội tôn vinh".

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. Hướng tới mục tiêu trở thành doanh nghiệp mỹ phẩm – hóa mỹ phẩm hàng đầu Việt Nam và vươn ra khu vực, 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 m² 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 III/2025 tại ngày 30/09/2025 (Theo HOSE)

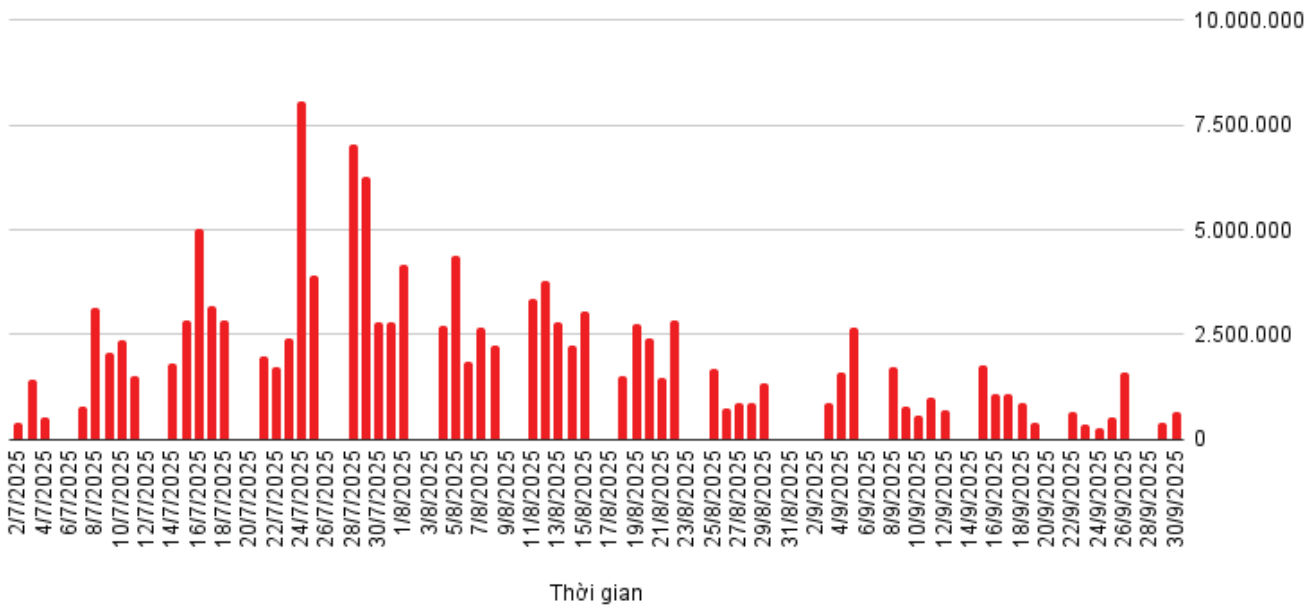
Vốn hóa thị trường
1.655 tỷ đồng

Vốn chủ sở hữu
6.025 tỷ đồng

3.399 tỷ đồng
Vốn điều lệ

339.933.034 cổ phiếu
Số lượng CP lưu hành

4.870 đồng
Giá CP



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

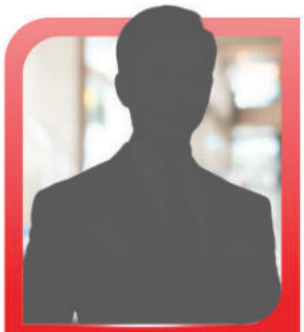
CƠ CẤU NHÂN SỰ LÃNH ĐẠO TẬP ĐOÀN

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

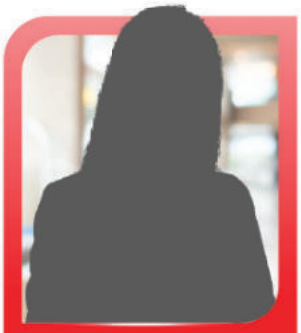
Ông **NGUYỄN VĂN SANG**
Chủ tịch HĐQT

Bà **NGUYỄN THỊ MINH NGUYỆT**
Phó Chủ tịch HĐQT

Bà **VŨ THỊ MINH HOÀI**
Thành viên HĐQT



Ông **NGUYỄN NINH DŨNG**
Thành viên HĐQT



Bà **NGUYỄN NGỌC MAI**
Thành viên HĐQT

Ông **ĐINH QUỐC HÙNG**
Thành viên HĐQT độc lập

Ông **ĐỖ VĂN THỌ**
Thành viên HĐQT độc lập

BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

Bà **VŨ THỊ MINH HOÀI**
Tổng Giám đốc

4

HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT

QUÝ 3/ 2025

F.I.T CHAMPION QUÝ 3/2025

Chuyển mình rực rỡ

Ngày 26/12/2025, chương trình F.I.T Champion Quý III/2025 với chủ đề "Chuyển mình rực rỡ" đã được tổ chức trang trọng và thành công tại 4 điểm cầu: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Khánh Hòa và Vĩnh Long. Sự kiện đã vinh danh 6 nhà vô địch xuất sắc, đồng thời thu hút sự theo dõi và cổ vũ của hàng trăm CBNV trên toàn Tập đoàn.

Trước đó, vào ngày 6/9/2025, F.I.T Champion Quý II/2025 cũng đã diễn ra long trọng tại 3 điểm cầu: Hà Nội, Khánh Hòa và TP. Hồ Chí Minh, tiếp tục khẳng định sức lan tỏa mạnh mẽ của sân chơi thi đua dành cho khối Kinh doanh toàn Tập đoàn.

Tham dự lễ trao giải có ông Nguyễn Văn Sang – Chủ tịch HĐQT F.I.T Group, CEO Tập đoàn, cùng Ban lãnh đạo và đông đảo CBNV, đặc biệt là lực lượng kinh doanh.
Các nhà vô địch F.I.T Champion Quý III/2025 là những cá nhân đạt thành tích bán hàng vượt trội, với tỷ lệ hoàn thành doanh số trên 100%, nổi bật gồm:

- Chị Phạm Thị Oanh – Trình dược viên kênh ETC, CTCP Dược phẩm Cửu Long
- Anh Lê Hoàng Việt – SS kênh GT , CTCP Nước khoáng Khánh Hòa
- Anh Đoàn Văn Hải – KAE kênh KA, CTCP Nước khoáng Khánh Hòa
- Chị Phan Thị Phương Hảo - Nhân viên bán hàng kênh GT, CTCP FIT Cosmetics
- Anh Trần Trung Hiếu - Nhân viên bán hàng kênh GT, CTCP FIT Cosmetics
- Anh Nguyễn Tiến Mạnh – Nhân viên bán hàng kênh GT, CTCP FIT Cosmetics:

Với những đóng góp nổi bật, các nhà vô địch đã được trao tiền thưởng, bằng khen, kỷ niệm chương, cổ phiếu FIT, huy chương F.I.T Champion, biểu tượng cho tinh thần

chinh phục và vinh quang. Nhà vô địch năm và Tập thể vô địch năm sẽ được trao Cup Vàng chiến thắng, ghi dấu đỉnh cao danh dự và thành công.

Chia sẻ tại buổi lễ, anh Trần Trung Hiếu (FCO) – lần đầu tiên đạt danh hiệu F.I.T Champion – xúc động bày tỏ: "Tôi xin chân thành cảm ơn Chủ tịch Nguyễn Văn Sang và Ban lãnh đạo đã tạo nên sân chơi F.I.T Champion đầy ý nghĩa, tiếp thêm động lực cho đội ngũ kinh doanh. Trong các Quý tiếp theo, tôi và tập thể FCO cam kết sẽ tiếp tục nỗ lực, hoàn thành mục tiêu và đóng góp vào sự phát triển chung của Tập đoàn."

Cùng chung niềm vui, bà Nguyễn Thị Nga – Tổng Giám đốc Vikoda gửi lời chúc mừng tới các nhà vô địch: "Với tinh thần quyết tâm và không ngừng bứt phá, tôi tin rằng các chiến binh Vikoda nói riêng và Tập đoàn nói chung sẽ tiếp tục 'chuyển mình rực rỡ', gặt hái thêm nhiều thành tích ấn tượng trong thời gian tới."

Sau hai năm vắng bóng, năm 2025 đánh dấu sự trở lại đầy ấn tượng của FCO khi liên tiếp 3 Quý có đông đảo cá nhân đạt danh hiệu F.I.T Champion. Phát biểu tại sự kiện, bà Nguyễn Lê Trang – Giám đốc điều hành FCO & TCC tự hào khẳng định: "Thành tích này là minh chứng rõ nét cho tinh thần bền bỉ, dám vượt giới hạn của đội ngũ sales FCO. Với khát khao chinh phục những đỉnh cao mới, chúng tôi tin tưởng rằng FCO sẽ tiếp tục có thêm nhiều nhà vô địch F.I.T Champion trong các Quý tiếp theo."

F.I.T Champion là giải thưởng thường niên dành cho khối Kinh doanh Tập đoàn, nhằm vinh danh các cá nhân và tập thể xuất sắc theo Quý và Năm. Không chỉ là nguồn động lực mạnh mẽ cho lực lượng bán hàng, chương trình còn tạo nên phong trào thi đua sôi nổi, thúc đẩy sự phát triển bền vững của từng đơn vị, từng ngành hàng.

Qua đó, F.I.T Champion tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng trong hành trình 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.".

NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN VIKODA 5 "TỐT": DƯỠNG NGUỒN SỐNG CHO SỨC KHỎE VẸN TOÀN

Ngày càng nhiều người tiêu dùng, chuyên gia và người nổi tiếng tin chọn nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda – biểu tượng của sự tinh khiết và chất lượng. Được khai thác từ mỏ khoáng quý Đảnh Thạnh sâu 220m, Vikoda sở hữu độ kiềm tự nhiên pH 9.0 cùng nhiều vi khoáng quý giá, mang đến 5 yếu tố "nước tốt" được kiểm nghiệm và khuyến khích dùng hằng ngày. Với độ kiềm pH 9.0, Vikoda hỗ trợ trung hòa axit, tốt cho người bị dạ dày, trào ngược hay rối loạn tiêu hóa. Nước còn có khả năng chống oxy hóa, cân bằng hệ vi sinh đường ruột, hỗ trợ cải thiện xương, giảm độ nhớt của máu, tăng chất lượng giấc ngủ và hồi phục thể lực nhanh hơn sau luyện tập. Giàu vi khoáng tự nhiên như H2SiO3, Na+, K+, Ca2+, HCO3-,... với TDS lý tưởng 100–400mg/lít, Vikoda giúp tăng hấp thu dưỡng chất, thanh lọc và đào thải độc tố hiệu quả.

VIKODA TỰ HÀO ĐỒNG HÀNH CÙNG ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ TỈNH KHÁNH HÒA LẦN THỨ I, NHIỆM KỲ 2025-20230

Từ ngày 21–23/9/2025, Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Khánh Hòa lần thứ I, nhiệm kỳ 2025–2030 diễn ra long trọng tại Cung Văn hóa Thiếu nhi Khánh Hòa. Hòa cùng không khí Đại hội, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) vinh dự góp mặt tại Không gian trưng bày sản phẩm OCOP Khánh Hòa, giới thiệu các sản phẩm nước khoáng kiềm thiên nhiên chất lượng cao phục vụ sức khỏe cộng đồng.

Đại hội có sự tham dự của Chủ tịch Quốc hội Trần Thanh Mẫn và 396 đại biểu, thể hiện trí tuệ và khát vọng phát triển của toàn Đảng bộ, chính quyền và nhân dân tỉnh. Phát biểu chỉ đạo, Chủ tịch Quốc hội nhấn mạnh việc phát huy tiềm năng, thế mạnh của Khánh Hòa – vùng đất giàu tài nguyên, kinh tế biển, du lịch và khoa học – công nghệ, hướng tới mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa bền vững. Tại khu vực trưng bày, gian hàng Vikoda thu hút sự chú ý với dòng nước khoáng kiềm thiên nhiên pH 9.0 được khai thác từ mạch khoáng Đảnh Thạnh, được Bộ Y tế công nhận có giá trị chữa bệnh và bồi bổ sức khỏe. Với hơn 35 năm phát triển, Vikoda luôn kiên định triết lý "Vị ngon từ Ngọc trong đá", mang đến sản phẩm tinh khiết, tốt cho sức khỏe và thân thiện môi trường.

TẬP HUẤN AN TOÀN PHÒNG CHÁY CHỮA CHÁY TẠI DƯỢC CỬU LONG

Cuối tháng Tám vừa qua, Công ty Cổ phần Dược phẩm Cửu Long phối hợp cùng Phòng Cảnh sát PCCC & CNCH tổ chức diễn tập phòng cháy chữa cháy tại trụ sở và nhà máy Capsule. Đây là một trong những hoạt động thường niên, nhằm nâng cao kỹ năng ứng phó khi có sự cố cháy nổ, đồng thời khẳng định cam kết của doanh nghiệp trong việc đảm bảo an toàn lao động và phòng cháy chữa cháy.

Buổi diễn tập có sự tham gia của ông Nguyễn Trọng Đức – Phó Tổng Giám đốc, đội PCCC cơ sở cùng đông đảo cán bộ, công nhân viên làm việc tại công ty. Lực lượng chuyên nghiệp từ Phòng Cảnh sát PCCC & CNCH trực tiếp hướng dẫn, hỗ trợ kỹ thuật và đánh giá khả năng phối hợp, xử lý tình huống của các bộ phận.

Chương trình được triển khai đúng kế hoạch với các nội dung: phát hiện, xử lý cháy giả định, sơ tán người và tài sản, sử dụng phương tiện chữa cháy ban đầu và phối hợp cùng lực lượng chuyên trách dập tắt đám cháy, cứu hộ người bị nạn. Theo đánh giá của cơ quan chức năng, buổi diễn tập thành công tốt đẹp, các tình huống được xử lý bài bản, sát thực tế, thể hiện được tinh thần chủ động và rèn luyện hướng xử lý bình tĩnh của CBCNV trước các tình huống.

Phó TGĐ Nguyễn Trọng Đức gửi lời cảm ơn đến lực lượng PCCC đã phối hợp hiệu quả, đồng thời khẳng định: "An toàn lao động là ưu tiên hàng đầu của Dược Cửu Long. Diễn tập không chỉ là yêu cầu bắt buộc mà còn là cơ hội rèn luyện kỹ năng, củng cố ý thức trách nhiệm của mỗi người lao động."

Thông qua hoạt động này, Công ty Cổ phần Dược Cửu Long tiếp tục thể hiện tầm nhìn phát triển bền vững, tuân thủ nghiêm các quy định PCCC, chủ động phòng ngừa rủi ro và bảo vệ an toàn tuyệt đối cho con người, tài sản và môi trường làm việc.

WESTFOOD: GIEO MẦM TƯƠNG LAI TỪ VIỆC ĐẦU TƯ VÀO NHỮNG VÙNG NGUYÊN LIỆU THEO HƯỚNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Công ty CP Chế biến Thực phẩm Xuất khẩu Miền Tây (WestFood), thành lập năm 2003 với vốn điều lệ 9 tỷ đồng, đã phát triển mạnh mẽ dựa trên giá trị cốt lõi và vùng nguyên liệu bền vững. Đặc biệt, WestFood chú trọng vùng nguyên liệu dứa King MD2, một trong những giống dứa đồng đều và ngọt nhất thế giới. Công ty đã thuần hóa MD2 từ Nam Mỹ về Việt Nam, hiện sở hữu 150ha và dự kiến mở rộng lên 1000ha vào năm 2028, trong đó 50% diện tích đạt chuẩn GLOBAL GAP.

Chủ tịch HĐQT, bà Nguyễn Thị Minh Nguyệt, khẳng định công ty tự tin chủ động vùng nguyên liệu thông qua hợp tác với nông dân và đầu tư vào nông trường, tạo ra hệ sinh thái nông nghiệp bền vững, nâng cao thu nhập cho người dân và thúc đẩy kinh tế địa phương. Nhà máy tại Hậu Giang minh chứng rõ nét cho nỗ lực này, khi tạo việc làm cho hàng nghìn lao động và đảm bảo chất lượng nguồn nguyên liệu, từ đó đảm bảo hướng phát triển bền vững, chủ động cho doanh nghiệp.

WestFood cũng tiên phong trong chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ hiện đại, áp dụng tiêu chuẩn quốc tế trong sản xuất để nâng cao giá trị sản phẩm, tạo tiền đề phát triển bền vững cho ngành nông nghiệp Việt Nam.

Trong bối cảnh toàn cầu hướng tới thực phẩm bền vững, WestFood cam kết tiếp tục mở rộng, đầu tư bài bản và phát triển vùng nguyên liệu, gắn bó chặt chẽ với người nông dân trong thời đại mới, bảo vệ môi trường và nâng tầm thương hiệu Việt trên bản đồ nông nghiệp toàn cầu. Công ty đặt mục tiêu mở rộng thị trường, đầu tư công nghệ chế biến tiên tiến, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng xanh, lành mạnh và mang lại sản phẩm chất lượng cao, giàu giá trị kinh tế – văn hóa.

5

GÓC NHÌN

QUÝ 3/ 2025

Trong Quý III/2025, FIT Cosmetics & Today Cosmetics (FCO - TCC) đã ghi dấu ấn với 3 nhà vô địch FIT Champion đạt tỷ lệ vượt KPI đầy ấn tượng. Chị có thể chia sẻ cảm nhận và đánh giá của mình về thành công của các chiến binh kinh doanh cũng như ý nghĩa của thành tích này đối với toàn thể Công ty?

Tôi cảm thấy vô cùng vui mừng và tự hào khi trong Quý III/2025, chúng tôi có tới 3 nhà vô địch FIT Champion – những gương mặt đã ghi dấu bằng thành tích xuất sắc được bền bỉ tích lũy trong suốt thời gian dài, qua đó khẳng định rõ bản lĩnh, năng lực và tinh thần chiến đấu mạnh mẽ của đội ngũ sales Công ty.

Năm 2025 đánh dấu sự trở lại của FCO - TCC trên đường đua FIT Champion – giải thưởng danh giá của Tập đoàn dành cho những nhân viên bán hàng xuất sắc nhất. Kể từ thời điểm quay lại, FCO - TCC liên tục tạo dấu ấn nổi bật trên bảng vàng thành tích khi trở thành đơn vị sở hữu số lượng nhà vô địch đông đảo nhất qua các Quý trên quy mô toàn Tập đoàn. Đây là kết quả hoàn toàn xứng đáng với những nỗ lực không ngừng của các bạn, đặc biệt là đội ngũ bán hàng kênh GT – kênh trọng yếu của Công ty với hệ thống phân phối rộng khắp trên toàn quốc. Trong thời gian tới, các kênh MT, OEM, B2B và Ecommerce cũng sẽ tiếp tục đẩy mạnh triển khai các chương trình kinh doanh, nhằm tạo ra những bước đột phá về doanh thu và mở rộng độ phủ thương hiệu trên thị trường.

Tôi tin tưởng và kỳ vọng rằng, toàn thể các chiến binh sales của FCO - TCC nói riêng và của Tập đoàn nói chung sẽ tiếp tục vững vàng, bền bỉ và chinh phục thêm nhiều cột mốc thành công mới, góp phần xây dựng hệ sinh thái FIT ngày càng phát triển vững mạnh.

Trong Quý mới và năm 2026 sắp tới, công ty có kế hoạch gì để hiện thực hóa tầm nhìn: "Trở thành Công ty FMCG Việt Nam đẳng cấp quốc tế, là niềm tự hào dân tộc, R&D hiện đại, nơi thế hệ trẻ mơ ước cống hiến"

Để hiện thực hóa tầm nhìn dài hạn này, trong Quý mới và năm 2026, FCO - TCC triển khai chiến lược phát triển đồng bộ trên toàn bộ chuỗi giá trị, R&D, Sản xuất, Kinh doanh, Marketing, con người và văn hóa doanh nghiệp

Chúng tôi xác định đây không chỉ là mục tiêu tăng trưởng, mà là hành trình xây dựng một doanh nghiệp FMCG Việt Nam có năng lực cạnh tranh quốc tế, phát triển bền vững và đủ sức truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ. Trên phương diện R&D, FCO - TCC tiếp tục coi đây là nền tảng cốt lõi. Công ty tập trung tái định vị các sản phẩm thuộc hệ sinh thái xanh, đồng thời đẩy mạnh phát triển hai trụ cột chiến lược là Golden Life cho nhóm hàng Home Care sinh học và Acola cho Personal Care & Cosmetics.

Trong năm 2026, chúng tôi dự kiến ra mắt thêm 4 dòng sản phẩm Home Care mới và 10 dòng sản phẩm Personal Care & Cosmetics, đồng thời đáp ứng đầy đủ và kịp thời các yêu cầu R&D từ đối tác OEM. Thông qua đó, chúng tôi không chỉ mở rộng danh mục sản phẩm mà còn khẳng định năng lực nghiên cứu – phát triển hiện đại, linh hoạt và tiệm cận chuẩn quốc tế.

Về marketing, công ty tập trung xây dựng hình ảnh hai thương hiệu Golden Life và Acola là các sản phẩm Việt gắn với hệ sinh thái xanh, an toàn và cao cấp, thông qua các chiến dịch như "Refill – Sống Xanh Mỗi Ngày", các hoạt động sampling, POSM tại điểm bán và chuỗi workshop về hóa mỹ phẩm, bảo vệ môi trường nhằm gia tăng nhận thức và sự gắn kết của người tiêu dùng.

> "Trong năm 2026, FCO - TCC dự kiến ra mắt thêm 4 dòng sản phẩm Home Care mới và 10 dòng sản phẩm Personal Care & Cosmetics"

Song song đó, hoạt động bán hàng được đẩy mạnh trên toàn bộ các kênh GT, MT, OEM, B2B và E-commerce. Chúng tôi tiếp tục mở rộng và hoàn thiện hệ thống phân phối GT và MT trên toàn quốc, cơ cấu lại bộ máy bán hàng theo hướng tinh gọn – hiệu quả, tối ưu hóa KPI bán hàng và các chương trình trade marketing.

Ở mảng OEM, Công ty tập trung xây dựng hình ảnh thương hiệu nhà máy Today cosmetisc, chủ động tham gia các sự kiện, hội chợ trong nước và quốc tế để mở rộng cơ hội hợp tác. Kênh B2B và E-commerce cũng được xác định là những động lực tăng trưởng quan trọng, đặc biệt với nhóm khách hàng doanh nghiệp, trường học, Horeca và các nền tảng thương mại điện tử.

Về sản xuất và chuỗi cung ứng, FCO - TCC tiếp tục đầu tư nâng cao năng suất lao động, đẩy mạnh tự động hóa nhà máy, tối ưu chi phí logistics và vận hành. Mục tiêu là vừa đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định, vừa gia tăng hiệu quả chi phí, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong dài hạn.

Cuối cùng, ở trụ cột con người, FCO - TCC xác định xây dựng môi trường làm việc hiệu suất cao nhưng giàu cảm hứng là yếu tố then chốt để hiện thực hóa tầm nhìn. Công ty triển khai văn hóa "tạo động lực đi cùng tạo áp lực", gắn KPI rõ ràng với hiệu quả công việc, đồng thời ứng dụng Base và AI vào quản trị, vận hành và đánh giá nhân sự.

Thông qua đó, FCO - TCC hướng tới trở thành nơi mà người lao động, đặc biệt là thế hệ trẻ, mong muốn cống hiến, phát triển năng lực và đồng hành lâu dài.

Với chiến lược tổng thể và sự đầu tư bài bản trên mọi phương diện, công ty tin tưởng rằng năm 2026 sẽ là bước tiến quan trọng trên hành trình trở thành doanh nghiệp FMCG Việt Nam đẳng cấp quốc tế, mang niềm tự hào dân tộc và phát triển bền vững.

Với việc mở rộng sang lĩnh vực mỹ phẩm , BLĐ Công ty đã có những bước chuẩn bị và chiến lược nào để chinh phục niềm tin khách hàng và thúc đẩy tăng trưởng doanh số?

Việc tham gia vào ngành hàng mỹ phẩm – lĩnh vực đối với chúng tôi thực sự là một thách thức.

Tuy nhiên, với niềm tin vào sự thấu hiểu sâu sắc nhu cầu và đặc điểm tiêu dùng của người Việt, cùng đội ngũ R&D giàu kinh nghiệm, chúng tôi hoàn toàn có cơ sở để nghiên cứu và phát triển những dòng sản phẩm thân thiện, lành tính, phù hợp với làn da và thói quen sử dụng của người Việt, đồng thời sở hữu tính ứng dụng cao.

Đây cũng chính là lợi thế cạnh tranh khác biệt của FCO - TCC so với nhiều thương hiệu mỹ phẩm trong và ngoài nước. Trong thời gian tới, FCO - TCC dự kiến sẽ phát triển thêm 10 dòng sản phẩm mới thuộc nhóm Personal Care và Mỹ phẩm. Song song với việc đưa sản phẩm ra thị trường, chúng tôi sẽ triển khai các chiến dịch marketing bài bản nhằm gia tăng độ nhận diện thương hiệu, mở rộng hệ thống phân phối đa kênh, đồng thời chú trọng giáo dục người tiêu dùng về cách sử dụng sản phẩm đúng cách, gắn liền với thông điệp bảo vệ môi trường và hệ sinh thái.

Bên cạnh đó, lợi thế hệ thống bán hàng rộng khắp trên toàn quốc sẽ tiếp tục được tận dụng để đưa sản phẩm đến gần hơn với người tiêu dùng.

Với định hướng phát triển bền vững và chiến lược rõ ràng, chúng tôi tin rằng các dòng sản phẩm mỹ phẩm của FIT Cosmetics sẽ từng bước khẳng định vị thế và tạo dựng chỗ đứng vững chắc trên thị trường mỹ phẩm nội địa trong những năm tới.

Các tiêu chí sản xuất trong giai đoạn phát triển mới của FCO -TCC có tiếp tục lấy "sản xuất xanh" làm định hướng xuyên suốt hay không, và định hướng này sẽ được cụ thể hóa như thế nào trong thực tiễn?

"Sản xuất xanh" không chỉ là kim chỉ nam trong hệ thống vận hành của FIT Cosmetics và Today Cosmetics, mà còn là định hướng phát triển bền vững mà chúng tôi kiên định theo đuổi, bất chấp những biến động của thị trường.

Đây cũng chính là giá trị cốt lõi giúp định vị thương hiệu trong tâm trí khách hàng – khi nhắc đến chúng tôi là nhắc đến những sản phẩm an toàn, thân thiện với môi trường và có trách nhiệm với xã hội.

Trên nền tảng đó, chúng tôi nhất quán theo đuổi sứ mệnh: Nâng tầm chất lượng cuộc sống thông qua các sản phẩm và dịch vụ ưu việt, an toàn cho người sử dụng và thân thiện với môi trường.

Ở khía cạnh phát triển sản phẩm, FCO - TCC tập trung tái định vị các dòng sản phẩm thuộc hệ sinh thái xanh, đồng thời đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển những sản phẩm ứng dụng công thức sinh học, đảm bảo tính an toàn cho môi trường cũng như sức khỏe người tiêu dùng.

Về hoạt động sản xuất, hệ thống nhà máy đạt chuẩn ISO và cGMP của chúng tôi đang từng bước được nâng cấp và hiện đại hóa theo định hướng nhà máy hóa mỹ phẩm tiêu chuẩn cao. Các cải tiến tập trung vào tự động hóa quy trình, tối ưu hóa việc sử dụng điện và năng lượng, đảm bảo an toàn lao động, đồng thời giảm thiểu tối đa những tác động tiêu cực đến môi trường. Chúng tôi luôn chú trọng vào các giá trị cốt lõi nhất trong ngành là an toàn cho người sử dụng và thân thiện với môi trường. Chỉ như vậy, sự phát triển mới thật sự bền vững.

> "Chúng tôi tin rằng các dòng sản phẩm mỹ phẩm của công ty sẽ từng bước khẳng định vị thế và tạo dựng chỗ đứng vững chắc trên thị trường mỹ phẩm nội địa trong những năm tới."

Trên hành trình đưa các sản phẩm tâm huyết ra thị trường, FCO - TCC dự kiến triển khai chiến dịch "Refill – Sống xanh mỗi ngày", với hoạt động thu gom 10 chai hoặc can sản phẩm đã qua sử dụng để đổi lấy 1 túi nước rửa chén Golden Life dung tích 1,8 kg. Song song đó, các chương trình workshop về hóa mỹ phẩm, bảo vệ môi trường và hệ sinh thái sẽ được tổ chức đồng bộ nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng, hướng tới mục tiêu kiến tạo một xã hội xanh – sạch – đẹp. Bên cạnh những hoạt động trên, nhiều sáng kiến khác cũng đang được FCO - TCC và các đơn vị thành viên triển khai nhằm lan tỏa giá trị phát triển bền vững, góp phần bảo vệ môi trường và hệ sinh thái thông qua chính sản phẩm và hoạt động kinh doanh của mình.

Trước bối cảnh thị trường ngày càng siết chặt công tác quản lý về chất lượng và tính minh bạch, xác thực của sản phẩm, Công ty có những giải pháp gì nhằm đảm bảo chất lượng đầu ra ổn định, tuân thủ quy định và gia tăng niềm tin của thị trường?

FIT Cosmetics và Today Cosmetics luôn đặt chất lượng và sự minh bạch làm nền tảng cốt lõi trong toàn bộ chuỗi giá trị, từ nghiên cứu – sản xuất cho đến phân phối ra thị trường. Chúng tôi hoàn toàn tự tin vào chất lượng sản phẩm bởi mọi công đoạn đều được kiểm soát chặt chẽ, đồng bộ và có hệ thống.

Ngay từ khâu đầu vào, nguyên liệu được tuyển chọn kỹ lưỡng từ các nhà cung cấp uy tín, có đầy đủ hồ sơ pháp lý và chứng nhận chất lượng. Toàn bộ quá trình sản xuất được đội ngũ QA/QC giám sát nghiêm ngặt theo các quy trình đạt chuẩn ISO 9001:2015, đồng thời tuân thủ đầy đủ các quy định, tiêu chuẩn khắt khe của Bộ Y tế Việt Nam. Thành phẩm trước khi xuất xưởng đều trải qua các bước kiểm tra chất lượng, đảm bảo tính ổn định, an toàn.

Song song đó, chúng tôi chú trọng đến tính minh bạch và xác thực của sản phẩm thông qua hệ thống nhãn mác rõ ràng, thông tin thành phần và công dụng được công bố trung thực, đúng quy định. Chúng tôi coi đây không chỉ là yêu cầu tuân thủ pháp lý, mà còn là cam kết trách nhiệm đối với người tiêu dùng.

Trước xu hướng thị trường ngày càng siết chặt quản lý, chúng tôi nhìn nhận đây là một cơ hội tích cực để thanh lọc thị trường, hạn chế sự tồn tại của những sản phẩm kém chất lượng, thiếu minh bạch. Điều này tạo điều kiện để các doanh nghiệp làm ăn bài bản, nghiêm túc và lấy chất lượng làm gốc như FIT Cosmetics và Today Cosmetics khẳng định vị thế, gia tăng uy tín và sức ảnh hưởng bền vững trên thị trường.

Trong thời gian tới, Công ty sẽ tiếp tục đầu tư nâng cấp hệ thống quản lý chất lượng, ứng dụng công nghệ vào truy xuất nguồn gốc, kiểm soát sản xuất và quản trị dữ liệu sản phẩm, đồng thời tăng cường đào tạo đội ngũ nhân sự nhằm đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng đầu ra luôn ổn định và ngày càng tiệm cận các chuẩn mực quốc tế. Đây chính là nền tảng để chúng tôi củng cố niềm tin của người tiêu dùng và đối tác trong dài hạn.

Cám ơn chị đã chia sẻ và chúc công ty sẽ ngày càng thành công với những lựa chọn mới trong năm 2026.

FIT GROUP

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