



Cuộc họp Công bố Kết quả Kinh doanh Quý 1/2025

Ngày 28 tháng 04 năm 2025



Điểm nhấn Quý 1/2025

KINH TẾ VĨ MÔ

Tăng trưởng GDP so với cùng kỳ năm trước

+6,9%

Mức tăng trưởng quý 1 cao nhất trong giai đoạn 2020 – 2025

Vốn FDI giải ngân

4,96 tỷ USD

Mức vốn FDI giải ngân quý 1 cao nhất trong 5 năm

Tăng trưởng doanh số bán lẻ hàng hóa & dịch vụ so với cùng kỳ năm trước

+9,9%

Lạm phát so với cùng kỳ năm trước

+3,22%

Dưới mục tiêu 4,5 - 5% của Quốc hội

KẾT QUẢ KINH DOANH

Doanh thu thuần hợp nhất

2.131 tỷ đồng

Đạt 22% so với kế hoạch năm 2025

Lợi nhuận sau thuế hợp nhất

1.177 tỷ đồng

Đạt 25% so với kế hoạch năm 2025

01 | Tổng quan tình hình kinh tế vĩ mô và thị trường

02 | Tổng quan tình hình hoạt động Quý 1/2025

03 | Tình hình tài chính

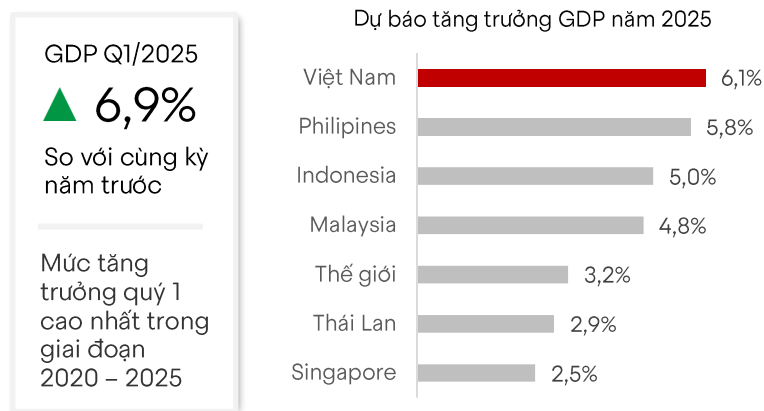
04 | Chiến lược trung và dài hạn

1. Tổng quan tình hình kinh tế vĩ mô và thị trường

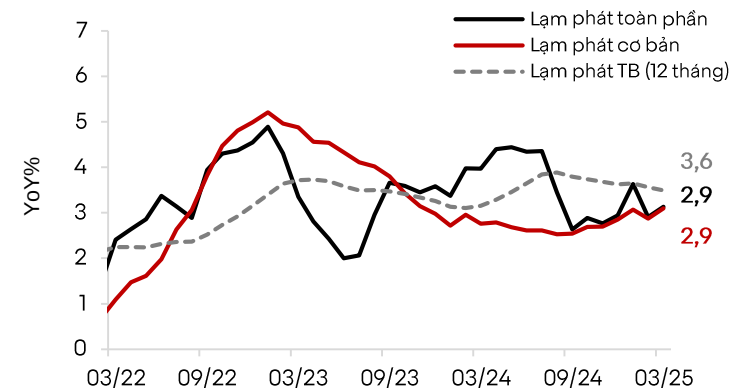


Kinh tế Việt Nam thể hiện đà tăng trưởng mạnh mẽ trong Quý 1/2025

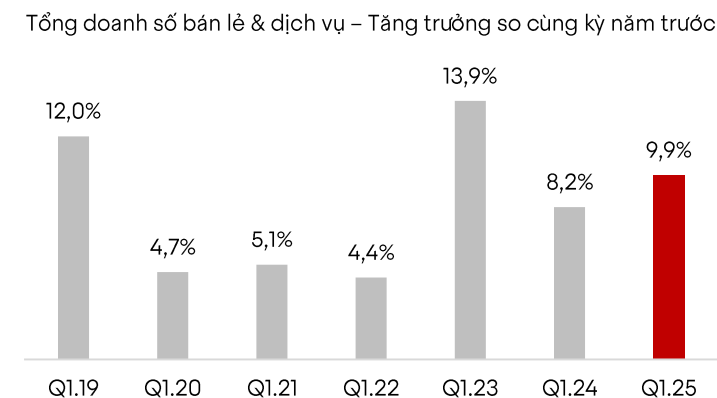
Tăng trưởng GDP mạnh mẽ nhờ tăng trưởng ở khu vực sản xuất, xây dựng và dịch vụ



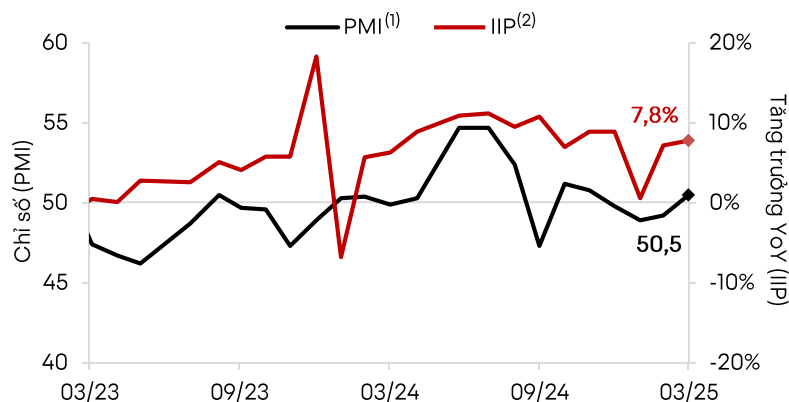
Lạm phát tiếp tục được kiểm soát, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô



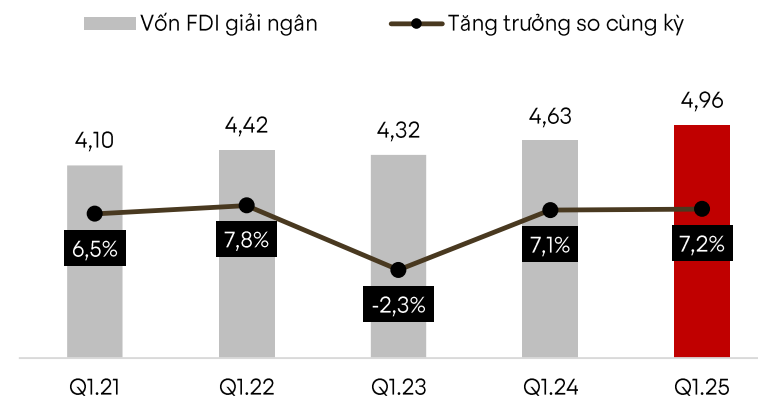
Tổng doanh số bán lẻ và dịch vụ phục hồi tích cực trong Quý 1/2025, với mức tăng trưởng đạt 9,9% so với cùng kỳ



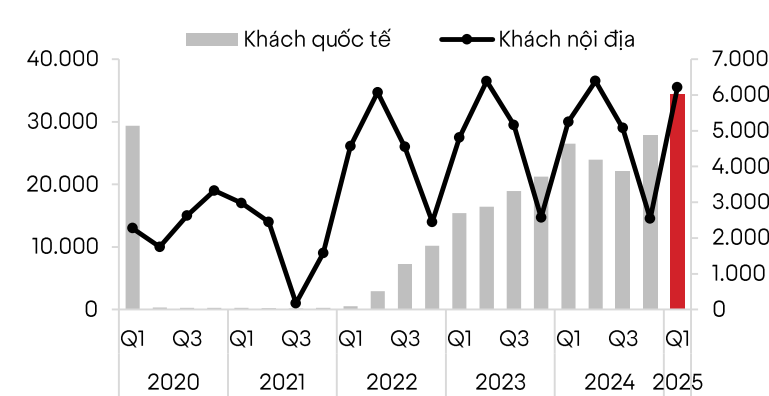
Nhu cầu cho hàng hóa tiếp tục cải thiện và sản lượng công nghiệp tăng mạnh, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế



Vốn FDI giải ngân trong Quý 1/2025 đạt mức cao nhất 5 năm, tạo tiền đề cho tăng trưởng về việc làm và thu nhập



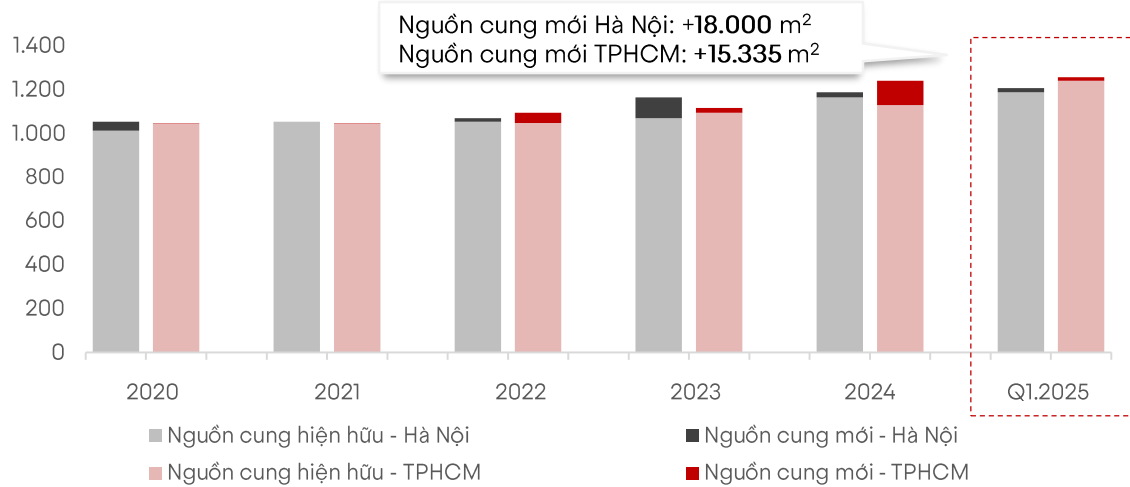
Du lịch phục hồi mạnh mẽ với sự gia tăng của cả khách quốc tế và nội địa, đóng góp tăng trưởng bán lẻ, dịch vụ



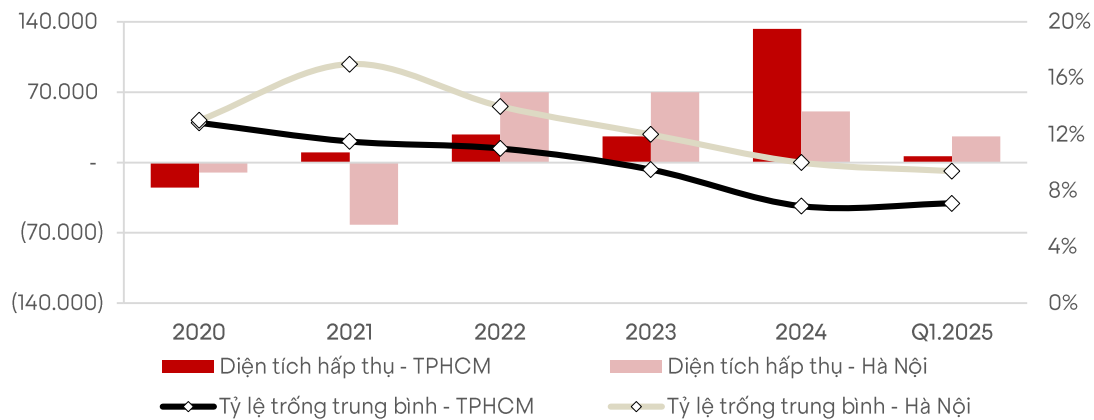
Thị trường bất động sản bán lẻ ghi nhận một số dự án mới và xu hướng dịch chuyển ngành hàng

Nguồn cung tăng nhẹ ghi nhận một số dự án mới tại Hà Nội và TPHCM trong Quý 1/2025

Đơn vị: nghìn m² NLA (Diện tích có thể cho thuê)

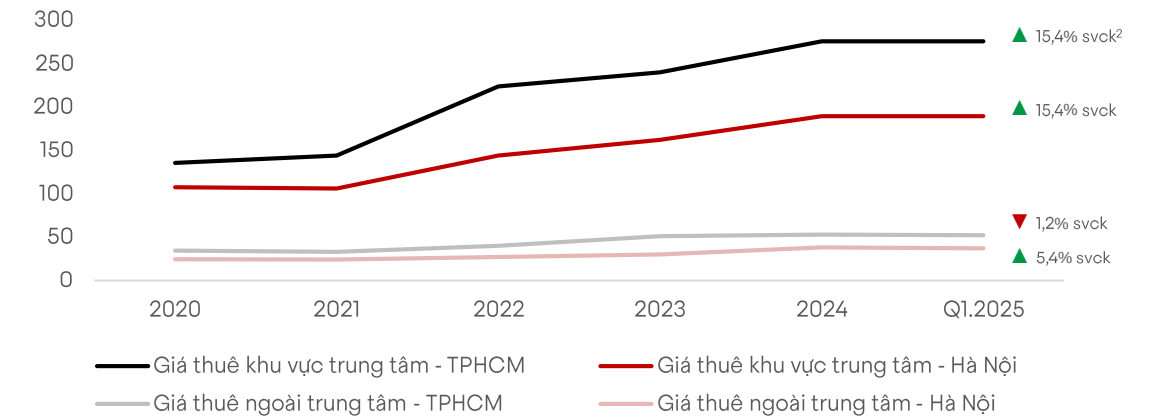


Hà Nội ghi nhận diện tích hấp thụ trong Quý 1/2025 tốt nhờ nhu cầu thuê tại các dự án mới, trong khi tỷ lệ trống vẫn ở mức thấp tại cả hai thành phố lớn



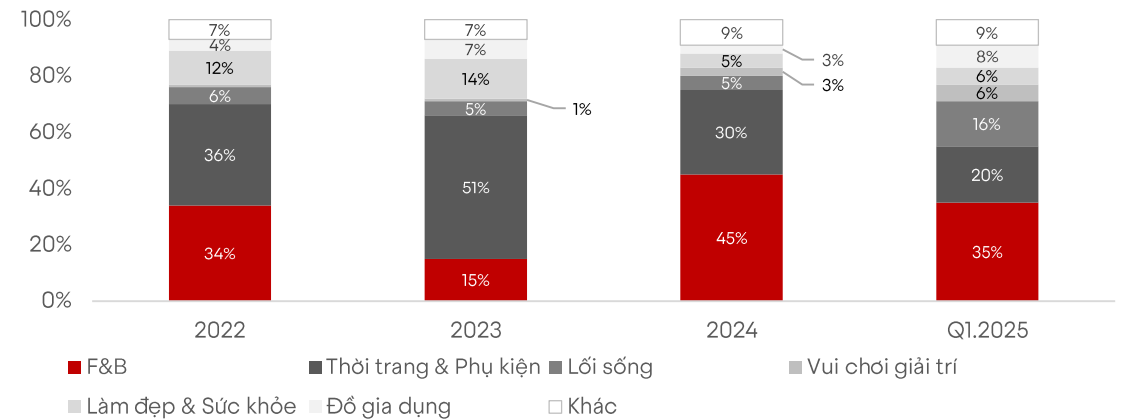
Giá thuê tăng trệt tại khu vực trung tâm thành phố Hà Nội và TPHCM tiếp tục tăng do nguồn cung hạn chế

Đơn vị: Đô/ m²/ tháng¹



Sự mở rộng của các thương hiệu về lối sống (lifestyle) và giải trí cho thấy xu hướng tiêu dùng ngày càng ưa chuộng mua sắm kết hợp trải nghiệm

% các giao dịch thuê mặt sàn bán lẻ lớn theo ngành hàng³



2. Tổng quan tình hình hoạt động Quý 1/2025



Tổng quan các chỉ số hoạt động và tài chính Quý 1/2025

Đơn vị: tỷ đồng	Quý 1/2024	Quý 1/2025	So sánh	Tỷ lệ lấp đầy ²	Quý 1/2024	Quý 4/2024	Quý 1/2025	Q1.25 sv. Q1.24 (đpt) ³	Q1.25 sv. Q4.24 (đpt) ³
Diện tích sàn bán lẻ - GFA ('000 m ²)	1.747	1.841	▲ 5,3%	Vincom Center	95,7%	95,9%	96,4%	▲ 0,7%	▲ 0,5%
Doanh thu cho thuê	1.928	2.026	▲ 5,1%	Vincom Mega Mall	86,5%	89,4%	90,0%	▲ 3,5%	▲ 0,5%
Tổng doanh thu	2.255	2.131	▼ 5,5%	Vincom Plaza	78,6%	81,6%	82,1%	▲ 3,5%	▲ 0,5%
Lợi nhuận thuần hoạt động cho thuê ¹ (% / Doanh thu)	1.406 (72.1%)	1.509 (73,2%)	▲ 7,3%	Vincom+	68,1%	71,2%	77,7%	▲ 9,6%	▲ 6,5%
Lợi nhuận sau thuế (% / Doanh thu)	1.083 (48.0%)	1.177 (55,2%)	▲ 8,8%	Toàn hệ thống	82,8%	85,4%	86,1%	▲ 3,3%	▲ 0,7%

Nguồn: Báo cáo quản trị và Báo cáo tài chính hợp nhất Quý 1/2025

(1) Lợi nhuận thuần hoạt động cho thuê (NOI) từ hoạt động cho thuê (Net Operating Income - NOI) được tính bằng cách lấy tổng doanh thu từ hoạt động cho thuê và các dịch vụ liên quan đến BĐS trừ đi chi phí hoạt động liên quan đến BĐS bao gồm chi phí tiền thuê đất nhưng không bao gồm chi phí quản lý chung.

(2) Tỷ lệ lấp đầy trung bình đã bao gồm thu chào thuê đã ký, khách đã đặt cọc tại 31/03/2025, không bao gồm 01 TTTM đang tạm dừng cho thuê để cải tạo lớn.

(3) Điểm phần trăm

Củng cố vị thế là lựa chọn hàng đầu của các thương hiệu quốc tế nổi tiếng cùng các trải nghiệm độc đáo

Các thương hiệu nổi tiếng tiếp tục chọn TTTM Vincom để ra mắt tại thị trường Việt Nam



Các thương hiệu nổi tiếng tiếp tục mở rộng quy mô trên hệ thống TTTM Vincom trong năm 2025



Các trải nghiệm mới liên tục được ra mắt tại hệ thống TTTM Vincom, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại và giúp thu hút lượng khách hàng lớn đổ tới Vincom

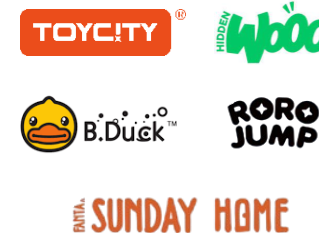
Vườn Thú Chú Voi Con – Vincom Mega Mall Royal City



Lễ hội “Art Toy” – Khởi động trong dịp lễ 30/4 - 1/5



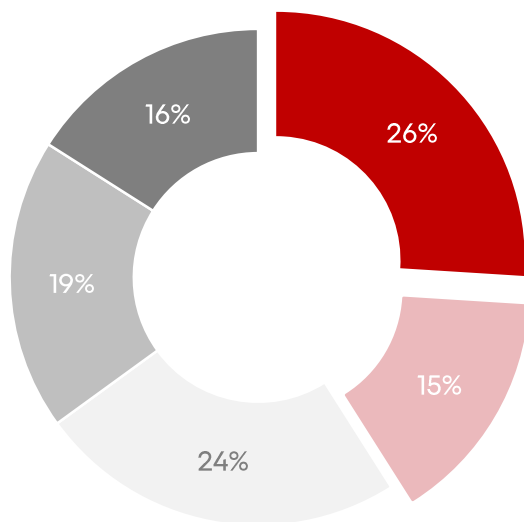
Thương hiệu đồ chơi



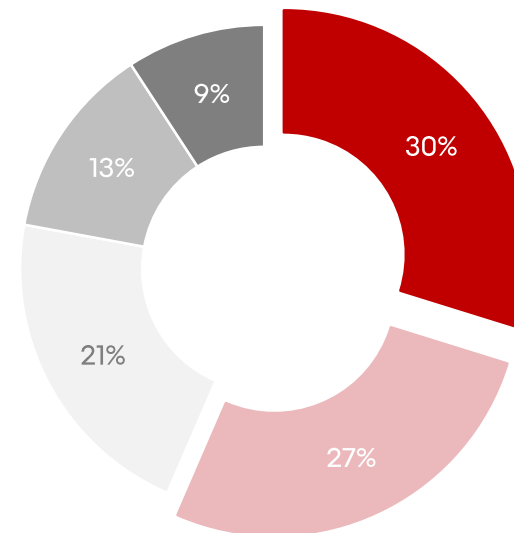
Tiếp tục nâng cấp ngành hàng phù hợp với thói quen tiêu dùng mới và nâng tầm trải nghiệm

Cơ cấu ngành hàng tại các TTTM mới cho thấy **sự dịch chuyển theo hướng ưu tiên các ngành hàng phong cách sống (lifestyle)**, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại – từ mua sắm đơn thuần sang trải nghiệm tổ hợp mua sắm, ẩm thực và giải trí.

Cơ cấu ngành hàng – 83 TTTM trước năm 2024
(% trên tổng diện tích có thể cho thuê)



Cơ cấu ngành hàng – 5 TTTM mở mới trong năm 2024
(% trên tổng diện tích có thể cho thuê)



Ngành hàng ẩm thực và Vui chơi giải trí

- 83 TTTM trước 2024: ~40%
- 5 TTTM mở mới 2024: ~60%

■ Vui chơi giải trí ■ Ẩm thực ■ Mua sắm⁽¹⁾ ■ Siêu thị tiêu dùng ■ Dịch vụ

Trong tương lai, các TTTM mới của Vincom Retail hướng tới mô hình điểm đến trải nghiệm, tập trung vào trải nghiệm khách hàng và gia tăng lưu lượng khách

Lượng khách tới TTTM tăng trưởng tốt, cho thấy xu hướng sức mua hồi phục trong Quý 1/2025

~49 triệu

Số lượng khách tới hệ thống TTTM Vincom Quý 1/2025

+14,4%

Tăng trưởng số lượng khách so với cùng kỳ năm trước

~4,5 triệu

Lượt khách trong đợt chiến dịch Tết (28 – 31/01)

Vincom Retail bước vào năm 2025 với **chiến dịch marketing Tết** trên toàn quốc, biến toàn bộ 88 TTTM thành các điểm đến văn hóa lễ hội. Chiến dịch nổi bật với các đặc sản vùng miền được tuyển chọn, loạt ưu đãi độc quyền và không gian trang trí đậm chất trải nghiệm.



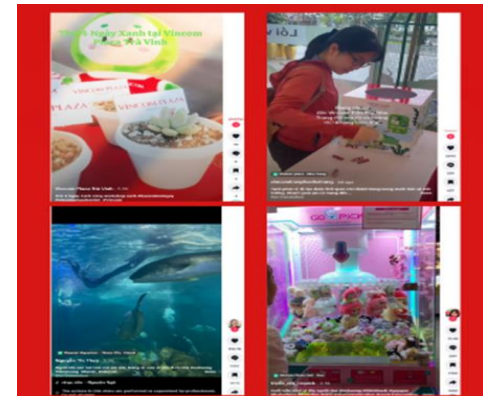
Chiến dịch marketing Ngày lễ tình nhân (Valentine's Day) của Vincom Retail đã làm tăng thêm không khí lễ hội cho các TTTM với các trang trí và khu vực check-in. Điểm nhấn là lễ hội âm nhạc ngoài trời quy mô lớn với sự tham gia của nhiều nghệ sĩ nổi tiếng, thu hút lượng lớn khách tham quan và khẳng định Vincom là điểm đến hàng đầu cho các trải nghiệm lễ hội.



Trong tháng 3, Vincom Retail đã tổ chức một **chiến dịch sôi động nhân Ngày Quốc tế Phụ nữ 8/3**, bao gồm trình diễn thời trang trẻ em, các buổi workshop theo chủ đề và hội chợ mua sắm đặc biệt, thu hút đông đảo khách hàng tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.



Trong Quý 1/2025, chiến dịch marketing số thông qua chương trình **truyền thông sáng tạo (V-Creator)** đã mang lại hiệu quả vượt mong đợi. Với **7.879 clip** được đăng tải, thu hút hơn 125 triệu lượt xem, trong đó có 10 clip vượt mốc 1 triệu view, khẳng định sức hút và hiệu quả của chiến lược nội dung số từ hệ thống TTTM Vincom trên toàn quốc.



Đẩy mạnh các sáng kiến Xanh tại hệ thống TTTM

Thúc đẩy Lối sống Xanh thông qua các trải nghiệm bán lẻ tại hệ thống TTTM

Trong Quý 1/2025, Vincom Retail đã mở rộng **hoạt động phát triển bền vững** thông qua chiến dịch "Thứ Tư Xanh" hợp tác với Quỹ Vì Một Tương Lai Xanh

- **Miễn phí đỗ xe điện** tại một số TTTM trong thời gian diễn ra chiến dịch
- **Hơn 500 hội thảo Xanh** và các hoạt động phát triển bền vững khác
- **Các sáng kiến Xanh hợp tác với các khách thuê:** Muji, Starbucks, KOI Thố,...



Xanh hóa hoạt động thông qua các giải pháp năng lượng và các biện pháp nâng cao hiệu quả vận hành

56/88 TTTM

Lắp đặt pin mặt trời

10.000 tấn CO₂

Ước tính giảm thải trong năm 2024

+3 TTTM

Lắp đặt pin mặt trời năm 2025

15,5 triệu kWh

Sản lượng năng lượng mặt trời năm 2024

Các sáng kiến khác bao gồm việc nâng cao hiệu suất hệ thống làm lạnh, phân loại rác thải và tái chế, ...



Cập nhật về các dự án TTTM khai trương trong năm 2025

Vincom Mega Mall Ocean City



Tổng quan	TTTM Vincom Mega Mall, mô hình “one-stop shoppertainment destination”
Vị trí	Vinhomes Ocean City, Hưng Yên
Thời điểm khai trương dự kiến	Tháng 7/2025
GFA ¹	53.200 m ²
Điểm nhấn	Nhà hát 4.100 chỗ ngồi, tổ hợp spa Aquafield số 1 Hàn Quốc, bách hóa tổng hợp và siêu thị AEON và thương hiệu quốc tế lần đầu có mặt tại Việt Nam...)

Vincom Mega Mall Vũ Yên



Tổng quan	TTTM Vincom Mega Mall, mô hình “one-stop shoppertainment destination”
Vị trí	Vinhomes Royal Islands, Hải Phòng
Thời điểm khai trương dự kiến	Quý 3/2025
GFA ¹	47.600 m ²
Điểm nhấn	Tâm điểm phong cách sống, giải trí hàng đầu của Hải Phòng khi hội tụ loạt thương hiệu đẳng cấp từ mua sắm, ẩm thực đến vui chơi giải trí

Vincom Plaza Vinh



Tổng quan	TTTM Vincom đầu tiên của tỉnh Nghệ An, đem tới trải nghiệm mua sắm, ẩm thực và giải trí tới cộng đồng địa phương
Vị trí	Nghệ An
Thời điểm khai trương dự kiến	Quý 4/2025
GFA ¹	19.000 m ²

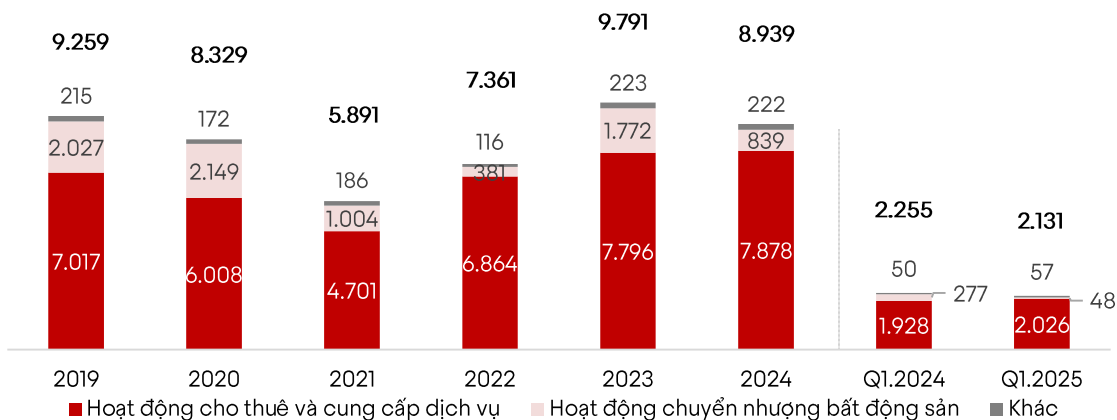
Ghi chú: Hình ảnh mang tính minh họa. 1. GFA: Gross Floor Area (Diện tích sàn bán lẻ), làm tròn tới hàng trăm.

4. Tình hình tài chính



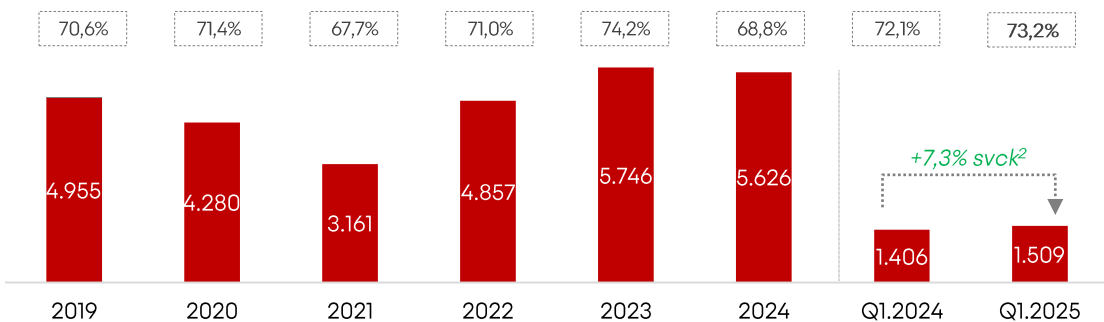
Doanh thu cho thuê tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng so với cùng kỳ nhờ tỷ lệ lấp đầy cải thiện trên toàn hệ thống trung tâm thương mại

Doanh thu
Tỷ đồng



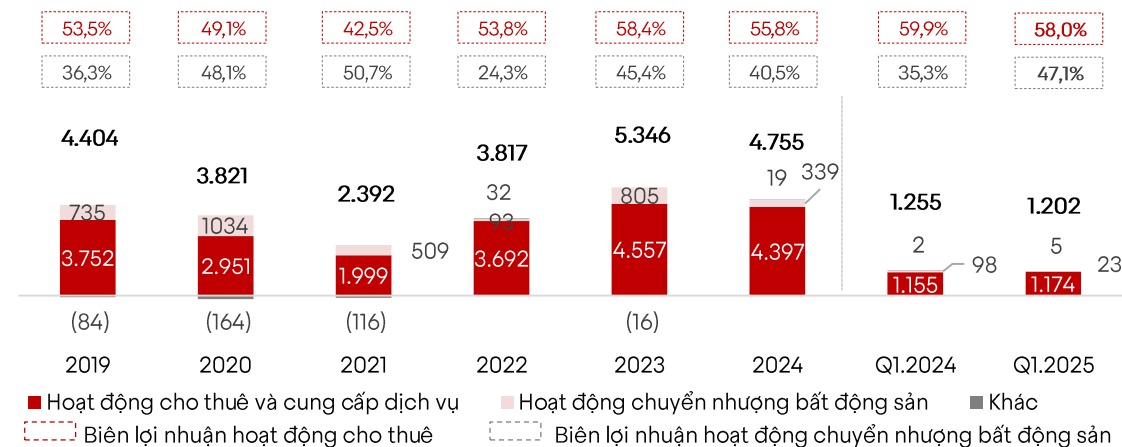
Lợi nhuận thuần hoạt động cho thuê (NOI)¹

Tỷ đồng
Biên lợi nhuận thuần hoạt động cho thuê (%)



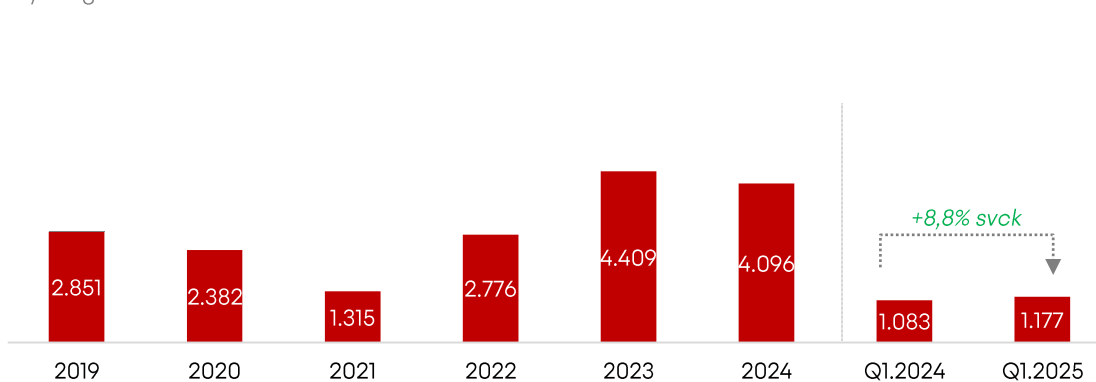
Lợi nhuận gộp

Tỷ đồng
Biên lợi nhuận gộp (%)



Lợi nhuận sau thuế và lợi ích cổ đông thiểu số

Tỷ đồng



Ghi chú: Căn cứ vào Báo cáo tài chính hợp nhất theo VAS cho các năm tương ứng và Báo cáo tài chính hợp nhất theo VAS cho Quý 1/2025

(1) Lợi nhuận thuần từ hoạt động cho thuê (Net Operating Income – NOI)¹ cho thuê bất động sản đầu tư và cung cấp các dịch vụ liên quan được tính bằng cách lấy tổng thu nhập từ hoạt động cho thuê và từ các dịch vụ liên quan đến bất động sản khác trừ đi chi phí hoạt động liên quan đến tài sản bao gồm chi phí thuê đất nhưng không bao gồm chi phí quản lý chung.

(2) So với cùng kỳ năm trước

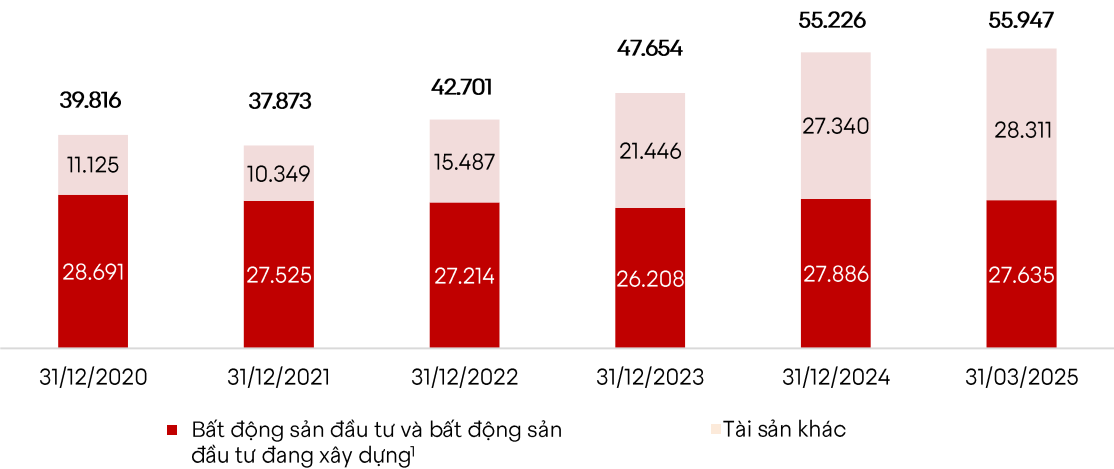
Doanh thu cho thuê tiếp tục tăng trưởng, trong khi tổng doanh thu ghi nhận điều chỉnh giảm do hoạt động bàn giao bất động sản quỹ căn shophouse tại các dự án hiện hữu gần hoàn tất

Tỷ đồng	Quý 1/2024	Quý 1/2025	So sánh		Ghi chú
Doanh thu cho thuê và cung cấp dịch vụ liên quan	1.928	2.026	▲	5,1%	
Doanh thu chuyển nhượng bất động sản	277	48	▼	82,6%	Công ty đã bàn giao hầu hết shophouse tại các dự án hiện hữu trong các quý trước. Trong quý 1/2025, VRE chỉ bàn giao 9 căn shophouse so với hơn 45 căn được bàn giao trong quý 1/2024.
Doanh thu khác	50	57	▲	13,6%	
Tổng doanh thu	2.255	2.131	▼	5,5%	
Lợi nhuận gộp ¹	1.255	1.202	▼	4,2%	Chủ yếu giảm tương ứng với việc đã hoàn tất phần lớn quỹ căn shophouse để bán
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	1.343	1.412	▲	5,2%	
Lợi nhuận trước thuế	1.367	1.476	▲	7,9%	
Lợi nhuận sau thuế	1.083	1.177	▲	8,8%	
Lợi nhuận sau thuế và lợi ích cổ đông thiểu số	1.083	1.177	▲	8,8%	

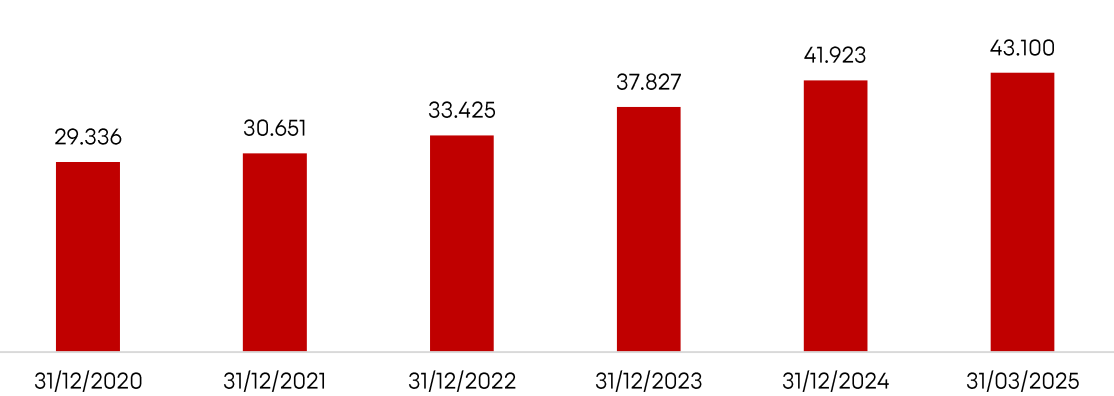
Ghi chú: Báo cáo tài chính hợp nhất Quý 1/2025 theo chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS)
(1) Lợi nhuận gộp đã trừ chi phí khấu hao liên quan đến bất động sản đầu tư được hạch toán theo VAS

Bảng cân đối kế toán

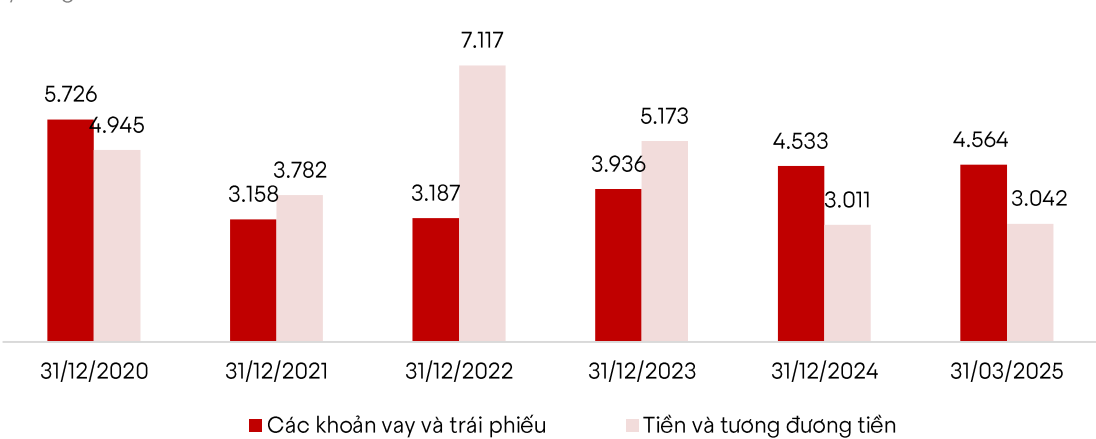
Tổng tài sản¹
Tỷ đồng



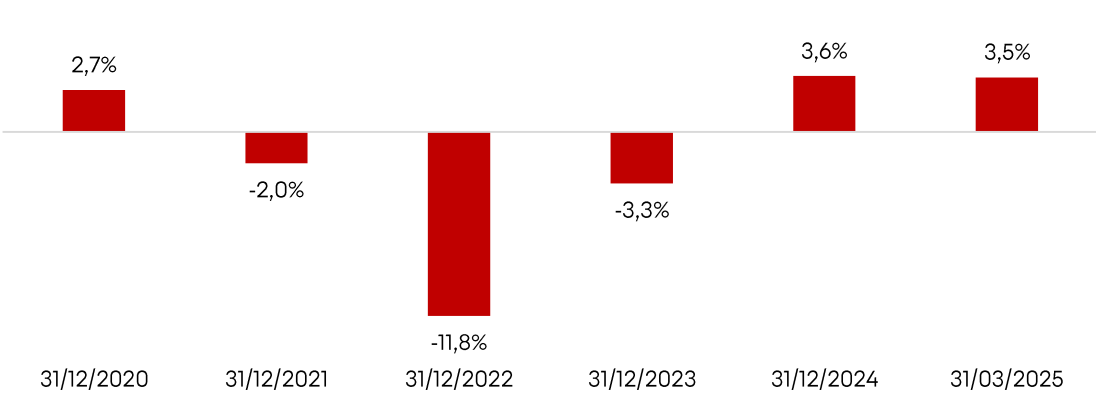
Vốn chủ sở hữu
Tỷ đồng



Tổng các khoản vay, tiền và tương đương tiền
Tỷ đồng



Nợ ròng / Vốn chủ sở hữu²
%



Ghi chú: Căn cứ vào BCTC hợp nhất của VAS cho các năm tương ứng và BCTC hợp nhất của VAS cho Quý 1/2025. Số liệu được làm tròn đến hàng tỷ đồng
(1) BĐS đầu tư và BĐS đầu tư đang xây dựng được đánh giá theo giá trị chi phí phát triển trừ đi khấu hao và phân bổ và không phải là giá trị hợp lý
(2) Nợ ròng = (Vay ngắn hạn + Vay dài hạn) - (Tiền & các khoản tương đương tiền + Đầu tư ngắn hạn)

3. Chiến lược trung và dài hạn



Trọng tâm 2025: Mở rộng quy mô & Tối ưu hiệu quả khai thác TTTM

88 TTTM hiện hữu

- ✓ Nâng cấp định vị
- ✓ Tối ưu hiệu quả khai thác

1

Cải thiện tỷ lệ lấp đầy toàn hệ thống

- Tối ưu diện tích hiện hữu thông qua cơ cấu ngành hàng được tuyển chọn, tạo trải nghiệm mua sắm sôi động và hấp dẫn
- Đẩy nhanh mở rộng mạng lưới khách thuê: bao gồm cả thương hiệu quốc tế và thương hiệu Việt Nam

2

Giới thiệu các thương hiệu và xu hướng trải nghiệm mới

- Giới thiệu các thương hiệu đang được ưa chuộng tại khu vực và châu Á
- Tiếp tục đưa các thương hiệu quốc tế mới vào thị trường Việt Nam

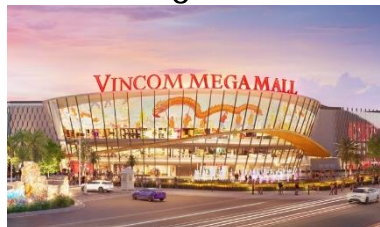
3

Nâng cấp, cải tạo các TTTM hiện hữu, xây dựng cơ cấu ngành hàng phù hợp

- Nâng cấp mặt ngoài, nội thất TTTM trọng điểm tại Hà Nội và TPHCM như Vincom Center Bà Triệu, Đồng Khởi, Vincom Mega Mall Royal City, Times City
- Tái cơ cấu ngành hàng, phù hợp với xu hướng tiêu dùng đang thay đổi

03 TTTM mở mới

Vincom Mega Mall Ocean City



- Vị trí: Hưng Yên
- Dự kiến khai trương: Tháng 7/2025
- GFA¹: 53.200 m²

Vincom Mega Mall Vũ Yên



- Vị trí: Hải Phòng
- Dự kiến khai trương: Quý 3/2025
- GFA¹: 44.500 m²

Vincom Plaza Vinh



- Vị trí: Quảng Trị
- Dự kiến khai trương: Quý 4/2025
- GFA¹: 19.200 m²

02 dự án shophouse để bán mới

- ✓ Bổ sung quỹ căn thương mại dịch vụ để bán
- ✓ Gia tăng giá trị bất động sản để bán qua xây dựng triển khai mô hình khu phố thương mại

Vinhomes Royal Island



- Vị trí: Hải Phòng
- NSA²: 85.600 m²
- Số lượng: ~1.000 căn
- Tổng mức đầu tư: 4,8 nghìn tỷ đồng

Vinhomes Golden Avenue



- Vị trí: Quảng Ninh
- NSA²: 24.200 m²
- Số lượng: ~280 căn
- Tổng mức đầu tư: 1,3 nghìn tỷ đồng

Tiến độ dự kiến

- Ra mắt và mở bán: 2H2025
- Bắt đầu bàn giao: 2026

Tăng trưởng trung và dài hạn nhờ tiếp tục mở rộng quy mô hệ thống TTTM, tăng hiệu quả khai thác các TTTM hiện hữu và mở rộng quỹ căn thương mại dịch vụ kết hợp triển khai các khu phố thương mại theo chủ đề



Tối ưu hiệu quả khai thác
88 TTTM hiện hữu
1,84 triệu m² GFA bán lẻ

Mở mới
Đặt cọc để phát triển
~800.000 m² GFA¹

Shophouse để bán &
Và nguồn thu nhập khác

- Mở rộng mạng lưới đối tác và hỗ trợ khách thuê để luôn là điểm đến của các thương hiệu quốc tế khi gia nhập thị trường Việt Nam và các thương hiệu nội địa tiềm năng
- Tối ưu hóa diện tích thuê tại các TTTM thông qua việc tái cơ cấu ngành hàng, nâng cao tỷ lệ lấp đầy và tạo không gian mua sắm sôi động.
- Hợp tác với Vingroup/Vinhomes để tiếp cận quỹ đất của các đại dự án mang tính điểm đến, mở rộng và phát triển các trung tâm thương mại trong các khu đô thị tích hợp trong các khu vực đông dân cư và điểm đến theo chủ đề.
- Bổ sung quỹ căn shophouse để bán, và tận dụng chuyên môn để xây dựng cơ cấu ngành hàng, phát triển mô hình khu phố thương mại theo chủ đề, và cho thuê shophouse để gia tăng giá trị cho BĐS.



Bộ phận Quan hệ cổ đông

Công ty Cổ phần Vincom Retail

Tòa nhà văn phòng Symphony, phố Chu Huy
Mân, Khu đô thị Vinhomes Riverside, phường
Phúc Lợi, Quận Long Biên, Hà Nội, Việt Nam
Điện thoại: +84 (24) 3975 6699 ext. 5445
Website: <https://ir.vincom.com.vn/en/>
E-mail: ir@vincom.com.vn