

**BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ  
TẠI CUỘC HỌP ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2019**

**Kính gửi: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG CÔNG TY**

**1. Tình hình hoạt động của Công ty Cổ phần Vincom Retail (sau đây gọi là “Công ty” hoặc “Vincom Retail”) trong năm 2018.**

Vincom Retail đã kết thúc năm 2018 với nhiều kỷ lục ấn tượng và dấu ấn vươn tầm quốc tế. Theo đó, kết quả kinh doanh của Vincom Retail đạt 9.124 tỷ đồng doanh thu thuần, tăng trưởng 65% so với năm 2017, tổng giá trị tài sản đạt mức 38.684 tỷ đồng, tỷ suất lợi nhuận hoạt động đạt 33%.

Chỉ riêng trong năm 2018, Vincom Retail đã khai trương thêm 20 TTTM, trong đó có: hai Vincom Center, 15 Vincom Plaza và ba Vincom+, đạt kỷ lục về số lượng TTTM được mở mới trong một năm. Tiếp tục chiến lược phủ sóng cả nước, Vincom Retail đã tăng cường hiện diện tại 14 tỉnh thành so với năm 2017. Tính đến hết ngày 31 tháng 03 năm 2019, Vincom sở hữu 66 TTTM với 1,5 triệu m<sup>2</sup> diện tích mặt sàn bán lẻ tại 38 trên tổng số 63 tỉnh thành phố, giữ vững vị trí chủ đầu tư bất động sản bán lẻ lớn nhất tại Việt Nam.

Bên cạnh quy mô, Vincom liên tục ghi dấu ấn khi các TTTM Vincom mới trở thành điểm đến của mỗi địa phương, dẫn dắt xu hướng tiêu dùng và tạo nên chuẩn mực mới trên thị trường. Đặc biệt, tháng 07 năm 2018, Vincom Center Landmark 81 chính thức được ra mắt người tiêu dùng tại Landmark 81 – tòa nhà cao nhất Việt Nam theo định hướng “một điểm đến, mọi nhu cầu” với gần 100 thương hiệu hàng đầu trong nước và quốc tế. Với gần 1 triệu lượt khách trong tháng đầu tiên khai trương, Vincom Center Landmark 81 đã trở thành biểu tượng mới – đỉnh cao mới của thị trường bán lẻ tại Việt Nam.

Về trải nghiệm khách hàng, trong năm 2018, Vincom Retail mang đến các xu hướng thời trang trẻ trung, hiện đại và trải nghiệm ẩm thực quốc tế mới lạ đến từ Singapore, Argentina, Nhật Bản, Quảng Đông, Hồng Kông... từ các thương hiệu mới lần đầu tiên xuất hiện tại hệ thống TTTM Vincom, và trong giai đoạn tới sẽ tiếp tục mang các thương hiệu mới, các trải nghiệm độc đáo đến với người tiêu dùng tại Việt Nam. Hệ thống cơ sở hạ tầng được hoàn thiện và nâng cao, chú trọng tới các điểm nhấn về thiết kế nội thất và ngoại thất đã mang đến không gian mua sắm tiện lợi nhất cho khách hàng. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ được Vincom Retail phối hợp chặt chẽ hơn với khách thuê thông qua việc phối hợp kiểm soát hàng ngày, định kỳ tổ chức các buổi đào tạo tháng và triển khai các cuộc thi nâng cao chất lượng dịch vụ trên toàn hệ thống. Nhờ sự tăng trưởng nhanh chóng về quy mô và đổi mới trong chất lượng dịch vụ, Vincom Retail đã đạt gần 160 triệu lượt khách hàng tới tham quan, mua sắm và sử dụng dịch vụ trên toàn hệ thống TTTM Vincom, tăng gần 40% so với năm 2017. Với sự tin tưởng và đồng hành của khách hàng, Vincom đã lọt Top 15 thương hiệu có giá trị nhất Việt Nam do Forbes bình chọn vào tháng 08 năm 2018 và là thương hiệu bất động sản bán lẻ duy nhất trong danh sách này.

Những con số này là minh chứng cho việc không ngừng nỗ lực, nghiên cứu và thay đổi của tập thể cán bộ nhân viên Vincom Retail nhằm đón đầu nhu cầu trải nghiệm đa dạng, mang đến cho mỗi khách hàng điểm đến mua sắm thuận tiện, an tâm, luôn cập nhật những xu hướng tiêu dùng mới nhất, góp phần kiến tạo phong cách sống hiện đại của người tiêu dùng tại Việt Nam, và nâng tầm về quản trị, tương tác với cổ đông và nhà đầu tư, hướng đến các chuẩn mực quốc tế.

*Chi tiết mời Quý vị xem trong bản Báo cáo của Ban Giám đốc trình tại Đại hội.*

## **2. Hoạt động của Hội đồng quản trị.**

### **2.1. Các hoạt động chung:**

Trong năm 2018, HĐQT đã ban hành 20 Nghị quyết thông qua nhiều chủ trương quan trọng đối với hoạt động và định hướng phát triển của Công ty, trong đó có một số nội dung chính như sau:

- Kiện toàn cơ cấu, sắp xếp bộ máy tổ chức và hoạt động
- Tăng vốn điều lệ do phát hành thêm cổ phần
- Thành lập các Chi nhánh
- Tổ chức họp ĐHCĐ.
- Góp vốn thành lập Công ty

### **2.2. Hoạt động giám sát của HĐQT:**

Trong năm 2018, HĐQT đã thực hiện theo đúng quy định tại Điều lệ Công ty, Quy chế Quản trị Công ty, các quy định, quy chế quản lý nội bộ và pháp luật hiện hành, cụ thể:

- Chủ trì, chỉ đạo và tổ chức thành công cuộc họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018 vào ngày 07 tháng 06 năm 2018
- Chủ trì, chỉ đạo và tổ chức thành công việc lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản và ban hành Nghị quyết ĐHCĐ vào ngày 15 tháng 08 năm 2018 và ngày 04 tháng 09 năm 2018
- Tổ chức chỉ đạo thực hiện nghiêm túc chế độ Báo cáo tài chính năm 2018, Báo cáo tài chính quý và bán niên
- Giám sát thực hiện các Nghị quyết của ĐHCĐ và HĐQT đã ban hành, kiểm tra hoạt động điều hành của Ban Giám đốc trong các hoạt động kinh doanh
- Giám sát, chỉ đạo công bố thông tin với mục tiêu đảm bảo tính minh bạch, kịp thời theo đúng quy định kể từ thời điểm trở thành Công ty đại chúng và Công ty niêm yết quy mô lớn
- Giám sát hoạt động quản lý của Ban Giám đốc nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đã đặt ra.

## **3. Định hướng hoạt động năm 2019.**

Vincom Retail sẽ tiếp tục là đơn vị dẫn dắt thị trường bán lẻ Việt Nam cả về quy mô và chất lượng sản phẩm, đồng thời đồng hành chặt chẽ với các đối tác trên con đường phát triển.

Về quy mô, Vincom Retail dự kiến mở mới 13 TTTM, nâng tổng số cơ sở kinh doanh trên toàn quốc lên con số 79, hiện diện tại 42 trên tổng số 63 tỉnh, thành phố; đưa vào hoạt động đài quan sát Landmark 81 Skyview cao nhất Việt Nam cùng các trải nghiệm công nghệ mới vào Quý 2 năm 2019. Năm 2019 cũng là năm tiền đề khởi động cho các dự án điểm nhấn Vincom Mega Mall với quy mô từ 60,000 – 100,000 m<sup>2</sup> tại các khu đại đô thị Vinhomes dự kiến sẽ ra mắt trong giai đoạn 2020 – 2021. Trong đó, các dự án như Vinhomes Ocean Park, Vinhomes Sportia đều là các tổ hợp dự án lớn hàng trăm hecta với những trải nghiệm mới về không gian mua sắm hiện đại và phong cách.

Về chất lượng dịch vụ, Vincom Retail chú trọng việc nâng cao trải nghiệm và đón đầu các ứng dụng công nghệ trong mua sắm và giải trí, hợp tác và đồng hành cùng các khách thuê, đặc biệt tập trung phát triển khách thuê chuỗi. Tại các TTTM ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, Vincom Retail sẽ tiếp tục tiên phong mang các thương hiệu quốc tế lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam, đồng thời giới thiệu các thương hiệu mới về các TTTM tại tỉnh, thành phố khác. Công tác thiết kế sẽ được chú trọng nhằm mang tới sự tiện lợi và những trải nghiệm mua sắm đẳng cấp cho khách hàng trong TTTM. Dự kiến ứng dụng điện thoại Vincom đầu tiên sẽ được ra mắt, nhằm cập nhật đầy đủ các thông tin chi tiết về ưu đãi, sự kiện và lễ hội tới khách hàng.

Chiến lược Marketing năm 2019 được xây dựng dựa trên nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng, cùng với sự phối hợp chặt chẽ với các thương hiệu trong TTTM, giúp đa dạng hóa hoạt động và địa phương hóa các trải nghiệm tại mỗi thị trường. Với mục tiêu 3.000 sự kiện trong năm 2019, hệ thống TTTM Vincom hứa hẹn sẽ trở thành điểm đến đầu tiên trong tâm trí khách hàng mỗi ngày và đặc biệt vào những dịp lễ hội lớn trong năm.

Tiếp tục nguyên tắc quản trị 5 Hóa: “Hạt nhân hóa – Chuẩn hóa – Đơn giản hóa – Tự động hóa – Chia sẻ hóa”, Vincom Retail hướng tới việc phát triển bộ máy lãnh đạo chất lượng cao và xây dựng đội ngũ nhân viên có kỹ năng vững, tay nghề cao trong mọi vị trí làm việc. Trong môi trường làm việc văn minh, kỷ luật, thách thức nhưng có nhiều cơ hội phát triển và thành công, mỗi cán bộ nhân viên sẽ là một hạt nhân lan tỏa giá trị thương hiệu Vincom. Có thể nói, Vincom Retail đã xây dựng và phát triển được cơ cấu tổ chức và bộ máy nhân sự để sẵn sàng bứt phá trong giai đoạn tới.

Kính trình ĐHĐCĐ xem xét.

Trân trọng cảm ơn.

*Nơi nhận:*

- Như trên;

- Lưu VP Công ty.

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ  
CHỦ TỊCH**

**THÁI THỊ THANH HẢI**

**Ghi chú:**

*Tài liệu này có thể được sửa đổi, bổ sung thích hợp và trình ĐHĐCĐ xem xét, quyết định tại Đại hội.*