

**BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC
VỀ TÌNH HÌNH KINH DOANH NĂM 2018 VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2019**

Kính gửi: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG CÔNG TY

Năm 2018 tiếp tục là một năm gặt hái nhiều thành công và mở ra nhiều cơ hội mới cho nền kinh tế Việt Nam, ngay cả giữa bối cảnh kinh tế thế giới chững lại do cạnh tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc gia tăng. Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê Việt Nam ("GSO"), tăng trưởng GDP năm 2018 đạt 7,08%, vượt mục tiêu 6,70% do Chính phủ đề ra và là mức tăng trưởng cao nhất kể từ năm 2008, nhờ sự cải thiện ở hầu hết các mảng kinh tế. Trong đó, ngành Dịch vụ là ngành có đóng góp cho tăng trưởng lớn nhất với tỷ trọng 40% nhờ sự tăng trưởng ấn tượng của hoạt động bán buôn, bán lẻ và du lịch.

Bán lẻ vẫn luôn là lĩnh vực có tiềm năng và dư địa tăng trưởng lớn. Tổng hợp của Forbes Việt Nam cho thấy doanh thu bán lẻ Việt Nam từ 1990 đến nay chưa có năm nào sụt giảm. Theo số liệu từ GSO, doanh thu bán lẻ năm 2018 đạt khoảng 3,3 triệu tỷ đồng, tương đương 142 tỷ đô la Mỹ, tăng 12,4% so với năm 2017. Các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam đã tận dụng cơ hội tăng độ phủ sóng trên toàn quốc và hàng loạt các thương hiệu thời trang quốc tế đã chọn Việt Nam làm điểm đến, đón đầu xu hướng tiêu dùng của tầng lớp trung lưu. H&M và Zara đã vào Việt Nam trong năm 2016 – 2017 (và vào các TTTM Vincom đầu tiên), tọa lạc ở các TTTM lớn, góp phần đa dạng hóa các lựa chọn chất lượng cho người tiêu dùng. Bất động sản bán lẻ nói chung và TTTM nói riêng là lĩnh vực hưởng lợi trực tiếp từ các xu thế này.

Trong bối cảnh đó, Công ty cổ phần Vincom Retail (sau đây gọi tắt là “**Công ty**” hoặc “**Vincom Retail**”) đã đạt được các kết quả khả quan trong hoạt động kinh doanh năm 2018, cụ thể như sau:

I. Kết quả hoạt động kinh doanh của Vincom Retail năm 2018 (Theo số liệu Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2018 đã được kiểm toán)

1. Doanh thu:

Tổng Doanh thu năm 2018 đạt 9.124 tỷ đồng, trong đó Doanh thu cho thuê bất động sản đầu tư và các dịch vụ liên quan đạt 5.506 tỷ đồng, Doanh thu chuyển nhượng bất động sản đạt 3.433 tỷ đồng và Doanh thu khác đạt 185 tỷ đồng. Doanh thu cho thuê bất động sản đầu tư và các dịch vụ liên quan tăng 1.051 tỷ đồng, tương đương 24% so với năm 2017, chủ yếu đến từ việc đưa vào vận hành 20 TTTM mới trong năm 2018 và vận hành ổn định các TTTM đã khai trương năm 2017. Do đó, Lãi hoạt động từ cho thuê bất động sản đầu tư và cung cấp các dịch vụ liên quan tăng 24% lên 3.829 tỷ đồng năm 2018. Doanh thu chuyển nhượng bất động sản năm 2018 chủ yếu đến từ việc bàn giao căn hộ condotel tại dự án Vinpearl Condotel Riverfront Đà Nẵng, căn hộ tại dự án Suối Hoa, Bắc Ninh và một số dự án shop-house như Vĩnh Long, Long An.

2. Lợi nhuận sau thuế:

Lợi nhuận sau thuế cả năm đạt 2.413 tỷ đồng, tăng 19% so với mức thực hiện năm 2017.

3. Thực hiện các nghĩa vụ nộp thuế:

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước tăng từ 211 tỷ đồng năm 2017 lên 276 tỷ đồng năm 2018. Trong năm 2018, Công ty đã nộp tổng số 1.275 tỷ đồng vào Ngân sách Nhà nước.

II. Kế hoạch kinh doanh năm 2019:

Trong năm 2019, Vincom Retail đặt mục tiêu tiếp tục giữ vững vị trí số một thị trường bất động sản bán lẻ hiện đại cả về số lượng, thị phần và chất lượng. Công ty dự kiến mở mới 13 TTTM, đạt quy mô 79 TTTM và tổng diện tích sàn bán lẻ đạt hơn 1,6 triệu m² trên toàn quốc, với dự án điểm nhấn là Vincom Center Trần Duy Hưng và đưa vào hoạt động đài quan sát Skyview cao nhất Việt Nam tại Vincom Center Landmark 81.

Về sản phẩm, Vincom Retail phát triển đồng bộ bốn mô hình khác biệt: Vincom Center, Vincom Mega Mall, Vincom Plaza và Vincom+, liên tục cải thiện sản phẩm để phù hợp với thị hiếu của khách hàng và thị trường. Các dự án TTTM đều được đặt giữa các khu đô thị, dịch vụ phức hợp: Vincom Center tọa lạc tại các vị trí đắc địa, Vincom Mega Mall nằm trong các đại đô thị, Vincom Plaza nằm trong tổ hợp khách sạn 5 sao hoặc căn hộ cao cấp, Vincom+ đi kèm khu nhà phố thương mại; từ đó dễ dàng trở thành điểm nhấn, biểu tượng mới về phong cách sống hiện đại tại địa phương mình hiện diện. Bên cạnh việc mở rộng tới các thị trường tỉnh qua mô hình Vincom Plaza và Vincom+, Vincom Retail sẽ tập trung phát triển hệ thống các TTTM Vincom Mega Mall và Vincom Center tại hai thành phố lớn là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Đây sẽ là các dự án chiến lược, tập hợp nhiều thương hiệu lớn trong nước và quốc tế, thương hiệu lần đầu có mặt tại Việt Nam và là nơi Vincom giới thiệu các xu hướng mua sắm thời thượng, các mô hình gian hàng mới độc đáo và không gian kiến trúc nổi bật.

Cũng trong năm 2019, Vincom Retail dự kiến sẽ chính thức ra mắt thị trường và chào thuê các dự án Vincom Mega Mall trọng điểm nằm trong các khu đại đô thị Vinhomes (dự kiến khai trương trong giai đoạn năm 2020 và năm 2021). Mỗi dự án đều có các lợi thế cạnh tranh khác biệt do nằm trong tổ hợp dự án lớn hàng trăm hecta, lượng khách hàng lớn được đảm bảo từ các tòa chung cư, biệt thự liền kề, shophouse, hệ thống trường học từ mẫu giáo đến trung học, kết nối với tổ hợp vui chơi giải trí như Vinpearl Land, Khu bảo tồn động vật Safari và dự án trường Đại học VinUni. Mô hình TTTM kết hợp cùng khu nhà phố thương mại tại các khu đại đô thị mới này sẽ tạo nên tổ hợp dịch vụ mua sắm tiện lợi quy mô lớn phục vụ cư dân mỗi dự án, trong đó TTTM với diện tích từ 60 – 100 nghìn m² sẽ là điểm nhấn chính, mang lại trải nghiệm mới về không gian mua sắm hiện đại kết hợp truyền thống, không gian của văn hóa kết hợp giải trí.

Nắm bắt được xu hướng TTTM không chỉ đơn thuần là nơi để mua sắm mà còn là nơi khách hàng trải nghiệm và kết nối, năm 2019, Vincom Retail sẽ tập trung nghiên cứu sâu về các nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng, từ đó sáng tạo và đưa các hoạt động, trải nghiệm phù hợp với thị hiếu và dẫn đầu xu hướng của thị trường vào không gian TTTM; tích hợp đầy đủ dịch vụ, tiện ích và kết nối chặt chẽ với cộng đồng xung quanh. Trong năm 2019, Vincom Retail cũng sẽ đồng hành chặt chẽ với các khách thuê thông qua công tác nghiên cứu thị trường, cập nhật xu hướng và chiến lược hợp tác trong hoạt động marketing. Định kỳ hàng quý, Công ty sẽ chia sẻ tới khách thuê các thông tin cập nhật nhất về thị trường bán lẻ và xu hướng người tiêu dùng. Về chiến lược Marketing, Vincom Retail tiếp tục tổ chức các hoạt động xuyên suốt, đa dạng, gắn với các ngày lễ lớn, các mùa lễ hội quan trọng trong năm như Tết Nguyên Đán, Quốc tế Thiếu Nhi, Trung Thu, Giáng Sinh hay các ngày kỷ niệm như 08 tháng 03, 20 tháng 10. Vincom Retail cũng sẽ tập trung khai thác các chương trình Marketing định kỳ kết hợp với gian hàng và triển khai chính sách miễn chi phí thuê mặt bằng tổ chức sự kiện dành cho khách thuê đối với các sự kiện phù hợp. Với chính sách này, Vincom Retail đặt mục tiêu tổ chức 3.000 sự kiện trên toàn hệ thống, biến hệ thống TTTM Vincom trở thành lựa chọn đầu tiên trong tâm trí của khách hàng trong các dịp lễ hội và cuối tuần.

Với mục tiêu phát triển mạnh mẽ, ổn định và bền vững, Ban Giám đốc Vincom Retail trình Đại hội đồng Cổ đông phê duyệt kế hoạch kinh doanh năm 2019 lập trên cơ sở chuẩn mực kế toán Việt Nam, như sau:

- Doanh thu thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh đạt khoảng 9.500 tỷ đồng.
- Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp đạt khoảng 2.700 tỷ đồng.

Kính trình ĐHĐCĐ xem xét.
Trân trọng cảm ơn.

Nơi nhận:

- Như trên;

- Lưu VP Công ty.

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL
TỔNG GIÁM ĐỐC

TRẦN MAI HOA

Ghi chú:

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