



CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH
ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2025

Ngày 21 tháng 4 năm 2025

BÁO CÁO HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

A. ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY

1. Đánh giá của Hội Đồng Quản Trị về các mặt hoạt động của Công ty

Năm 2024, trong bối cảnh khó khăn, thách thức nhiều hơn cơ hội và thuận lợi, tình hình diễn biến lại bất thường, phức tạp vượt mọi dự báo trước đó.

Trong tình hình chung này, năm vừa qua Công ty chúng ta đã cố gắng để giữ vững ổn định mọi mặt sản xuất, tăng cường kinh doanh nhưng vẫn không đạt mục tiêu kế hoạch do Đại hội đồng cổ đông đề ra.

Hội Đồng Quản Trị (HĐQT) nhận thấy Ban Điều hành (BDH) đã xây dựng các phương án sản xuất vừa giữ vững thị trường, khách hàng vừa tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức và tăng năng suất, phát triển mặt hàng để chiếm lĩnh thị trường cũng như tìm kiếm khách hàng mới.

Những thuận lợi chung

- Tình hình tài chính Công ty luôn ổn định và đủ tiềm lực cung ứng kịp thời cho việc vận hành sản xuất kinh doanh.
- Công ty chú trọng việc vừa ổn định sản xuất vừa nghiên cứu phát triển sản phẩm mới để đón đầu xu hướng kinh doanh và tiêu dùng của xã hội.
- Cơ cấu tổ chức của công ty từng bước được xây dựng hoàn thiện hợp lý hơn, phát huy được tiềm năng của lực lượng lao động tại chỗ và lao động tuyển mới.

Những khó khăn chung

- Lực lượng công nhân tay nghề cao ngày càng mỏng do tuổi tác và tác động của sự dịch chuyển lao động giới về các địa phương khác. Việc đào tạo tại chỗ lực lượng công nhân giới kế thừa chưa được chú trọng.
- Sau đại dịch khá lâu nhưng sự phục hồi nhu cầu giải trí của các tầng lớp nhân dân chậm lại do khả năng tài chính của người tiêu dùng sụt giảm dẫn đến thị trường truyền thống trước đây bị thu hẹp, vì vậy việc vừa lấy lại thị trường vừa phát triển khách hàng trở thành một thách thức mới.
- Thu nhập của người lao động tuy có tăng nhưng chưa đáp ứng đủ để bù đắp chi phí sinh hoạt ngày càng tăng cao.



2. Đánh giá của HĐQT về hoạt động của Ban Điều hành Công ty

Năm 2024, BĐH đã nhanh chóng nắm bắt tình hình mới, khả năng hoạt động trong việc vừa ổn định sản xuất vừa tăng sản lượng và phát triển thị trường mới với sản phẩm và khách hàng mới. Tuy nhiên Công ty chúng ta vẫn không hoàn thành kế hoạch năm.

Chỉ tiêu đánh giá hoàn thành kế hoạch	Kế hoạch 2024	Thực hiện 2024	So sánh
Lợi nhuận trước thuế	8.750.000.000	5.323.337.691	61%
Lợi nhuận sau thuế	7.000.000.000	3.164.682.460	45%
Chia cổ tức	10%	6%	60%

Một số thành quả được ghi nhận như sau:

- Ổn định sản xuất, tăng cường công tác tiếp thị và gia tăng chăm sóc khách hàng tạo đà tăng trưởng doanh thu cho các sản phẩm chủ yếu và sản phẩm mới của công ty.
- Tận dụng tối đa các nguồn lực để đảm bảo giá thành và định mức lợi nhuận trong hoàn cảnh biến động của các giá trị đầu vào và thực tế khó khăn của năm.
- Trong năm không có biến động nhân sự lớn, lực lượng lao động yên tâm sản xuất kinh doanh và đóng góp nhiều sáng kiến tốt cho việc vận hành doanh nghiệp.

B. KẾ HOẠCH NĂM 2025

Xác định vị thế công ty 2025

- Sản phẩm ngành nhựa của công ty là bao bì nhựa tự hủy, bao bì chuyên dùng và sản phẩm nhựa mềm đa năng rất phù hợp nhu cầu thị trường và thân thiện với môi trường. Công ty Nhựa Ấu Lạc đã xây dựng được đội ngũ kỹ thuật đã chế tạo thành công một số máy chuyên dùng ngành nhựa dùng để sản xuất nội nghiệp đồng thời cung ứng cho khách hàng bên ngoài.
- Công ty con Alta Media đã thành công khi xây dựng một số dòng sản phẩm mới như hệ thống đèn LED quảng cáo đi kèm với nội dung sáng tạo và tương thích, hiện đứng thứ hai về cho thuê LED có nội dung tích hợp tại Tp. HCM.
- Alta Media cũng là công ty đứng trong top đầu các doanh nghiệp cung cấp phần mềm tương tác và công nghệ mô phỏng chuyển động không gian thực... Tạo đột phá với chuyển đổi kỹ thuật số (Digital Transformation), sử dụng công nghệ để tạo ra sự trải nghiệm khách hàng tốt hơn. Góp phần cải tiến sản phẩm và dịch vụ nhằm giúp khách hàng tăng hiệu quả kinh doanh. Bên cạnh đó Alta Media cũng nghiên cứu và phát triển hệ thống mạng lưới thiết bị kết nối internet (IoT) nhằm nâng cao giá trị sản phẩm đa dạng.

- Nhóm công ty truyền thông và phần mềm đã trở thành nhà cung cấp uy tín và chuyên nghiệp cho hệ thống thông tin viễn thông, công nghệ lập trình điện tử và cung cấp giải pháp hữu ích cho thị trường số hóa.
- Sản phẩm ngành in của công ty liên kết In Ấu Lạc là sản phẩm in bao bì ngành dược và sản phẩm bao bì cao cấp bảo đảm chất lượng tốt và đồng đều ngay cả lô hàng số lượng lớn và đặc biệt là đã khẳng định được đẳng cấp và thế đứng vững vàng trong thị trường đầy cạnh tranh của ngành in.
- Nguồn bất động sản Công ty sở hữu đang chờ các dự án kích hoạt và kế hoạch triển khai đúng thời cơ và hiệu quả.

a. Những điểm mạnh

Ngành sản xuất

- Sản phẩm bao bì nhựa sẽ có nhiều đơn hàng hơn do chiến lược tập trung phát triển khách hàng mới năm 2024 đã bắt đầu phát huy hiệu quả.
- Đội ngũ kỹ thuật vững mạnh với việc tự sản xuất và cải tiến kỹ thuật công nghệ nhựa đã tạo tiền đề cho ngành nghề này của công ty phát triển.
- Sản phẩm bao bì in ấn đặc chủng ngành dược của Công ty In Ấu Lạc xây dựng đạt chuẩn phù hợp GMP.

Ngành công nghệ thông tin

- Sau hơn 17 năm hoạt động, Alta Media đã có một danh mục thiết bị phong phú và hiện đại cùng với kinh nghiệm lắp đặt và vận hành bảo đảm thời gian và kỹ thuật.
- Khả năng và kinh nghiệm cung cấp trọn gói kỹ thuật, giải pháp và nội dung công nghệ cho các tập đoàn kinh doanh lớn.
- Sự hỗ trợ và phối hợp của công ty phần mềm trong việc xây dựng các phần mềm quản trị thông minh sẽ giúp cho các đơn vị sản xuất giải được bài toán ERP trong điều hành và sản xuất kinh doanh đồng thời cũng là đơn hàng tốt cho mảng công nghệ phần mềm.

b. Những điểm yếu

Ngành sản xuất

- Công tác đào tạo chưa được chú trọng nên chưa xây dựng được đội ngũ kế thừa vừa chuyên nghiệp vừa sẵn sàng.
- Công nghệ màng nhựa mềm khá đơn giản dẫn đến việc tạo sản phẩm riêng gặp khó khăn do đa số mẫu mã đều phụ thuộc khách hàng.
- Quy trình sản xuất mang tính liên tục và nhanh chóng nên dễ bị bỏ sót lỗi nếu không kiểm tra tốt

Ngành công nghệ thông tin

- Sự phụ thuộc vào việc cần có vốn lưu động lớn và cần đáp ứng ngay khi có nhu cầu đơn hàng gấp khiến việc xoay chuyển khá khó khăn.
- Vòng đời công nghệ ngắn nên phải nhanh chóng tìm kiếm thêm khách hàng cùng nhu cầu để đưa thiết bị vào được nhiều vòng hoạt động để tối ưu hóa việc giảm chi phí và tăng lợi nhuận.
- Việc xây dựng nội dung cho quảng bá sản phẩm rất đa dạng nhưng phải thích ứng nhu

cầu riêng biệt của từng khách hàng tạo nên một bài toán khó cho nhân viên thiết kế.

c. Cơ hội

Ngành sản xuất

- Tập trung đẩy mạnh tiêu thụ vào các kênh tập đoàn bán lẻ mới sẽ trở thành một trong những kênh tiêu thụ thêm vào của sản phẩm Alta.
- Công ty Nhựa Âu Lạc đã được Bộ Tài nguyên Môi trường cấp 2 Quyết định chứng nhận Nhân sinh thái Việt Nam cho sản phẩm túi thân thiện môi trường.
- Công ty cũng hiện đang sản xuất hàng loạt các nhãn hàng bao bì mang thương hiệu của các tập đoàn thương mại lớn...
- Năm 2026 một số loại bao bì sẽ không được sử dụng vì lý do bảo vệ môi trường. Việc xây dựng qui trình sản xuất sản phẩm nhựa phân hủy sinh học từ những năm trước sẽ tạo cơ hội mở thị trường thay thế nhanh chóng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng xanh.

Ngành công nghệ thông tin

- Hành vi của người tiêu dùng đang thay đổi trước sự nổi lên của các tầng lớp trung lưu châu Á hướng tới sử dụng các sản phẩm và dịch vụ có giá trị cao từ nền kinh tế số. Đồng thời, người tiêu dùng cũng ngày càng thích nghi hơn với nền kinh tế số, điều này làm tăng sức ảnh hưởng của các nhóm, những người nổi tiếng/có ảnh hưởng trong nền kinh tế số - đối với hành vi của nhà cung cấp và của người tiêu dùng.
- Công nghệ số mới nổi: Các công nghệ số mới nổi như blockchain (chuỗi khối), trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn và Internet vạn vật (IoT) có thể tạo bước nhảy vọt trong việc nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghiệp, đơn giản hóa chuỗi cung ứng và logistics và giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn.
- Nhu cầu cao hơn về an ninh mạng và bảo mật cá nhân: Số lượng doanh nghiệp và người tiêu dùng tham gia vào nền kinh tế số gia tăng dẫn đến nhu cầu cao hơn về an ninh mạng và bảo mật cá nhân, đặc biệt là khi những lĩnh vực trọng yếu như hệ thống tài chính và chính phủ ngày càng được số hóa.
- Thị trường sự kiện phục hồi cùng với xu hướng marketing bằng công nghệ mới và nhất là bằng sản phẩm quảng bá ngoài trời cũng mang lại cơ hội cho ngành truyền thông điện tử.

d. Những thách thức

Ngành sản xuất

- Hiện nay thị trường đang ngày càng ổn định, sức mua tăng dần đòi hỏi các nhà cung cấp phải cạnh tranh bằng chất lượng và giá thành. Mặt khác các loại chi phí đầu vào lại tiếp tục tăng trong năm 2025, công nghệ mới tự động hóa được đầu tư nhưng công nhân lao động kỹ thuật còn yếu nên năng suất chưa cao, kỹ năng quản trị cấp quản trị trung gian chưa được nâng tầm ... sẽ là những yếu tố phải quan tâm hàng đầu của Ban Điều hành.
- Doanh nghiệp sản xuất ngành nhựa đang gặp phải các khó khăn về chuyển đổi xanh và việc tuân thủ các thủ tục hành chính về sản phẩm bảo vệ môi trường.

Ngành công nghệ thông tin

- Doanh nghiệp công nghệ thông tin và giải trí sau thời gian tự thu hẹp phải được phục hồi trên cơ sở cải tiến mạnh, phải biết sáng tạo xu hướng và bảo đảm dịch vụ hậu mãi tốt để nắm bắt và duy trì lượng người dùng ổn định và lớn mạnh.
- Để phát huy điểm mạnh và đón đầu cơ hội, Alta Media cần chú trọng đầu tư thiết bị, nâng cấp công nghệ và quản trị dòng tiền một cách cẩn trọng. Việc cập nhật mới liên tục trên cơ sở sáng tạo cao để tạo khác biệt thông qua dịch vụ LED cao cấp sẽ giúp vượt qua áp lực cạnh tranh về giá.

e. Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2025 và các giải pháp

1. Bối cảnh kinh tế thế giới

- Chính sách tiền tệ: Nhiều khả năng các ngân hàng trung ương lớn (FED, ECB) duy trì lãi suất ở mức cao hoặc ổn định đến hết 2025 để kiềm chế lạm phát. Dòng vốn FDI có thể dịch chuyển sang Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam.
- Giá nguyên vật liệu và năng lượng: Giá dầu, hạt nhựa, nguyên liệu in ấn... vẫn bị tác động bởi xung đột địa chính trị, song biên độ dao động nhỏ hơn giai đoạn 2022-2023.
- Xu hướng "xanh" và chuyển đổi số: Toàn cầu đẩy mạnh cắt giảm phát thải, khuyến khích vật liệu thân thiện môi trường, song song đó, công nghệ AI, điện toán đám mây, big data... tiếp tục chiếm lĩnh. Điều này tạo cơ hội cho Alta Plastics (sản phẩm phân hủy) và Alta Software (giải pháp công nghệ).

2. Tình hình kinh tế – xã hội Việt Nam

- Tăng trưởng GDP: Dự báo ~6.0 – 6.5% năm 2025, nhờ sản xuất – thương mại – dịch vụ khởi sắc, đầu tư công quy mô lớn (cao tốc, hạ tầng trọng điểm).
- Lãi suất và chính sách hỗ trợ: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam hướng đến hạ hoặc duy trì lãi suất ở mức vừa phải, hỗ trợ doanh nghiệp để tiếp cận vốn hơn.
- Nhu cầu thị trường:
 - o Bao bì "xanh": Chính phủ siết chặt quy định nhựa sử dụng một lần, thúc đẩy doanh nghiệp và người tiêu dùng chuyển sang loại phân hủy sinh học.
 - o Truyền thông & sự kiện: Doanh nghiệp cạnh tranh gay gắt, đua nhau tổ chức sự kiện, hội chợ, chiến dịch marketing, tạo cơ hội cho Alta Media.
 - o Chuyển đổi số: Cả khối doanh nghiệp và Nhà nước đều cần phần mềm, hạ tầng CNTT, triển khai ERP, CRM... Mảng này có biên lợi nhuận cao và tiềm năng bền vững.

3. Tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu chiến lược

- Tầm nhìn (Vision) : Trở thành một tập đoàn đa ngành tiên phong tại Việt Nam, dẫn đầu về giải pháp "xanh" (trong lĩnh vực bao bì, vật liệu) và chuyển đổi số, đồng thời nâng cao giá trị văn hóa – thông tin mà Alta Group kế thừa từ lịch sử thành lập năm 1989.

- **Sứ mệnh (Mission):**

- o Alta Group mang đến những sản phẩm, dịch vụ chất lượng và bền vững, đóng góp vào sự phát triển chung của xã hội Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông – công nghệ – bao bì môi trường.
- o Tạo ra giá trị lâu dài cho khách hàng, đối tác, nhân viên và cổ đông, gắn liền với trách nhiệm cộng đồng.

- **Mục tiêu chiến lược 2025**

- o Doanh thu: Phần đầu tăng 10–15% so với 2024, tập trung vào ba mảng chủ lực (Media, Plastics, Software).
- o Lợi nhuận: Cải thiện biên lợi nhuận ròng, đảm bảo tốc độ tăng lợi nhuận ít nhất 20–25%/năm, bù đắp phần chi phí đầu tư.
- o Vị thế thương hiệu:

1. Alta Media trở thành top 5 về giải pháp LED & sự kiện.
2. Alta Plastics khẳng định tên tuổi nhà cung cấp bao bì phân hủy hàng đầu nội địa, tiếp cận xuất khẩu bền vững.
3. Alta Software phù rộng giải pháp ERP/CRM cho SMEs, phát triển một số dự án chuyển đổi số quy mô lớn

4. Tư duy Hệ sinh thái One Alta

- **Khái niệm “One Alta”**

- o One Alta nhấn mạnh sự hợp lực (synergy) giữa các công ty con, thay vì hoạt động rời rạc. Từ đó, Alta Group tiết kiệm chi phí, tối đa hiệu quả.
- o Ba công ty con Alta Media, Alta Plastics, Alta Software đóng vai trò “ba mũi nhọn” trong hệ sinh thái, cung cấp giải pháp toàn diện cho khách hàng, đồng thời tận dụng dịch vụ lẫn nhau.

- **Cơ chế phối hợp**

- o Chia sẻ khách hàng và dự án :Khách hàng của Alta Plastics (doanh nghiệp bán lẻ, F&B...) có thể cần giải pháp marketing (Alta Media) hoặc chuyển đổi số (Alta Software). Alta Media, khi thực hiện sự kiện cho doanh nghiệp công nghiệp, hoàn toàn có thể giới thiệu sang Plastic (bao bì xanh) hoặc Software (giải pháp nội bộ).
- o Tận dụng hạ tầng chung :Hệ thống quản trị tài chính, kế toán, nhân sự ERP dùng chung, do Alta Software phát triển và vận hành.Hạ tầng marketing, website, truyền thông – do Alta Media hỗ trợ.

- Liên kết tài chính

- o Lợi nhuận và dòng tiền của từng công ty con hỗ trợ lẫn nhau (VD: Media có dòng tiền xoay vòng nhanh, có thể giúp đỡ Plastics trong giai đoạn đầu tư máy móc).

- Chung tay nâng cao thương hiệu tập đoàn

- o Đồng bộ hình ảnh, logo, khẩu hiệu "One Alta" trong tất cả hoạt động PR, ấn phẩm, sự kiện nội bộ và bên ngoài.

5. Kế hoạch chung

- Ban chỉ đạo One Alta

- o Bao gồm đại diện HĐQT, CEO của group, Giám đốc các công ty con, Giám đốc tài chính, Giám đốc nhân sự.
- o Họp định kỳ (ít nhất quý 1 lần) để đánh giá tiến độ, phân bổ nguồn lực, giải quyết vướng mắc liên công ty.

- Bộ phận quản lý tài chính – rủi ro

- o Theo dõi dòng tiền, kế hoạch đầu tư, vay nợ.
- o Xây dựng các kịch bản ứng phó biến động kinh tế (VD: giá nguyên liệu tăng, lãi suất đột biến...).

- Trung tâm hỗ trợ vận hành

- o Hỗ trợ khía cạnh marketing chung, truyền thông "One Alta" ra thị trường.
- o Xây dựng cẩm nang (brand book), chính sách nhân sự đồng nhất, quy trình mua hàng tập trung nếu cần.

6. Lộ trình triển khai năm 2025

- Quý I – II/2025

- o Hoàn thiện kế hoạch tài chính, phê duyệt ngân sách đầu tư cho Media (màn hình LED), Plastics (máy móc), Software (R&D).
- o Bắt đầu triển khai ERP nội bộ, do Alta Software cung cấp, áp dụng ở cả Media, Plastics.

- o Alta Media: Đẩy mạnh marketing dịch vụ sự kiện, cho thuê LED, hoàn chỉnh đội lắp đặt LED cố định.
- o Alta Plastics: Ra mắt 1-2 dòng sản phẩm nhựa phân hủy nâng cấp, cải tiến công nghệ in ấn bao bì.
- o Alta Software: Tung phiên bản thử nghiệm SaaS (ERP/CRM) nội bộ và cho nhóm khách pilot.

- Quý III – IV/2025

- o Đánh giá kết quả 6 tháng: điều chỉnh ngân sách, xem mảng nào cần tăng tốc đầu tư.
- o Alta Media: Tham gia đấu thầu 1-2 dự án LED cố định quy mô vừa (trung tâm văn hóa, tòa nhà hành chính). Mùa lễ hội cuối năm – bùng nổ nhu cầu sự kiện.
- o Alta Plastics: Ký kết 1-2 hợp đồng xuất khẩu, tham gia hội chợ nhựa/bao bì quốc tế.
- o Alta Software: Ra mắt chính thức sản phẩm SaaS, mở rộng kênh bán hàng B2B, hợp tác hiệp hội doanh nghiệp.

- Cuối năm 2025

- o Rà soát KPI doanh thu, lợi nhuận, đánh giá mức đạt được (mục tiêu 25–30% tăng trưởng).
- o Chuẩn bị kế hoạch 2026 – tiếp tục phát huy “One Alta”, có thể nghiên cứu mở rộng sang mảng liên quan khác (nếu phù hợp chiến lược).

7. Quản trị rủi ro chung

- Biến động kinh tế vĩ mô: Lập kịch bản cho trường hợp lãi suất tăng hoặc cầu thị trường suy yếu. Duy trì dự trữ tiền mặt hoặc hạn mức tín dụng an toàn.
- Rủi ro cạnh tranh: Cạnh tranh từ doanh nghiệp khác trong cùng lĩnh vực. Alta Group cần liên tục cải tiến, duy trì quan hệ khách hàng bền vững.
- Rủi ro nhân sự: Tập đoàn cần chính sách đào tạo, giữ chân người tài, tạo môi trường làm việc tốt.
- Uy tín thương hiệu: Bất kỳ sự cố lớn (sản phẩm lỗi, dự án chậm tiến độ...) đều có thể ảnh hưởng xấu đến “One Alta”. Cần quy trình kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt.

8. Kết luận và đề xuất

- Kết luận tổng thể

- o Alta Group bước vào năm 2025 với đà phục hồi từ 2024, cộng với cơ hội thị trường trong lĩnh vực sự kiện – LED, bao bì phân hủy, và chuyển đổi số.
- o Ba công ty con Alta Media, Alta Plastics, Alta Software thể hiện sức bật và tiềm năng tạo biên lợi nhuận cao nếu được đầu tư trọng điểm.
- o Chiến lược “One Alta” giúp chia sẻ tài nguyên, nâng cao hiệu quả, xây dựng thương hiệu hợp nhất, tạo vị thế vững chắc trên thị trường.

- Đề xuất

- o Tập trung vốn đầu tư: Dồn ngân sách cho các hạng mục cốt lõi (mua màn hình LED, nâng cấp máy móc nhựa, phát triển phần mềm) thay vì dàn trải sang lĩnh vực không ưu tiên.
- o Tăng cường truyền thông nội bộ và bên ngoài: Triển khai chiến lược marketing chung “One Alta”, nhấn mạnh thông điệp “Công nghệ – Sự kiện – Bao bì xanh” là ba trụ cột chính. Tham gia hội chợ, triển lãm, diễn đàn để khẳng định vị thế thị trường.
- o Nâng cao năng lực nhân sự: Tuyển dụng nhân tài, đào tạo chuyên sâu, xây lộ trình thăng tiến rõ ràng. Chú trọng nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới (AI, data analytics cho Software; PLA, PBAT cho Plastics; thiết bị LED thông minh cho Media).
- o Quản trị rủi ro và minh bạch tài chính: Có cơ chế giám sát dòng tiền, hợp đồng, các dự án đầu tư; công khai minh bạch trong báo cáo nội bộ. Rà soát rủi ro về pháp lý (đấu thầu, thủ tục xuất khẩu, xử lý môi trường...).

9. Các giải pháp

Công ty phải thực hiện các giải pháp phù hợp và đồng bộ để triển khai việc thực hiện kế hoạch năm 2025 như sau:

- o Giải pháp tài chính.
- o Giải pháp sản xuất.
- o Giải pháp marketing.
- o Giải pháp nhân lực.
- o Giải pháp công nghệ – kỹ thuật.
- o Giải pháp quản lý và điều hành.

10. Các chỉ tiêu tài chính kế hoạch 2025

Đvt : VNĐ

Chỉ tiêu đánh giá kế hoạch	Thực hiện 2024	Kế hoạch 2025
Lợi nhuận trước thuế	5.323.337.691	8.750.000.000
Lợi nhuận sau thuế	3.164.682.460	7.000.000.000
Chia cổ tức	6%	10%

C. THÔNG TIN CỔ ĐÔNG VÀ QUẢN TRỊ CÔNG TY

1. Hội đồng Quản trị

a. Thành viên HĐQT

Stt	Thành viên HĐQT	Chức vụ	Ngày bắt đầu là thành viên HĐQT
01	Ông LA THÊ NHÂN	Chủ Tịch	15/08/1998
02	Bà LẠI THỊ HỒNG ĐIẾP	Phó CT	15/08/1998
03	Ông HOÀNG VĂN ĐIỀU	Thành viên	15/08/1998
04	Ông HOÀNG MINH ANH TÚ	Thành viên	26/03/2012
05	Ông NGUYỄN MINH TUẤN	Thành viên	14/04/2017
06	Ông TRỊNH XUÂN QUANG	Thành viên	22/06/2022
07	Ông ĐOÀN THANH HẢI	Thành viên	22/06/2022
08	Ông NGUYỄN ANH THUẬN	Thành viên	22/06/2022

b. Các tiểu ban thuộc HĐQT

Với quy mô hiện tại, Hội đồng quản trị Công ty không thành lập các tiểu ban, mỗi thành viên Hội đồng quản trị sẽ chuyên trách một mảng hoạt động theo phân công của Hội đồng quản trị theo từng thời kỳ.

c. Hoạt động của HĐQT

Trong năm 2024, HĐQT Nhiệm kỳ VI có 07 cuộc họp định kỳ và cuộc họp theo yêu cầu phát sinh trong hoạt động kinh doanh.

Stt	Thành viên HĐQT	Số buổi họp HĐQT tham dự	Tỷ lệ tham dự họp
01	Ông LA THẾ NHÂN	07/07	100%
02	Bà LẠI THỊ HỒNG ĐIẾP	07/07	100%
03	Ông HOÀNG VĂN ĐIỀU	07/07	100%
04	Ông HOÀNG MINH ANH TÚ	07/07	100%
05	Ông NGUYỄN MINH TUẤN	07/07	100%
06	Ông TRỊNH XUÂN QUANG	07/07	100%
07	Ông ĐOÀN THANH HẢI	07/07	100%
08	Ông NGUYỄN ANH THUẬN	07/07	100%

Hội đồng Quản trị đã ban hành 5 Nghị quyết thuộc thẩm quyền trong đó:

- 03 Nghị quyết về cuộc họp Đại hội Cổ đông Thường niên.

Stt	Số Nghị quyết/Quyết định	Ngày	Nội dung
01	02/2024/NQ-HĐQT	04/03/2024	Tổ chức Đại hội Cổ đông Thường niên năm 2024 ngày 23/4/2024
02	07/2024/NQ-HĐQT	15/03/2024	Tổ chức Đại hội Cổ đông Thường niên năm 2024 ngày 26/4/2024
03	01/NQĐHCĐ/2024	26/04/2024	Nghị quyết Đại hội Cổ đông Thường niên 2024

- 01 Nghị quyết về việc Ban hành Quy chế CBTT của Cty;

- 01 Nghị quyết về việc lựa chọn đơn vị kiểm toán.

01	02/NQ-HĐQT	16/4/2024	Nghị quyết Ban hành Quy chế CBTT của Cty
02	03/NQ-HĐQT/2024	26/6/2024	Nghị quyết lựa chọn đơn vị kiểm toán

d. Hoạt động giám sát của HĐQT đối với Ban Giám Đốc

- Hàng quý xem xét báo cáo điều hành và báo cáo tài chính của BDH công ty.
- Rà soát việc thực thi kế hoạch ĐHCĐ hàng năm và công tác quản trị của BDH.
- Truyền đạt những yêu cầu và mong đợi của HĐQT cho kỳ kinh doanh tới.
- Kiểm chứng lại mức độ chính xác của các thông tin mà BDH cung cấp.
- Dự báo rủi ro có thể xảy ra và yêu cầu BDH có biện pháp phòng chống cụ thể.

- Kiểm tra các hoạt động Kiểm soát nội bộ.
- Kiểm tra hoạt động của các phòng ban liên quan đến việc tổ chức ĐHCĐ 2024.
- Rà soát các quyết định phân công và bổ nhiệm lại các chức danh quản lý trong công ty.

e. Hoạt động của thành viên Hội đồng quản trị độc lập không điều hành

- Các thành viên HĐQT độc lập cùng tham gia các phiên họp định kỳ và bất thường đồng thời thực thi trách nhiệm của mình cùng với các TVHĐQT khác.

2. Ban Kiểm soát

a. Thành viên và cơ cấu

Stt	Thành viên BKS	Chức vụ	Ngày bắt đầu là thành viên BKS
01	Ông NGUYỄN VĂN DANH	Trưởng ban	22/06/2022
02	Bà THÁI THỊ PHƯƠNG	Phó ban	26/03/2012
01	Bà QUÁCH THỊ MAI TRANG	Thành viên	26/03/2012

b. Hoạt động của Ban Kiểm soát

Stt	Thành viên BKS	Số buổi họp tham dự	Tỷ lệ tham dự họp	Tỷ lệ biểu quyết
01	Ông NGUYỄN VĂN DANH	4/4	100%	100%
02	Bà THÁI THỊ PHƯƠNG	4/4	100%	100%
03	Bà QUÁCH THỊ MAI TRANG	4/4	100%	100%

- Hoạt động của Ban kiểm soát tuân theo quy định về quyền và nghĩa vụ của mình tại Điều lệ Công ty, quy chế quản trị Công ty, Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán và các văn bản pháp luật có liên quan.
 - Trong năm 2024, Ban Kiểm soát tiến hành các cuộc họp định kỳ vào hàng quý để đánh giá tình hình tài chính, hoạt động của HĐQT, Ban giám đốc điều hành và sự phối hợp giữa các bộ phận này. Trong trường hợp đặc biệt và khẩn cấp, BKS tổ chức các cuộc họp bất thường để thống nhất kịp thời về phương án giải quyết vấn đề nảy sinh. BKS tham gia vào các cuộc họp của HĐQT và góp ý kiến của mình theo nguyên tắc trình tự của cuộc họp.
- c. Hoạt động giám sát của BKS đối với HĐQT, Ban Giám đốc điều hành và cổ đông:**
- Giám sát việc thực hiện các chế độ báo cáo thống kê, khai thuế hàng tháng, báo cáo tài chính.

- Kiểm tra và xác nhận Báo cáo Tài chính 2023, 2024 phù hợp với chuẩn mực kế toán và chế độ Kế toán doanh nghiệp hiện hành.
- d. Sự phối hợp hoạt động giữa BKS đối với hoạt động của HĐQT, Ban điều hành và các cán bộ quản lý khác:
 - Phối hợp với HĐQT-BĐH-Các cán bộ quản lý về việc xây dựng và thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh.
 - Góp ý hoàn thiện việc báo cáo định kỳ của các đơn vị trực thuộc.

3. Lương, thưởng, thù lao và các lợi ích của HĐQT, BGĐĐH và BKS

a. Lương, thưởng, thù lao và các khoản lợi ích

Thù lao, chi phí hoạt động và các lợi ích khác của Hội đồng quản trị và từng thành viên Hội đồng quản trị theo quy định tại khoản 3 Điều 163 Luật Doanh nghiệp và Điều lệ công ty.

Lương thưởng và thù lao của HĐQT, BGĐĐH và BKS thực hiện theo quy chế lương thưởng, nghị quyết Đại hội đồng cổ đông hàng năm và các quy chế về đánh giá hoạt động khác.

Trong năm 2024, tổng thù lao HĐQT nhận được là 330 triệu đồng và tổng thù lao Ban Kiểm soát nhận được là 70 triệu đồng. Ban Giám đốc điều hành nhận lương theo quy chế lương và thỏa thuận lao động với Công ty.

b. Giao dịch cổ phiếu của cổ đông nội bộ trong năm 2024

Stt	Họ tên	Số cổ phiếu sở hữu cuối kỳ	Tỷ lệ	Ghi chú
1	HOÀNG VĂN ĐIỀU	582.000	10,15%	
1.1	HOÀNG MINH ANH TÚ	560.595	9,77%	Con trai Ông Hoàng Văn Điều
1.2	MAI CHI MAI			Con dâu ông Hoàng Văn Điều
1.3	HOÀNG MINH ANH TÀI	282.100	4,92%	Con trai Ông Hoàng Văn Điều

1.4	LAC HẢI BÌNH	2.000	0,03%	Con dâu ông Hoàng Văn Điều
1.5	HOÀNG NGỌC MAI LAN	786	0,01%	Em gái ông Hoàng Văn Điều

c. Hợp đồng hoặc giao dịch với cổ đông nội bộ: Không phát sinh.

4. Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu và tình hình cổ phiếu ALT

Căn cứ Danh sách tổng hợp người sở hữu chứng khoán ALT chốt sổ ngày 01/04/2024 của Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt nam.

a. Cổ phần

Vốn điều lệ:	61.725.523.000 đồng
Số lượng cổ phiếu đã phát hành:	6.172.523 cổ phiếu
Mệnh giá:	10.000 đồng/cổ phiếu
- Cổ phiếu thường:	6.172.523 cổ phiếu
- Cổ phiếu ưu đãi:	0 cổ phiếu
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành:	5.736.709 cổ phiếu
Số lượng cổ phiếu quỹ:	435.814 cổ phiếu

b. Cơ cấu cổ đông

	Loại cổ đông	Số lượng cổ đông	Số cổ phần	Tỷ lệ sở hữu / VDL
I	Cổ đông trong nước	531	5.979.207	96,87%
	Cổ đông nhà nước	1	760.211	12,32%
	Cổ đông tổ chức	7	1.210.474	19,61%
	Cổ đông cá nhân	522	3.572.708	57,88%
	Cổ phiếu quỹ	1	435.814	7,06%
II	Cổ đông nước ngoài	27	193.316	3,13%
	Cổ đông tổ chức	2	21.321	0,35%
	Cổ đông cá nhân	25	171.995	2,79%
	Tổng cộng	558	6.172.523	100%

d. Danh sách cổ đông lớn

STT	Tên cổ đông	Số lượng (cổ phiếu)	Tỷ lệ/CPBQ	Tỷ lệ/TSCP
1	Công Ty Cổ phần Địa ốc ACB	1.051.244	18,32%	17,03%

2	Tổng Cty LIKSIN	760.211	13,25%	12,32%
3	Hoàng Văn Điều	582.000	10,15%	9,43%
4	Hoàng Minh Anh Tú	560.595	9,77%	9,08%
5	Lại Thị Hồng Diệp	355.863	5,77%	5,77%
6	La Thế Nhân	295.550	5,15%	4,79%
	Tổng cộng	3.605.463	62,85%	58,41%

5. ĐHĐCĐ năm 2023 đã thông qua việc xây dựng dự án NHÀ MÁY SẢN XUẤT CHÈ PHẪM NHỰA SINH HỌC HẬU GIANG, tuy nhiên đến nay vẫn chưa triển khai được do việc san lấp mặt bằng của Khu công nghiệp Tân Phú Thạnh chưa thực hiện xong.

Trên đây là Báo cáo của HĐQT trình ĐHĐCĐ năm 2025.

Trân trọng!

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



Lại Thị Hồng Diệp
Phó Chủ tịch HĐQT

C.T.C.P.