

CÔNG TY CỔ PHẦN ONE
CAPITAL HOSPITALITY
ONE CAPITAL HOSPITALITY
JOINT STOCK COMPANY

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM
Independence - Freedom - Happiness

Số: /CBTT-OCH
No: /CBTT-OCH

Hà Nội, ngày 17 tháng 04 năm 2026
Ha Noi, day 17 month 04 year 2026

CÔNG BỐ THÔNG TIN
INFORMATION DISCLOSURE

Kính gửi: - Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
- Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
To: - State Securities Commission of Vietnam
- Hanoi Stock Exchange

1. Tên tổ chức: Công ty Cổ phần One Capital Hospitality

Name of organization: One Capital Hospitality Joint Stock Company

Mã chứng khoán/Stock code: OCH

Địa chỉ: Tầng 23, Tòa nhà Leadvisors Tower, Số 643 Phạm Văn Đồng, Nghĩa Đô, Hà Nội

Address: 23rd Floor, The Leadvisors Tower, No. 643 Pham Van Dong Street, Nghia Do Ward, Hanoi.

Điện thoại liên hệ/Tel.: 024. 37830101

Fax: 024. 37830202

2. Nội dung thông tin công bố: Báo cáo thường niên 2025 của Công ty Cổ phần One Capital Hopsitality

Contents of disclosure: The 2025 Annual Report of One Capital Hospitality Joint Stock Company

3. Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty vào ngày 17/4/2026 tại đường dẫn: <http://och.vn/quan-he-co-dong/cong-bo-thong-tin/>.



This information was published on the company's website on 17/4/2026, as in the link: <http://och.vn/quan-he-co-dong/cong-bo-thong-tin/>

Chúng tôi xin cam kết các thông tin công bố trên đây là đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung các thông tin đã công bố.

We hereby certify that the information provided is true and correct and we bear the full responsibility to the law.

*** Tài liệu đính kèm/Attached documents:**

- + Báo cáo thường niên 2025 của Công ty Cổ phần One Capital Hospitality
- + The 2025 Annual Report of One Capital Hospitality Joint Stock Company

Đại diện tổ chức

Organization representative

Người Được Ủy quyền Công Bố Thông Tin
Person authorized to disclose information



NGUYỄN ĐỨC MINH
Tổng giám đốc/General Director



OCH



KIẾN TẠO
Disản

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN

2025



OCH[☀]
KIẾN TẠO
Di sản



THƯ NGỎ

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN OCH 2025

Kính gửi Quý Cổ đông,

Đối với One Capital Hospitality, năm 2025 là một năm của kỷ luật, của những quyết định dài hạn, và của những bước tiến quan trọng để xây dựng nền tảng tăng trưởng bền vững trong nhiều năm tới.

Chúng tôi tin rằng trong dài hạn, những doanh nghiệp kiên định với khách hàng, đầu tư vào chất lượng sản phẩm, và xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững sẽ là những doanh nghiệp chiến thắng. Năm 2025, OCH đã tiếp tục đi theo con đường đó.

Một trong những dấu mốc quan trọng của OCH trong năm 2025, đó là chính thức đưa vào vận hành và khai thác khách sạn Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội thông qua một Công ty liên kết. Đây là bước tiến quan trọng trong việc nâng cấp danh mục tài sản, hợp tác với các thương hiệu quốc tế uy tín, và phát triển hệ sinh thái hospitality cao cấp mang bản sắc riêng. Năm 2026 OCH sẽ hướng đến mục tiêu huy động các nguồn lực khác nhau để trở thành cổ đông chi phối khách sạn này. Chúng tôi không xây dựng tài sản để phục vụ chu kỳ ngắn hạn, mà để tạo ra những tài sản có khả năng tạo giá trị dài hạn cho cộng đồng.

Song song với đó, các tài sản vận hành tại Nha Trang tiếp tục chứng minh sức mạnh của chiến lược cải thiện hiệu quả hoạt động.

Khách sạn Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa ghi nhận:

- Công suất phòng tăng 3% so với cùng kỳ
- Doanh thu khách sạn tăng 10% so với cùng kỳ
- Lợi nhuận hoạt động gộp tăng 32% so với cùng kỳ
- Và vượt 29% kế hoạch năm

Khách sạn Starcity Nha Trang với tên gọi mới Starcity Bayfront Nha Trang sau quá trình nâng cấp và tái định vị đã đạt:

- Công suất phòng tăng 26% so với cùng kỳ
- Doanh thu khách sạn tăng 69% so với cùng kỳ
- Lợi nhuận hoạt động gộp tăng 97% so với cùng kỳ
- Và vượt 60% kế hoạch năm

Những kết quả này phản ánh một chiến lược quan trọng: Chúng tôi không chỉ tập trung tăng trưởng doanh thu, mà tập trung vào cải thiện hiệu quả vận hành và giá trị tài sản.

Trong lĩnh vực thực phẩm, OCH tiếp tục đầu tư vào những thương hiệu mang bản sắc Việt Nam. Kem Tràng Tiền và Bánh Givral không chỉ phát triển sản phẩm mới, mà còn hướng đến việc tái định nghĩa cách các giá trị truyền thống có thể phù hợp với nhu cầu hiện đại. Những sản phẩm như Bánh chưng Bé Tràng Tiền, Bánh chưng Cốm, Bánh chưng chay hay Bánh chưng Givral là những bước thử nghiệm và thử nghiệm là điều cần thiết để tạo ra đổi mới dài hạn.

Kết thúc năm 2025, OCH đạt:

- Doanh thu hơn 1.156 tỷ đồng, vượt 5% kế hoạch
- Lợi nhuận trước thuế đạt 132,2 tỷ đồng
- Lợi nhuận sau thuế đạt 97,5 tỷ đồng
- Hoàn thành 205% kế hoạch lợi nhuận

Đây là kết quả tự hào. Nhưng quan trọng hơn, chúng tôi tự hào với nền tảng đang được xây dựng.

Bước sang năm 2026, chiến lược của OCH rất rõ ràng:

- Nâng cao chất lượng sản phẩm
- Tối ưu hiệu quả vận hành
- Mở rộng quy mô thông qua M&A có chọn lọc

Chúng tôi sẽ tập trung tìm kiếm các tài sản có:

- Dòng tiền ổn định
- Khả năng gia tăng giá trị
- Cộng hưởng với hệ sinh thái hiện tại

Trong dài hạn, điều sẽ không thay đổi là: con người sẽ luôn luôn tìm kiếm những trải nghiệm để cuộc sống của chúng ta hạnh phúc hơn và có ý nghĩa hơn. OCH được xây dựng dựa trên niềm tin đó. Chúng tôi không chỉ xây dựng khách sạn hay thương hiệu thực phẩm. Chúng tôi xây dựng những tài sản mang bản sắc Việt Nam và có khả năng cạnh tranh trong dài hạn.

Năm 2026 đối với chúng tôi tiếp tục là một khởi đầu mới với nhiều cơ hội phía trước.

Thay mặt Ban Lãnh đạo và toàn thể đội ngũ OCH, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Quý Cổ đông vì sự tin tưởng và đồng hành. Chúng tôi sẽ tiếp tục tập trung vào những quyết định đúng đắn trong dài hạn, nhằm mang lại giá trị bền vững cho cổ đông, khách hàng và cộng đồng.

Trân trọng.



Tổng Giám đốc

Nguyễn Đức Minh

MỤC LỤC

CHƯƠNG

01

ĐIỂM NHẤN 2025

☀ Điểm nhấn năm 2025	06
----------------------	----

CHƯƠNG

02

TỔNG QUAN

☀ Thông tin khái quát	09
☀ Tâm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi	10
☀ Lịch sử hình thành và phát triển	12
☀ Lĩnh vực kinh doanh chính, Địa bàn kinh doanh, Các công ty thành viên	13
☀ Thông tin về mô hình quản trị	14

CHƯƠNG

03

BÁO CÁO VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH

☀ Tổng quan kinh tế vĩ mô năm 2025 và Dự báo năm 2026	17
☀ Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2025	20
☀ Các thành tựu trong năm 2025	29
☀ Các yếu tố rủi ro trong hoạt động kinh doanh	34
☀ Nhận định tình hình vĩ mô năm 2026 & Kế hoạch năm 2026, định hướng phát triển	36

CHƯƠNG

04

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

☀ Báo cáo của Hội đồng quản trị	44
☀ Báo cáo của Ban kiểm sát	46
☀ Báo cáo về tổ chức nhân sự công ty	48
☀ Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư chủ sở hữu	49

CHƯƠNG

05

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

☀ Bảng cân đối kế toán	51
☀ Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh	54
☀ Báo cáo lưu chuyển tiền tệ	55



CHƯƠNG
01

ĐIỂM NHẤN 2025

06

ĐIỂM NHẤN 2025

1.156

tỷ đồng

Doanh thu

132,2

tỷ đồng

Lợi nhuận trước thuế

97,5

tỷ đồng

Lợi nhuận sau thuế
hoàn thành 205%
kế hoạch

Sản phẩm đột phá

Dòng sản phẩm Bánh chưng và Bánh chưng Bé Tràng Tiền, tiên phong ứng dụng công nghệ hấp độc quyền và đóng gói túi nhôm 4 lớp, nâng tầm bánh chưng truyền thống trở thành quà Tết cao cấp, sang trọng. Đặc biệt, Bánh chưng Bé Tràng Tiền ghi điểm bởi sự tiện lợi, gọn nhẹ, phù hợp với nhịp sống hiện đại, thu hút đông đảo khách hàng mua và trải nghiệm trong dịp Tết Nguyên đán 2025.



Sự kiện nổi bật

Ngày 09/05/2025, khách sạn Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội chính thức đi vào hoạt động. Thông qua một Công ty liên kết, khách sạn là minh chứng cho chiến lược của OCH trong việc nâng cấp danh mục tài sản, hợp tác với các thương hiệu quốc tế uy tín và phát triển hệ sinh thái hospitality cao cấp mang bản sắc riêng.



CHƯƠNG 02

TỔNG QUAN

Thông tin khái quát

9

Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi

10

Lịch sử hình thành và phát triển

12

Lĩnh vực kinh doanh chính, Địa bàn kinh doanh, Các công ty thành viên

13

Thông tin về mô hình quản trị

14

THÔNG TIN KHÁI QUÁT

Tên giao dịch: CÔNG TY CỔ PHẦN ONE CAPITAL HOSPITALITY

Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số: 0800338870

Vốn điều lệ: 2.000.000.000.000 VNĐ (Hai nghìn tỷ đồng)

Địa chỉ: Tầng 23, Tòa nhà Leadvisors Tower, Số 643 Phạm Văn Đồng, Phường Nghĩa Đô, Thành phố Hà Nội

Số điện thoại: (024) 3783.0101

Số fax: (024) 3783.0202

Website: www.och.vn

Mã cổ phiếu: OCH



TẦM NHÌN, SỨ MỆNH VÀ GIÁ TRỊ CỐT LÕI

OCH 

Tầm nhìn: *Kiến tạo di sản*

OCH khai thác chất liệu phong phú của văn hóa cổ truyền và di sản Việt Nam, tạo ra những trải nghiệm dịch vụ khác biệt, tái hiện giá trị và di sản của quá khứ bằng một ngôn ngữ đương đại, truyền tải tới cộng đồng qua hệ sinh thái dịch vụ.

Sứ mệnh: *Tiên phong trong lĩnh vực dịch vụ gắn liền với di sản văn hóa*

OCH kiến tạo trải nghiệm tinh tế cho khách hàng và tạo ra giá trị lâu dài, bền vững cho đối tác và cổ đông.

11.24.2025



Giá trị cốt lõi: Trách nhiệm - Hợp tác - Kiến tạo



Trách nhiệm

Làm việc chuyên nghiệp, minh bạch, tôn trọng khách hàng và cổ đông. Luôn hướng tới quyết định đúng đắn và có lợi ích lâu dài.



Hợp tác

Đồng hành cùng khách hàng, đối tác và cổ đông để cùng nhau phát triển, chia sẻ giá trị và thành công.

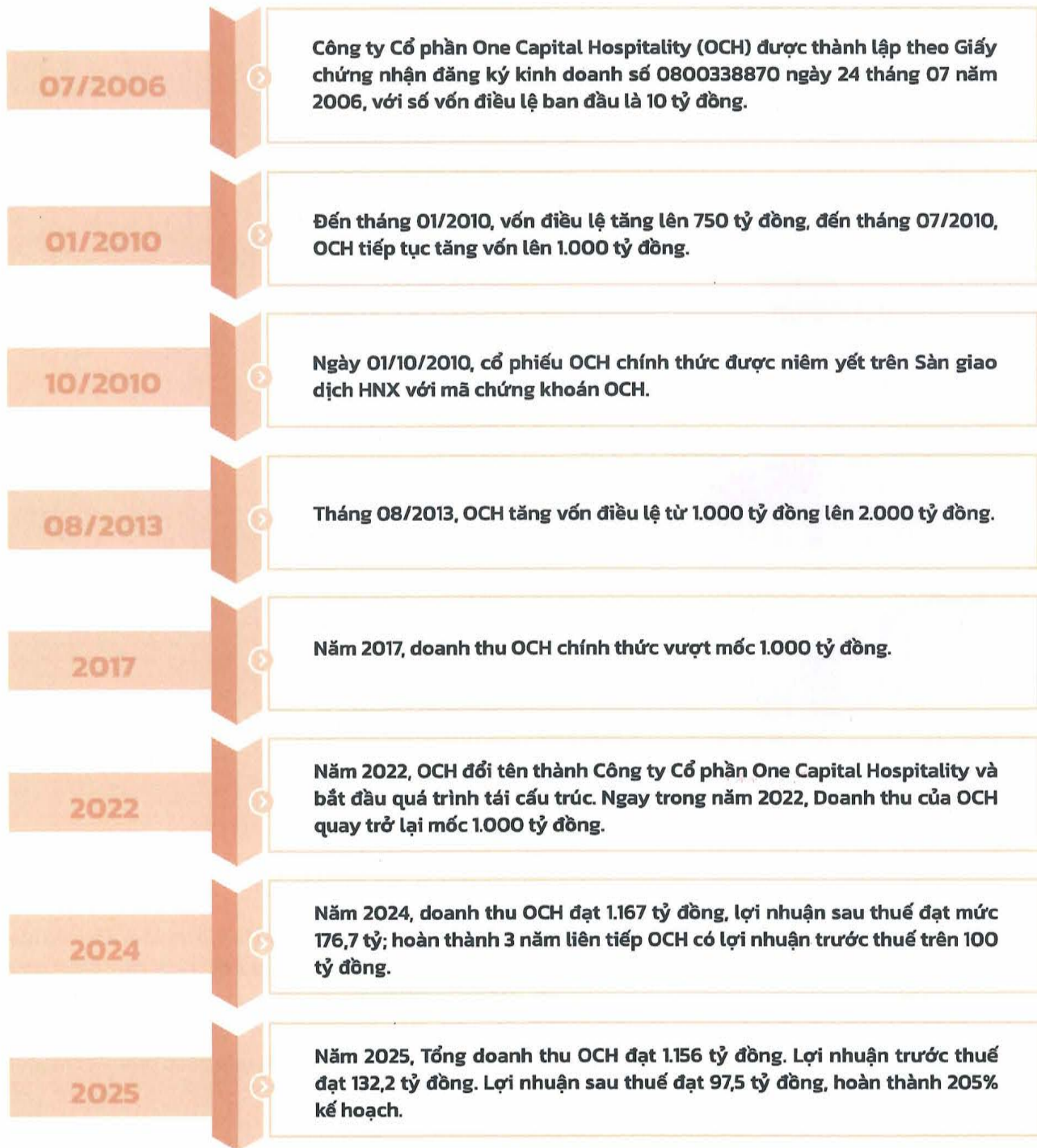


Kiến tạo

Luôn sáng tạo và cải tiến để tạo ra sự khác biệt, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Với tầm nhìn Kiến tạo di sản, OCH tạo ra những trải nghiệm dịch vụ khác biệt, tái hiện giá trị và di sản của quá khứ bằng một ngôn ngữ đương đại, truyền tải tới cộng đồng qua hệ sinh thái dịch vụ. OCH xác định hành trình hiện thực hóa tầm nhìn Kiến tạo di sản - Lan tỏa giá trị là hành trình tôn vinh giá trị Việt Nam thông qua nền móng di sản vững chắc với những trải nghiệm dịch vụ đậm tính văn hóa bản địa, từ đó kích hoạt hiệu ứng lan tỏa và truyền cảm hứng cho các doanh nghiệp trong nước, cộng đồng và cả xã hội, góp phần đưa Việt Nam ra thế giới và đón thế giới về Việt Nam.

LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN



LĨNH VỰC KINH DOANH

Khách sạn

Mảng khách sạn với nhóm ngành nghề kinh doanh: Dịch vụ lưu trú ngắn ngày; Nhà hàng, dịch vụ ăn uống lưu động; Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, hoặc đi thuê...



Thực phẩm

Mảng thực phẩm với nhóm ngành nghề kinh doanh: Bán buôn thực phẩm; Sản xuất thực phẩm...

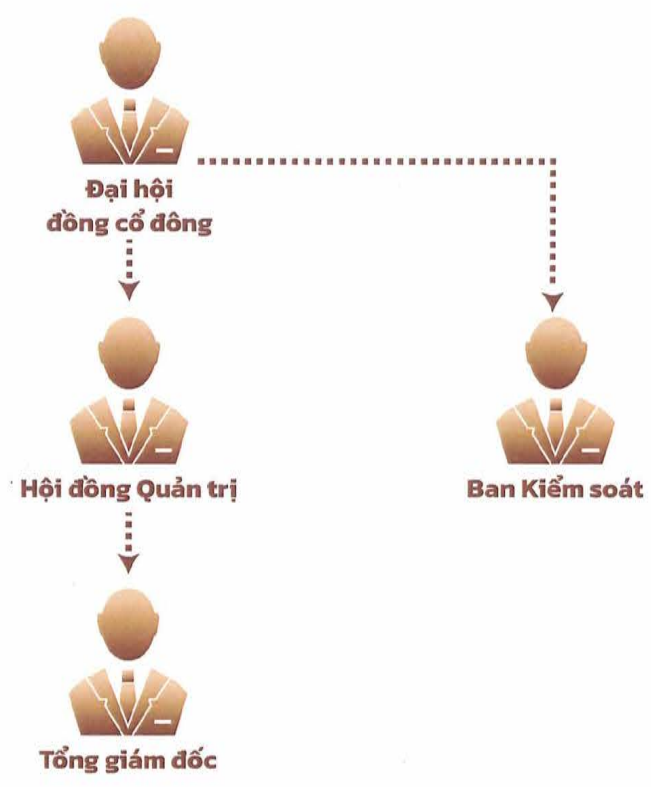
* Các sản phẩm của OCH hiện diện trên toàn bộ lãnh thổ Việt Nam, trong đó mảng kinh doanh bất động sản nghỉ dưỡng tập trung khai thác và phát triển các khách sạn 5 sao tại 2 thành phố lớn là Hà Nội và Nha Trang như Khách sạn Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội, Starcity Bayfront Nha Trang, Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa, đồng thời triển khai các dự án mới tiềm năng khác trong các năm tới: Dự án số 10 Trần Vũ, MGallery Ninh Vân Bay - Nha Trang và Melia Hạ Long Bay,... Đối với mảng thực phẩm, OCH thông qua công ty con One Capital Consumer (OCC) sở hữu các thương hiệu danh tiếng: Kem Tràng Tiền gắn liền với truyền thống lịch sử con người và văn hóa thủ đô Hà Nội; Bánh Givral là biểu tượng của Sài Gòn với những câu chuyện đi cùng năm tháng.

THÔNG TIN

về mô hình quản trị, tổ chức kinh doanh và bộ máy quản lý

Mô hình quản trị: Theo khoản a Điều 137 Luật Doanh nghiệp.

Cơ cấu bộ máy quản lý: Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát và Tổng giám đốc.



Công ty con

01. CÔNG TY CỔ PHẦN ONE CAPITAL CONSUMER

- **Trụ sở:** Hà Nội
- **Lĩnh vực:** Đầu tư, kinh doanh thực phẩm

02. CÔNG TY CỔ PHẦN SAO HÒM NHA TRANG

- **Trụ sở:** Khánh Hoà
- **Lĩnh vực:** Kinh doanh khách sạn

03. CÔNG TY CỔ PHẦN TÂN VIỆT

- **Trụ sở:** Khánh Hoà
- **Lĩnh vực:** Kinh doanh khách sạn

04. CÔNG TY CỔ PHẦN VIPTOUR - TOGI

- **Trụ sở:** Hà Nội
- **Lĩnh vực:** Kinh doanh khách sạn

05. CÔNG TY CỔ PHẦN KEM TRÀNG TIỀN

- **Trụ sở:** Hà Nội
- **Lĩnh vực:** Sản xuất, kinh doanh thực phẩm

06. CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH GIVRAL

- **Trụ sở:** Hồ Chí Minh
- **Lĩnh vực:** Sản xuất, kinh doanh thực phẩm

07. CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM SẠCH JP

- **Trụ sở:** Sơn La
- **Lĩnh vực:** Sản xuất, kinh doanh thực phẩm

08. CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT BÌNH HƯNG

- **Trụ sở:** Bắc Ninh
- **Lĩnh vực:** Kinh doanh Bất động sản

09. CÔNG TY CỔ PHẦN KEM TÍN PHÁT

- **Trụ sở:** Hà Nội
- **Lĩnh vực:** Sản xuất, kinh doanh thực phẩm

10. QUỸ ĐẦU TƯ CƠ HỘI ĐẶC BIỆT LEADVISORS

- **Trụ sở:** Hà Nội
- **Lĩnh vực:** Đầu tư tài chính

11. CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM FUJI

- **Trụ sở:** Hà Nội
- **Lĩnh vực:** Sản xuất, kinh doanh thực phẩm

CHƯƠNG 03

BÁO CÁO VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH

Tổng quan kinh tế vĩ mô năm 2025 và dự báo năm 2026

17

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2025

20

Các thành tựu trong năm 2025

29

Các yếu tố rủi ro trong hoạt động kinh doanh

34

Nhận định tình hình vĩ mô năm 2026 & Kế hoạch năm 2026, định hướng phát triển

35

TỔNG QUAN KINH TẾ VĨ MÔ NĂM 2025 VÀ DỰ BÁO NĂM 2026



Năm 2025 được xem là giai đoạn bản lề của kinh tế Việt Nam khi nền kinh tế vừa thích ứng với biến động quốc tế, vừa chuẩn bị bước vào “kỷ nguyên phát triển mới” với định hướng cho giai đoạn 2026–2030. Trong quá trình tái cấu trúc mô hình tăng trưởng, Việt Nam đã ban hành nhiều khuôn khổ thể chế quan trọng như Nghị quyết số 57/NQ-CP về thúc đẩy công nghiệp hóa, hiện đại hóa gắn với đổi mới sáng tạo và Nghị quyết số 68/NQ-TW về phát huy vai trò của khu vực kinh tế tư nhân. Trên nền tảng đó, kinh tế Việt Nam năm 2025 đạt mức tăng trưởng 8,02%, trong khi lạm phát cơ bản được duy trì ở mức 3,21% so với năm trước, cho thấy hiệu quả điều hành chính sách vĩ mô của Chính phủ.

Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), GDP Việt Nam năm 2024 tăng khoảng 7,1%, phản ánh sự phục hồi rõ nét của nền kinh tế. Tuy nhiên, mức độ phụ thuộc lớn vào xuất khẩu và dòng vốn FDI khiến nền kinh tế nhạy cảm hơn trước xu hướng bảo hộ thương mại. Từ giữa năm 2025,

việc Hoa Kỳ áp thuế đối ứng 20% đối với một số nhóm hàng xuất khẩu từ Việt Nam, cùng nguy cơ áp thuế cao hơn với hàng bị nghi ngờ chuyển tải, đã tạo áp lực đáng kể lên triển vọng xuất khẩu. Dù vậy, các cân đối vĩ mô năm 2025 vẫn duy trì ổn định: tăng trưởng ở mức cao so với khu vực, lạm phát được kiểm soát, thị trường lao động cải thiện, thu – chi ngân sách tích cực và nợ công vẫn dưới trần cho phép (theo Tạp chí Tài chính Tiền tệ, ngày 22/02/2026).

Đối với lĩnh vực du lịch và khách sạn, năm 2025 đánh dấu bước bứt phá mạnh mẽ của ngành Du lịch Việt Nam. Lần đầu tiên Việt Nam đón 21,2 triệu lượt khách quốc tế, tăng hơn 20% so với năm 2024 và vượt mức trước đại dịch. Tổng thu từ du lịch lần đầu đạt 1 triệu tỷ đồng, khẳng định vai trò của ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP 8,02%.

Đáng chú ý, tại Khánh Hòa, du lịch tiếp tục tăng trưởng mạnh, củng cố vị thế là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm của cả nước. Năm 2025, địa phương đón 16,4 triệu lượt khách, tăng hơn 14% so với năm 2024; trong đó khách quốc tế đạt 5,5 triệu lượt. Tổng doanh thu du lịch đạt 66,7 nghìn tỷ đồng, tăng hơn 16,8% so với năm 2024 và hoàn thành 100% chỉ tiêu (theo Báo Khánh Hòa, ngày 25/12/2025). Nha Trang – Khánh Hòa hiện sở hữu hệ thống lưu trú lớn với khoảng 70.500 phòng, trong đó phân khúc 4–5 sao chiếm trên 40%.

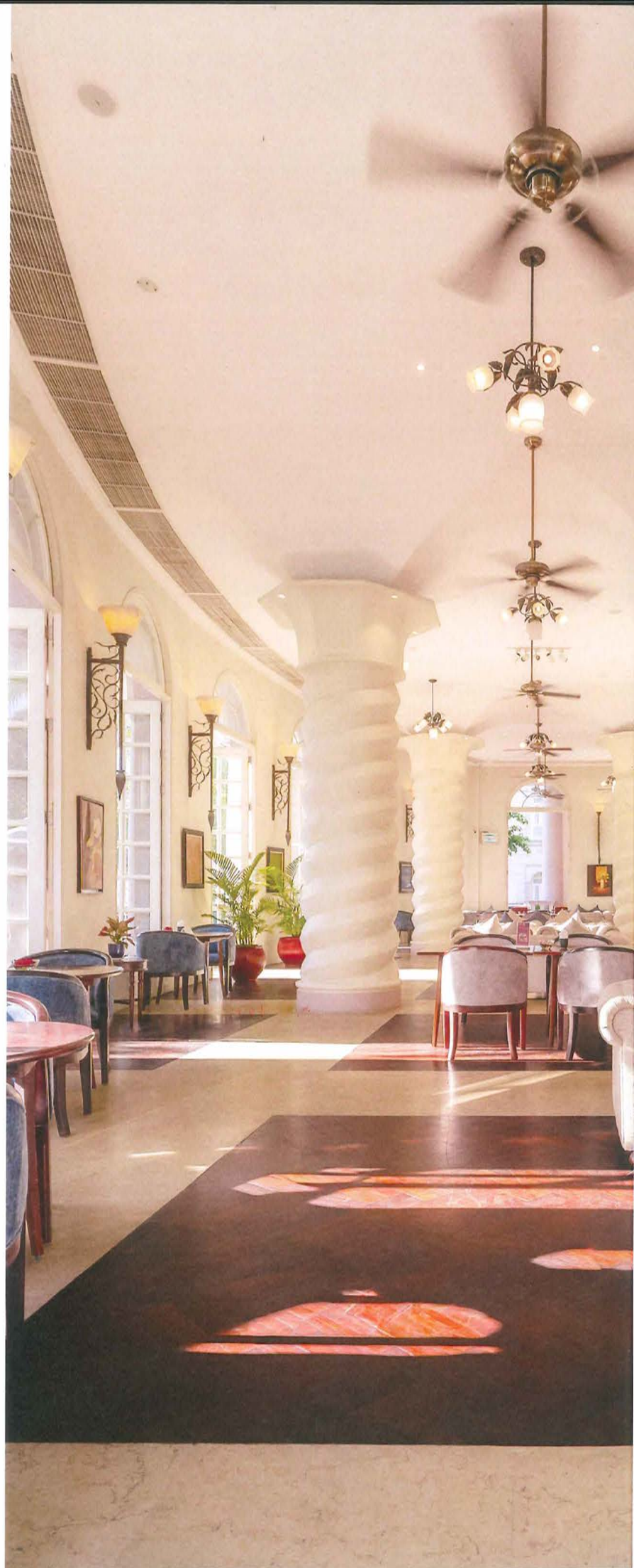
Tại Hà Nội, du lịch tiếp tục tăng trưởng mạnh cả về quy mô và chất lượng. Năm 2025, Thủ đô ước đón trên 33,7 triệu lượt khách, tăng 20,87% so với năm 2024; trong đó khách quốc tế đạt trên 7,82 triệu lượt (tăng 22,76%) và khách nội địa đạt trên 25,88 triệu lượt (tăng 20,32%). Xu hướng kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu, đặc biệt ở nhóm khách quốc tế, đang tạo dư địa lớn cho phân khúc lưu trú

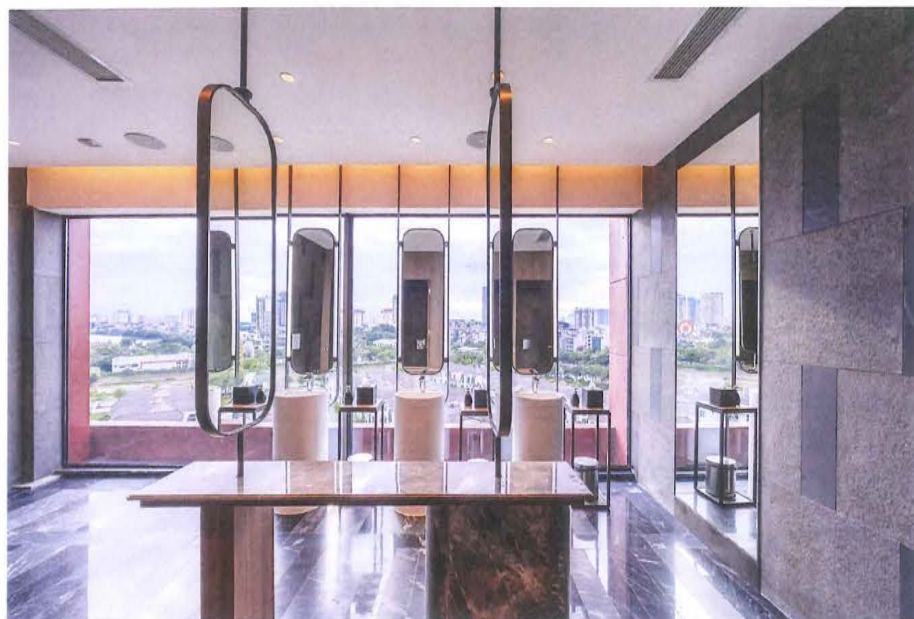
cao cấp tại khu vực trung tâm thành phố (theo VnEconomy, ngày 06/01/2026). Hiện Hà Nội có 3.761 cơ sở lưu trú với hơn 71.000 phòng; trong đó khối khách sạn và căn hộ từ 1-5 sao chiếm gần 10.000 phòng. Công suất sử dụng phòng bình quân năm 2025 đạt 65,5%, tăng 3,5 điểm phần trăm so với năm 2024. Bên cạnh đó, 58 cơ sở dịch vụ du lịch đạt chuẩn được công nhận, bao gồm các dịch vụ ăn uống, mua sắm, vui chơi giải trí và chăm sóc sức khỏe, góp phần hoàn thiện hệ sinh thái trải nghiệm du lịch của thành phố.

Đối với ngành Thực phẩm và Đồ uống (F&B), năm 2025 tiếp tục khẳng định vai trò là một trong những lĩnh vực năng động của nền kinh tế. Với quy mô dân số hơn 100 triệu người và nhóm dân số trẻ (dưới 35 tuổi) chiếm gần 60%, Việt Nam vẫn là thị trường giàu tiềm năng cho các thương hiệu F&B. Dự báo đến năm 2033, thị trường dịch vụ ăn uống có thể đạt quy mô 54,3 tỷ USD. Tuy nhiên, thị trường năm 2025 cũng bước vào giai đoạn sàng lọc mạnh. Chỉ trong 6 tháng đầu năm, hơn 50.000 cửa hàng F&B phải đóng cửa, chủ yếu là các mô hình nhỏ lẻ chịu áp lực chi phí mặt bằng và nhân công. Biên lợi nhuận toàn ngành thu hẹp đáng kể, đặc biệt trong quý I/2025 khi doanh thu nội địa giảm 15,4% do tâm lý thắt chặt chi tiêu sau Tết và tác động của thiên tai (theo CI Research, ngày 27/10/2025).

Xu hướng tiêu dùng cũng chuyển dịch mạnh sang các giá trị sức khỏe và trải nghiệm cảm xúc. Các sản phẩm ít đường, nguyên liệu sạch và thực phẩm lành mạnh ngày càng được ưa chuộng. Trong bối cảnh thị trường đô thị dần bão hòa, xu hướng mở rộng ra các tỉnh lân cận và các hoạt động M&A đang mở ra cơ hội tăng trưởng mới. Sự cải thiện năng lực chế biến nông sản trong nước (xuất khẩu rau quả và thủy sản tăng trên 12%) cũng tạo điều kiện để doanh nghiệp tận dụng nguồn nguyên liệu nội địa đạt chuẩn quốc tế nhằm tối ưu chi phí sản xuất (theo CI Research, ngày 27/10/2025).

Bước sang năm 2026, kinh tế Việt Nam được dự báo đối mặt với nhiều bất ổn địa chính trị, nổi bật là nguy cơ căng thẳng tại Trung Đông, đặc biệt giữa Mỹ và Iran. Những biến động này có thể gây ra các cú sốc cung ứng năng lượng, đẩy giá dầu và chi phí vận tải toàn cầu tăng





cao, từ đó tạo áp lực lạm phát nhập khẩu và biến động tỷ giá trong nước. Trong bối cảnh đó, ngành F&B sẽ chịu áp lực lớn từ chi phí nguyên liệu nhập khẩu như bột mì, bơ, sữa và các phụ liệu đặc chủng khi chi phí logistics tăng cao. Doanh nghiệp buộc phải tăng cường quản trị rủi ro chuỗi cung ứng và đẩy mạnh nội địa hóa nguồn nguyên liệu. Lĩnh vực du lịch – khách sạn cũng chịu tác động từ giá dầu tăng, kéo theo chi phí vận tải và giá vé máy bay tăng cao, làm suy giảm nhu cầu du lịch đường dài và thay đổi hành vi tiêu dùng của du khách (theo Thời báo Tài chính, ngày 06/03/2026). Đồng thời, chi phí vận hành gia tăng sẽ buộc các khách sạn tối ưu hóa mô hình quản trị và nâng cao hiệu quả vận hành.

Nhìn chung, năm 2026 được dự báo là giai đoạn thử thách về năng lực quản trị, trong đó khả năng chống chịu, chuyển đổi số và sự linh hoạt trong chiến lược thị trường sẽ là yếu tố then chốt giúp OCH duy trì lợi thế cạnh tranh và thích ứng với bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động.

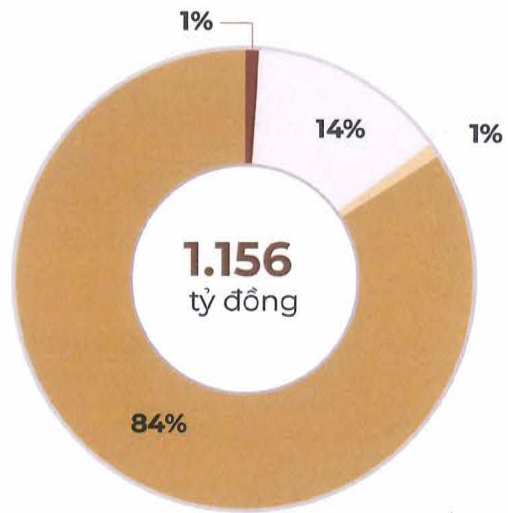


KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025

1 Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2025

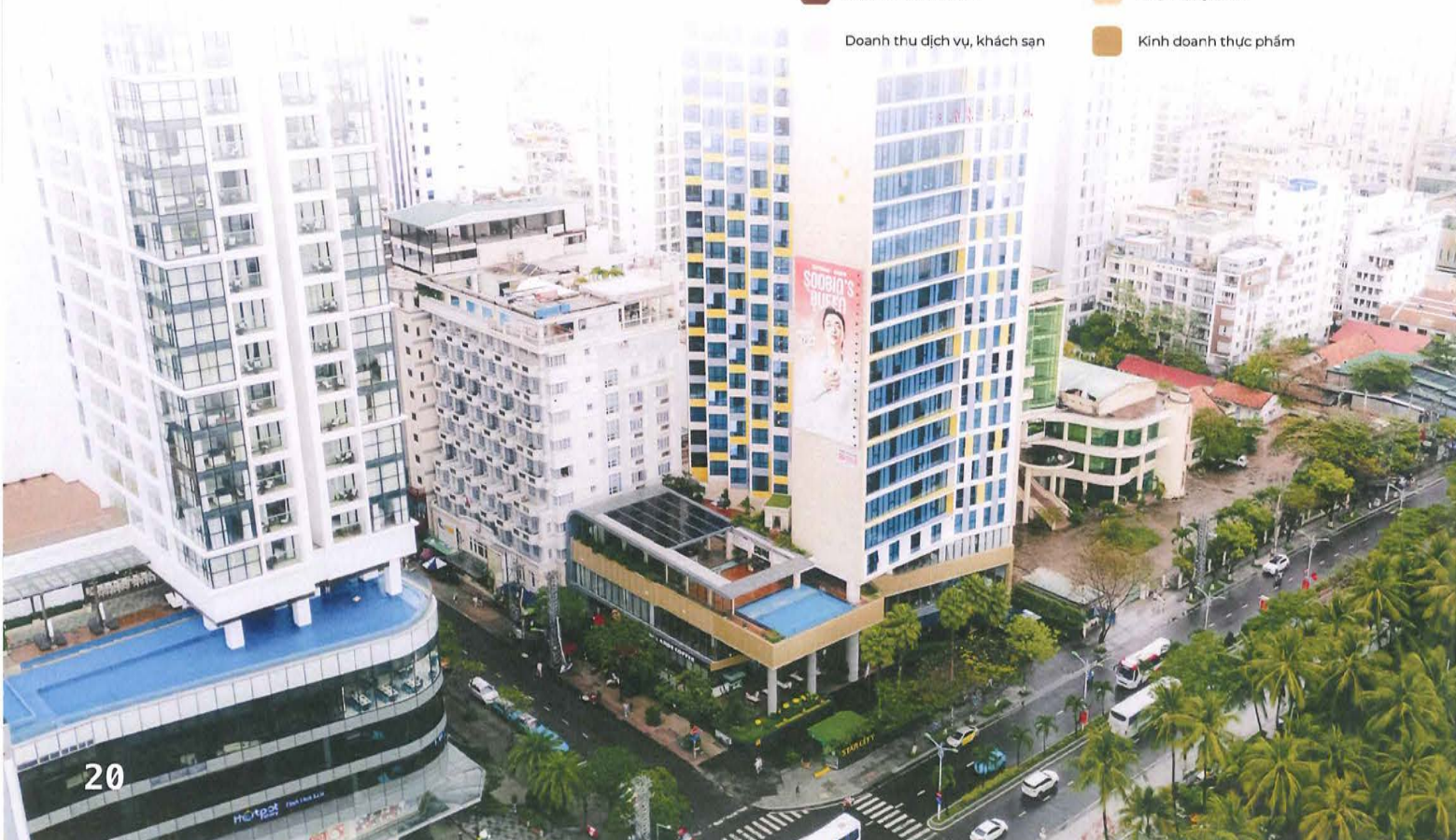
Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong năm

Tổng doanh thu hợp nhất của OCH năm 2025 đạt 1.156 tỷ đồng. Doanh thu này bao gồm các lĩnh vực: Kinh doanh dịch vụ khách sạn; sản xuất kinh doanh thực phẩm; dịch vụ cho thuê nhà xưởng; doanh thu hoạt động tài chính và hoạt động khác. Cơ cấu doanh thu từng lĩnh vực như trên biểu đồ.



DOANH THU HỢP NHẤT

- Doanh thu tài chính
- Doanh thu dịch vụ, khách sạn
- Hoạt động khác
- Kinh doanh thực phẩm



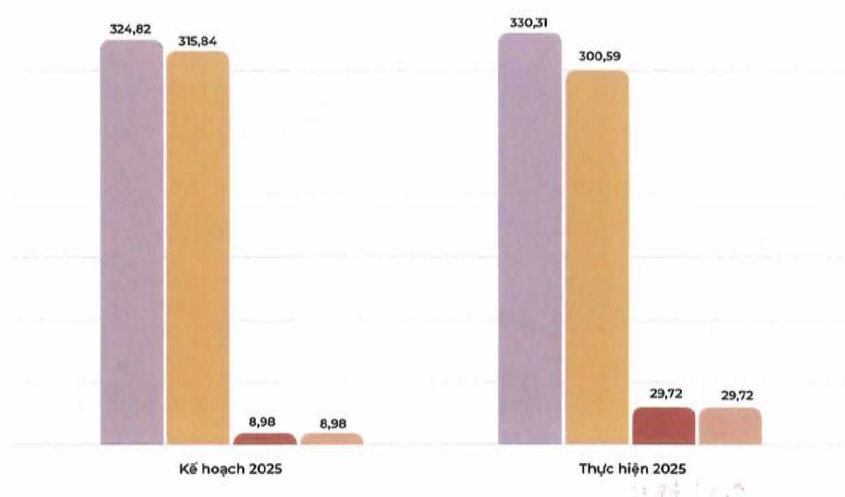
Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

- Thực hiện một số chỉ tiêu kế hoạch chủ yếu (Công ty mẹ OCH)

(Đơn vị: đồng)

Stt	Kết quả hoạt động kinh doanh	Thực hiện 2025	Kế hoạch 2025	Tỷ lệ thực hiện/ Kế hoạch
1	Tổng doanh thu	330.309.239.836	324.820.104.288	102%
2	Tổng chi phí hoạt động	300.587.561.651	315.836.741.293	95%
3	Lợi nhuận trước thuế	29.721.678.185	8.983.362.995	331%
4	Lợi nhuận sau thuế	29.721.678.185	8.983.362.995	331%

(Nguồn: Báo cáo tài chính riêng năm 2025 đã được kiểm toán)



KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CÔNG TY MẸ NĂM 2025 (đơn vị: tỷ đồng)



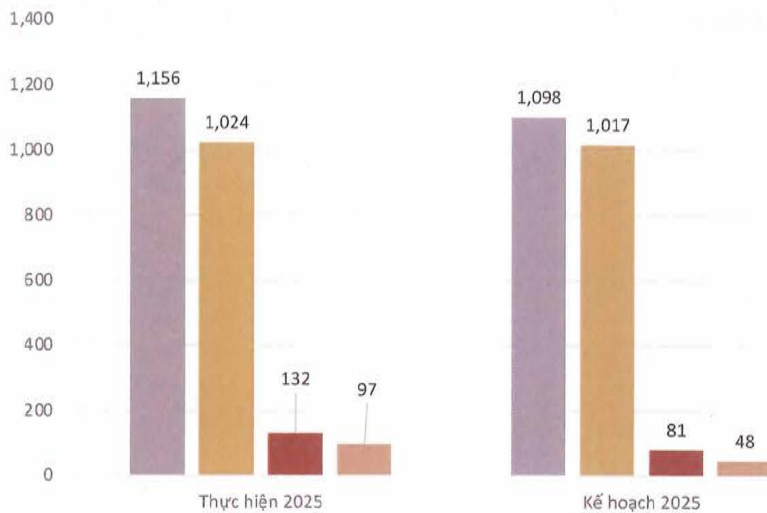
Năm 2025, Công ty mẹ ghi nhận tổng doanh thu đạt 330,3 tỷ đồng trong đó Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ đạt 290,8 tỷ đồng, tăng trưởng 16% so với năm 2024. Tỷ trọng mảng này trong tổng doanh thu tăng từ 62% lên mức 88%. Doanh thu hoạt động tài chính đóng góp 39,2 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 12%. Kết quả kinh doanh năm 2025 cho thấy sự ổn định của các mảng kinh doanh trọng điểm. Việc đẩy mạnh hoạt động kinh doanh cốt lõi và kiểm soát hiệu quả các khoản chi phí đã giúp Công ty duy trì lợi nhuận sau thuế đạt 29,7 tỷ đồng, hoàn thành kế hoạch đề ra và tạo nền tảng vận hành bền vững cho giai đoạn tiếp theo.

● Một số chỉ tiêu kinh doanh Hợp nhất

(Đơn vị: đồng)

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh	Thực hiện 2025	Kế hoạch 2025	Tỷ lệ thực hiện/ Kế hoạch
1	Tổng doanh thu	1.156.118.434.487	1.098.316.307.748	105%
2	Tổng chi phí hoạt động	1.023.966.833.568	1.017.226.442.553	101%
3	Lợi nhuận trước thuế	132.151.600.919	81.089.865.195	163%
4	Lợi nhuận sau thuế	97.468.149.609	47.600.761.995	205%

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2025 đã kiểm toán)



KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH HỢP NHẤT NĂM 2025
(đơn vị: tỷ đồng)

■ Tổng doanh thu ■ Tổng chi phí ■ Tổng lợi nhuận trước thuế ■ Lợi nhuận sau thuế

Tổng doanh thu hợp nhất của OCH năm 2025 đạt 1.156 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt 97,5 tỷ đồng gấp hơn 2 lần kế hoạch lợi nhuận năm 2025 đặt ra. Công ty tập trung nguồn lực cho các hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm và nâng cấp hệ thống khách sạn 5 sao, góp phần gia tăng sức hấp dẫn đối với khách du lịch và cải thiện hiệu quả hoạt động.

Trong năm 2025, OCH cũng đầu tư mạnh vào việc xây dựng và phát triển lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) thông qua việc góp vốn thành lập Công ty Cổ phần One Capital Consumer (OCC). Với tầm nhìn trở thành công ty FMCG cao cấp hàng đầu tại Việt Nam, OCC tập trung phát triển các thương hiệu có giá trị văn hóa đặc sắc.

Thông qua việc quản lý danh mục các thương hiệu này, OCC góp phần mở rộng phạm vi hoạt động và nâng cao giá trị thương hiệu của OCH trên thị trường trong và ngoài nước.

2

Tình hình đầu tư, thực hiện các dự án

Hiện nay, Công ty và các công ty con đang đầu tư một số dự án lớn: Dự án Khách sạn Starcity Westlake do Công ty Cổ phần Viptour-Togi làm chủ đầu tư; Dự án nhà máy Bình Hưng do Công ty TNHH Sản xuất Bình Hưng làm Chủ đầu tư.

Tình hình thực hiện các dự án, các khoản đầu tư được trình bày chi tiết ở mục 6 Hoạt động đầu tư tại Báo cáo đánh giá của Ban Tổng giám đốc trong tài liệu này.



3 Tình hình tài chính

Tình hình tài chính (Báo cáo hợp nhất)

(Đơn vị: đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2025	Năm 2024	% tăng / (giảm)
Tài sản ngắn hạn	575.519.277.530	628.613.173.938	-8,4%
Tài sản dài hạn	3.210.705.686.380	3.224.643.675.479	-0,4%
Tổng tài sản	3.786.224.963.910	3.853.256.849.417	-1,7%
Nợ ngắn hạn	560.472.526.838	589.967.426.483	-5,0%
Nợ phải trả dài hạn	1.173.053.406.434	1.348.804.517.508	-13,0%
Vốn chủ sở hữu	2.052.699.030.638	1.914.484.905.425	7,2%
Tổng nguồn vốn	3.786.224.963.910	3.853.256.849.417	-1,7%
Tổng doanh thu	1.156.118.434.487	1.167.010.382.466	-0,9%
Tổng chi phí hoạt động	1.023.966.833.568	958.090.785.521	6,9%
Lợi nhuận trước thuế	132.151.600.919	208.919.596.945	-36,7%
Lợi nhuận sau thuế	97.468.149.609	176.735.589.569	-44,9%

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2025 đã được kiểm toán)



Các chỉ tiêu tài chính hợp nhất

Các chỉ tiêu	Công thức	Năm 2025	Năm 2024
CÁC CHỈ TIÊU VỀ KHẢ NĂNG THANH TOÁN			
Hệ số thanh toán hiện hành	Tài sản ngắn hạn/ Nợ ngắn hạn	1,03	1,07
Hệ số thanh toán nhanh	(Tài sản ngắn hạn- Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn	0,76	0,68
Hệ số thanh toán bằng tiền	(Các khoản tiền và tương đương tiền)/(Nợ ngắn hạn)	0,16	0,29
CÁC CHỈ TIÊU VỀ CƠ CẤU VỐN			
Nợ/Tổng tài sản		46%	50%
Nợ/Vốn chủ sở hữu		84%	101%
CHỈ TIÊU VỀ NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG			
Vòng quay hàng tồn kho	Giá vốn hàng bán/ Hàng tồn kho bình quân	3,05	3,28
Vòng quay tổng tài sản	Doanh thu thuần/ Tổng tài sản bình quân	0,30	0,44
CÁC CHỈ TIÊU VỀ KHẢ NĂNG SINH LỜI			
Tỷ suất lợi nhuận	Lợi nhuận sau thuế/ Tổng doanh thu	8%	15%
Tỷ suất sinh lời trên vốn Chủ sở hữu (ROE)	Lợi nhuận sau thuế/ Vốn chủ sở hữu	5%	9%
Tỷ suất lợi nhuận trên Tổng tài sản (ROA)	Lợi nhuận sau thuế/ Tổng tài sản	3%	5%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	12%	7%

Hệ số thanh toán khả năng thanh toán của Công ty duy trì ở mức tương đối ổn định. Hệ số thanh toán ngắn hạn đạt 1,03 lần, giảm nhẹ so với năm trước (1,07 lần) nhưng vẫn đảm bảo khả năng đáp ứng các nghĩa vụ nợ ngắn hạn.

Tỷ lệ nợ trên tổng tài sản giảm từ 50% xuống 46%, đồng thời hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu giảm mạnh từ 101% xuống 84%. Điều này cho thấy Công ty đã giảm mức độ phụ thuộc vào nguồn vốn vay, giảm rủi ro tài chính.

ROE (Lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu) giảm từ 9% xuống 5% và ROA (Lợi nhuận trên tổng tài sản) giảm từ 5% xuống 3%. Tuy nhiên, tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trên doanh thu thuần tăng từ 7% lên 12%, cho thấy hoạt động kinh doanh cốt lõi đã được cải thiện. Công ty vẫn tiếp tục tối ưu vận hành, kiểm soát chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các kỳ tới.

4 Hoạt động Kinh doanh Khách sạn và Khu nghỉ dưỡng

Mặc dù phải đối mặt với những khó khăn về thị trường khách du lịch, nhưng Ban Điều hành Công ty vẫn quyết tâm và đưa hoạt động kinh doanh các khách sạn về đích.

Năm 2025 ghi nhận sự bứt phá mạnh mẽ của **Starcity Bayfront Nha Trang** với các chỉ số tài chính ấn tượng: công suất phòng tăng 26%, doanh thu khách sạn tăng 69% so với năm 2024 và lợi nhuận hoạt động gộp (GOP) tăng 97% so với năm 2024 và vượt 60% so với kế hoạch năm 2025.



công suất phòng

↑ 26%



doanh thu khách sạn

↑ 69%



lợi nhuận hoạt động gộp

↑ 97%

Thành quả này là sự cộng hưởng giữa lộ trình nâng cấp hạ tầng bền bỉ và chiến lược kinh doanh linh hoạt. Ngay từ tháng 1/2025, khách sạn đã chính thức đạt tiêu chuẩn 5 sao từ Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, khẳng định vị thế vượt trội.

Bên cạnh việc phục hồi thị trường khách Nga truyền thống, Starcity còn tiên phong trong việc hiện thực hóa mô hình "tái tạo giá trị truyền thống" thông qua thương hiệu ẩm thực **Phở Gấm**. Việc đưa hương vị phở bò Hà Nội vào không gian sang trọng không chỉ đa dạng hóa hệ sinh thái dịch vụ mà còn nâng tầm trải nghiệm văn hóa cho du khách quốc tế.

Tiếp nối sự thành công tại thị trường Nha Trang, **Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa** - biểu tượng của vẻ đẹp cổ điển và sang trọng giữa lòng thành phố biển đã khép lại năm 2025 với những con số vận hành ấn tượng. Khách sạn không chỉ bảo toàn mục tiêu doanh thu khách sạn tăng 10% và công suất phòng tăng 3% so với năm 2024 mà còn đạt mức tăng trưởng lợi nhuận hoạt động gộp (GOP) vượt



29% kế hoạch, tăng 32% so với năm trước. Kết quả tài chính này được cộng hưởng từ nỗ lực làm mới hình ảnh và chiến lược tiếp thị quốc tế quyết liệt. Thông qua các sự kiện Famtrip quy mô, Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa đã kết nối thành công với các đối tác lữ hành lớn từ Nga, Ba Lan, Úc và Nhật Bản, khẳng định sức hút của một thương hiệu di sản 5 sao đối với dòng khách quốc tế chất lượng cao, đồng thời đặt nền móng cho kế hoạch bứt phá mạnh mẽ năm 2026.



công suất phòng

↑ 3%



doanh thu khách sạn

↑ 10%



lợi nhuận hoạt động gộp

↑ 32%

5 Hoạt động kinh doanh thực phẩm

Sản xuất kinh doanh thực phẩm vẫn là một trong những lĩnh vực kinh doanh đem lại doanh thu và lợi nhuận chính cho OCH. Thông qua công ty OCC – đơn vị thành viên của mình, OCH hiện sở hữu hai thương hiệu giàu giá trị di sản: **Bánh Givral** – biểu tượng ẩm thực Sài Gòn với hơn 70 năm lịch sử, và **Kem Tràng Tiền** – thương hiệu gắn liền với ký ức Hà Nội từ năm 1958.

Trong bối cảnh thị trường F&B cạnh tranh khốc liệt và chịu áp lực từ chi phí nguyên liệu, mảng thực phẩm chưa đạt mức tăng trưởng như kỳ vọng. Cụ thể, năm 2025, Bánh Givral ghi nhận doanh thu đạt 99% kế hoạch và lợi nhuận sau thuế đạt 108% kế hoạch; Kem Tràng Tiền đạt 102% kế hoạch doanh thu và 99% kế hoạch lợi nhuận.

Dù đối mặt với áp lực chi phí nguyên liệu và sự “thanh lọc” gay gắt của thị trường F&B, năm 2025 tiếp tục khẳng định vai trò trụ cột của mảng thực phẩm khi hai thương hiệu di sản vẫn duy trì sức bật ổn định thông qua chiến lược quản trị tinh gọn và làm mới giá trị thương hiệu theo hướng hiện đại, phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới.

Đối với **Kem Tràng Tiền**, năm 2025 đánh dấu bước phát triển mở rộng về quy mô và nhận diện. Doanh thu đạt 102% kế hoạch, với hệ thống phân phối tăng trưởng mạnh lên 410 điểm bán trên toàn quốc, kết hợp mô hình nhượng quyền linh hoạt và cửa hàng flagship



tại 18 Ngõ Quyền. Danh mục sản phẩm tiếp tục được làm mới với các dòng kem Mãng Cầu, “Thức uống di sản” và quà tặng cao cấp như Bánh chưng Tràng Tiền. Đặc biệt, việc ra mắt nhân vật đại diện Hanomi đã góp phần trẻ hóa thương hiệu, tạo cầu nối hiệu quả giữa giá trị truyền thống và thế hệ khách hàng trẻ.

Bên cạnh đó, thương hiệu Bánh Givral với bề dày hơn 70 năm lịch sử cũng ghi nhận những dấu ấn chiến lược quan trọng. Dù doanh thu thực hiện đạt 99% kế hoạch do sự thận trọng chung của thị trường tiêu dùng cao cấp, lợi nhuận sau thuế của Givral lại bứt phá đạt 108% chỉ tiêu, minh chứng cho năng lực tối ưu hóa quy trình sản xuất và quản trị chi phí vận hành hiệu quả. Năm 2025 ghi dấu sự chuyển mình mạnh mẽ của Givral trong hoạt động số hóa với việc ra mắt giao diện website mới vào tháng 05/2025, giúp tối ưu hóa hành trình khách hàng và thúc đẩy kênh bán hàng trực tuyến. Đồng thời, thương hiệu tiếp tục khẳng định thế mạnh R&D qua các dòng sản phẩm mới kết hợp tinh tế giữa phong cách Âu truyền thống và hơi thở hiện đại. Đặc biệt, mùa kinh doanh bánh Trung thu 2025 đã gặt hái thành công lớn với doanh thu tăng trưởng khoảng 13% so với năm trước, củng cố vững chắc vị thế dẫn đầu của Givral trong phân khúc quà tặng trung thu cao cấp tại thị trường miền Nam.



6 Hoạt động đầu tư



Dự án Khách sạn Starcity Westlake:

Dự án do Công ty Cổ phần Viptour-Togi (công ty con của OCH) làm chủ đầu tư; Địa điểm: Số 10 Trần Vũ, Phường Ba Đình, Thành phố Hà Nội; Tổng mức đầu tư 230 tỷ đồng; Quy mô dự án: Khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao, gồm 3 tầng hầm và 09 tầng nổi tương đương với 20.940 m² sàn xây dựng; Hiện nay Công ty Cổ phần Viptour-Togi đang thực hiện các thủ tục tiếp tục triển khai dự án.

Dự án nhà máy Bình Hưng:

Địa điểm: Số 7 đường 7 Khu công nghiệp Vsip – Phường Từ Sơn, Bắc Ninh; Dự án do Công ty TNHH Sản xuất Bình Hưng (công ty con của Công ty Cổ phần Bánh Givral) làm Chủ đầu tư. Khu đất có diện tích ~ 1.3ha, nhà xưởng sản xuất ~ 4.400 m², thời gian sử dụng đến năm 2057. Hiện nay, phần diện tích nhà xưởng đang được cho thuê nhằm tăng doanh thu. Dự án đang

được tiếp tục lập hồ sơ cải tạo và mở rộng giai đoạn 2 để phục vụ việc phát triển sản xuất và cho thuê bất động sản công nghiệp.

Trong thời gian tới, OCH lên kế hoạch xây dựng và M&A để tăng danh mục khách sạn, tòa nhà văn phòng tại các thành phố lớn thông qua các khoản đầu tư vào các công ty liên kết có thể kể đến như: Dự án Melia Hạ Long Bay, MGallery Ninh Vân Bay, Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội...



CÁC THÀNH TỰU TRONG NĂM 2025



1 Lĩnh vực kinh doanh bất động sản

Trong năm 2025, mảng kinh doanh khách sạn và bất động sản nghỉ dưỡng của OCH tiếp tục ghi nhận những dấu ấn quan trọng, đóng góp tích cực vào tổng doanh thu của Tập đoàn.

Tại thị trường trọng điểm Nha Trang, các khách sạn chủ lực mang thương hiệu 5 sao của OCH đều ghi nhận kết quả kinh doanh vượt xa kế hoạch.

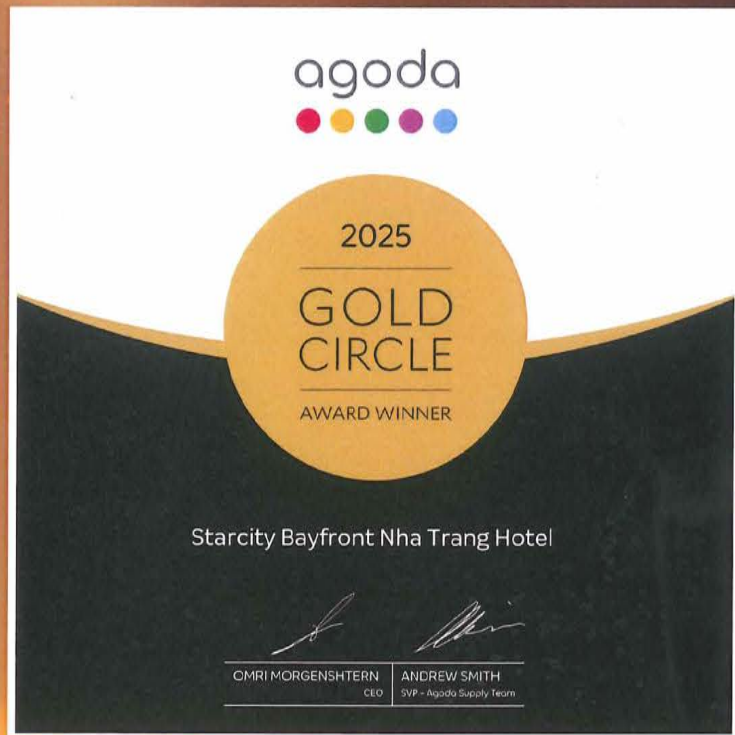
Starcity Bayfront Nha Trang doanh thu khách sạn đạt 76 tỷ đồng (đạt 137% kế hoạch) với công suất phòng trung bình lên tới 78,4%. Thành quả này đến từ chiến lược kinh doanh linh hoạt, tập trung khai thác hiệu quả sự phục hồi của thị trường khách quốc tế truyền thống như Nga, đồng thời mở rộng sang các thị trường mới tiềm năng như Ba Lan, Úc và Nhật Bản.

Bên cạnh hoạt động lưu trú, khách sạn đã thành công trong việc làm mới hệ sinh thái dịch vụ bằng cách ra mắt thương hiệu ẩm thực **Phở Gấm** - mang hương vị phở bò Hà Nội truyền thống vào thành phố biển Nha Trang. Lấy cảm hứng từ chất liệu "gấm vóc" - biểu tượng cho sự tinh xảo, bền bỉ và sang trọng trong văn hóa Việt, Phở Gấm hướng

tới sự chắt chiu trong từng bát phở, từ nước dùng, thứ thịt cho đến cách thưởng thức. Nơi đây, giá trị truyền thống được chắt lọc và nâng niu trong một không gian hiện đại, gần gũi và đầy cảm xúc.



Uy tín của khách sạn cũng được khẳng định qua điểm số đánh giá cao trên các nền tảng trực tuyến như Google, Booking.com, Agoda và TripAdvisor. Những chỉ số này phản ánh hiệu quả của chiến lược duy trì hình ảnh thương hiệu chuyên nghiệp, dịch vụ ổn định và trải nghiệm khách hàng tích cực, đồng thời góp phần củng cố độ tin cậy của khách sạn trên thị trường quốc tế.



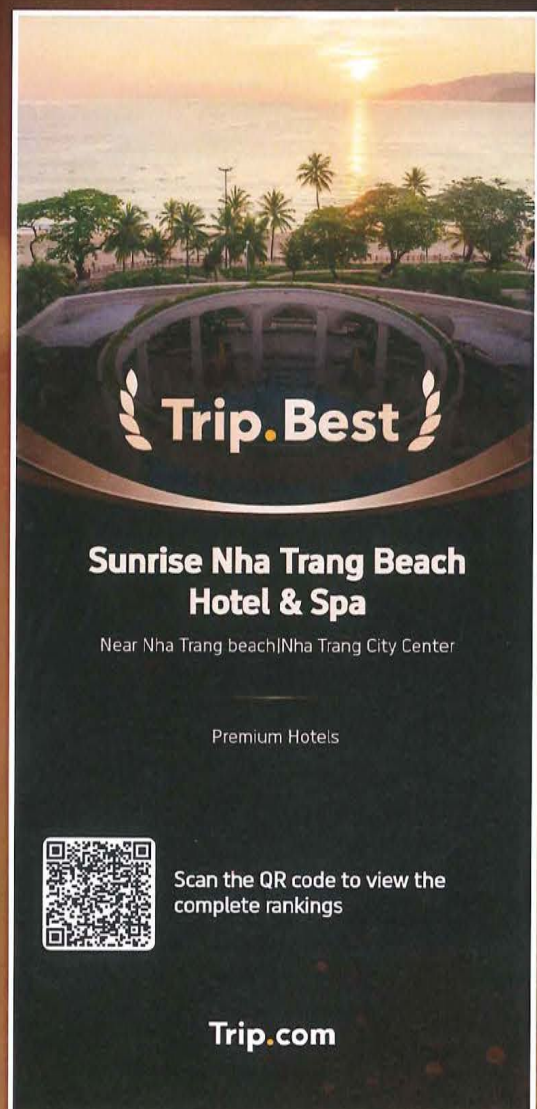
Năm 2025, khách sạn vinh dự nhận giải thưởng Gold Circle Award lần thứ 1 từ Agoda, minh chứng cho chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng xuất sắc.



Đáng chú ý, cuối năm 2025, StarCity Nha Trang chính thức thay đổi nhận diện thương hiệu với tên gọi mới: Starcity Bayfront Nha Trang, mở ra một chương phát triển mới: trẻ trung, hiện đại, và phù hợp hơn với tầm nhìn dài hạn của thương hiệu.

Cùng với Starcity Bayfront Nha Trang, khách sạn **Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa** cũng tiếp tục khẳng định vị thế là một trong những biểu tượng nghỉ dưỡng cao cấp tại thành phố biển này.

Trong năm, khách sạn tích cực mở rộng mạng lưới đối tác quốc tế thông qua các chương trình Famtrip, thu hút sự chú ý từ các thị



Năm 2025, khách sạn đạt danh hiệu "Top Premium Hotels in Nha Trang 2025" từ Trip.com, minh chứng cho chất lượng dịch vụ ổn định và mức độ hài lòng cao của khách hàng



trường trọng điểm như Nga, Ba Lan, Úc và Nhật Bản, tạo đà cho sự tăng trưởng khách quốc tế trong giai đoạn tới.

Trong năm qua, khách sạn đã đẩy mạnh hiện diện trên các nền tảng số (Facebook, TikTok, Website) và các kênh đặt phòng trực tuyến (OTA) như Booking.com, Agoda, Expedia. Đặc biệt, Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa còn vinh dự nhận giải “Traveller Review Award 2025” từ Booking.com và danh hiệu “Top Premium Hotels in Nha Trang 2025” từ Trip.



com. Những thành tựu này là minh chứng cho chất lượng dịch vụ ổn định và mức độ hài lòng cao của khách hàng, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ hoạt động marketing và mở rộng thị trường quốc tế.

Năm 2025 cũng đánh dấu một cột mốc quan trọng của OCH trong lĩnh vực bất động sản nghỉ dưỡng với sự ra mắt của khách sạn Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội – “cung điện đương đại” bên bờ Hồ Tây. Thông qua một Công ty liên kết, dự án đánh dấu sự kết hợp hoàn hảo giữa Dusit International – tập đoàn khách sạn Thái Lan hơn 70 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Bất động sản. Đây là dự án chiến lược của OCH, đánh dấu bước tiến quan trọng trong hành trình tái cấu trúc và mở rộng hệ sinh thái hospitality.

Ngay sau khi vận hành, khách sạn Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội đã nhanh chóng ghi dấu ấn trong giới du lịch cao cấp, đạt 9.2/10 điểm trên Booking.com và 4.5/5 sao trên TripAdvisor, được khen ngợi vì vị trí thuận tiện, dịch vụ tinh tế và không gian “đậm chất Hà Nội”.

Năm 2025, Dusit Cung điện Từ Hoa Hà Nội cũng đã xuất sắc nhận giải thưởng quốc tế về Thiết kế và Nội thất, ghi nhận sự sáng tạo trong việc kết hợp kiến trúc đương đại với cảm hứng văn hóa truyền thống Việt Nam, góp phần củng cố hình ảnh của khách sạn như một công trình mang tính biểu tượng bên Hồ Tây.

2 Lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống (F&B)

LAN TỎA RỘNG RÃI
ĐIỂM CHẠM DI SẢN

410 + CỬA HANG

Check-in 03 trạm dừng chân mới

18 NGŨ QUYỀN 2018 TRẦN QUỐC HOÀN CUNG ĐIỆN TỬ HOÀ

Bên cạnh sự bứt phá của khối khách sạn và bất động sản nghỉ dưỡng, lĩnh vực Thực phẩm và Đồ uống (F&B) cũng ghi nhận một năm 2025 đầy khởi sắc với những kết quả kinh doanh ấn tượng từ các thương hiệu cốt lõi.

Tiếp nối sứ mệnh lan tỏa hương vị vượt thời gian, Kem Tràng Tiên ghi dấu những bước phát triển đáng tự hào, từng bước khẳng định vị thế biểu tượng ẩm thực - văn hóa của Thủ đô.

Trong năm nay, thương hiệu tiếp tục mở rộng dấu chân trên bản đồ Việt Nam, hiện diện ngày càng rộng khắp từ trung tâm đô thị đến các tỉnh thành, từ cửa hàng truyền thống đến hệ thống đại lý và mô hình nhượng quyền. Mỗi điểm bán mới không chỉ là một địa chỉ kinh doanh, mà là một điểm chạm văn hóa, nơi ký ức Hà Nội được mang theo và lan tỏa.

Hệ thống đại lý và điểm bán tăng trưởng tích cực với 410 cửa hàng phủ rộng trên dải đất hình chữ "S". Kem Tràng Tiên ngày càng trở thành lựa chọn quen thuộc của khách hàng địa phương lẫn du khách quốc tế.



Đặc biệt, năm 2025 đánh dấu một bước chuyển mình quan trọng khi Kem Tràng Tiên chính thức ra mắt Cửa hàng chính hãng tại 18 Ngũ Quyền. Không chỉ dừng lại ở một điểm bán, đây là không gian di sản đột phá, nơi Kem Tràng Tiên kể câu chuyện di sản bằng ngôn ngữ của kiến trúc hiện đại.



Hành trình di sản tiếp tục được mở rộng qua dòng sản phẩm Bánh Tráng Tiên, nổi bật với Bánh chưng Tráng Tiên – tiên phong ứng dụng công nghệ hấp độc quyền và đóng gói túi nhôm 4 lớp, nâng tầm bánh chưng truyền thống trở thành quà Tết cao cấp, sang trọng. Bên cạnh đó, Bánh chưng Bé Tráng Tiên ghi điểm bởi sự tiện lợi, gọn nhẹ, phù hợp với nhịp sống hiện đại.



Cùng với đó, thương hiệu ra mắt Mô hình cửa hàng nhượng quyền đưa hương vị di sản vươn xa với công thức độc quyền, kết hợp giữa vị Kem truyền thống & xu hướng đồ uống hiện đại, mở ra hướng phát triển bền vững cho thương hiệu trong giai đoạn tiếp theo.



Bên cạnh Kem Tráng Tiền, thương hiệu Givral Bakery cũng thể hiện những bước tiến nổi bật trong việc ra mắt các sản phẩm mới.

Trong năm 2025, Givral tiếp tục phát huy thế mạnh nghiên cứu và phát triển sản phẩm khi liên tục giới thiệu các dòng bánh mới nhằm đáp ứng xu hướng tiêu dùng và nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Một số sản phẩm tiêu biểu được ra mắt trong năm có thể kể đến như bánh Peach Cheese Entremet, Flan Jelly, Tart phô mai trân châu lemon, Banana Coconut Danish,... cùng nhiều dòng bánh với hương vị mới lạ.

Việc kết hợp giữa phong cách bánh Âu truyền thống và những biến tấu hiện đại đã góp phần làm phong phú danh mục sản phẩm, mang đến thêm nhiều lựa chọn cho khách hàng khi trải nghiệm tại hệ thống cửa hàng.

Đặc biệt, mùa kinh doanh bánh Trung Thu năm 2025 của Givral ghi nhận kết quả tích cực với doanh thu tăng trưởng ~ 13% so với năm trước. Thành công này đến từ việc duy trì chất lượng sản phẩm ổn định, cải tiến mẫu mã và không ngừng nâng cao trải nghiệm khách hàng, qua đó tiếp tục khẳng định vị thế của Givral trong phân khúc bánh trung thu truyền thống cao cấp.



CÁC YẾU TỐ RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1 Rủi ro về tình hình địa chính trị – kinh tế

Bước sang giai đoạn 2025 – 2026, rủi ro địa chính trị và kinh tế vĩ mô đã chuyển dịch từ trạng thái phục hồi sang biến động phức tạp. Mặc dù năm 2025 Việt Nam đạt mức tăng trưởng ấn tượng 8,02%, nhưng độ mở lớn của nền kinh tế khiến các doanh nghiệp phải đối mặt với các áp lực ngoại biên ngày càng gia tăng.

Việc Mỹ tăng thuế đối với một số nhóm hàng Việt Nam từ giữa năm 2025 đã báo hiệu một kỷ nguyên bảo hộ thương mại gắt gao, ảnh hưởng trực tiếp đến dòng vốn FDI và dự trữ ngoại hối, từ đó tác động gián tiếp đến tâm lý đầu tư trong nước. Hơn thế, dự báo căng thẳng tại khu vực Trung Đông, đặc biệt là nguy cơ xung đột giữa Mỹ và Iran, sẽ tạo ra rủi ro lạm phát nhập khẩu. Giá năng lượng và chi phí vận tải biển tăng cao sẽ đẩy chi phí logistics của toàn hệ thống OCH/OCC lên mức kỷ lục. Trong lĩnh vực hospitality, bất ổn địa chính trị làm tăng chi phí vốn và biến động tỷ giá. Đối với các dự án cao cấp tại Nha Trang và



Hà Nội, rủi ro này làm chậm tiến độ đầu tư và làm suy giảm sức mua của phân khúc khách hàng thượng lưu vốn nhạy cảm với biến động vĩ mô. Trong ngành F&B, rủi ro lớn nhất nằm ở sự đứt gãy chuỗi cung ứng nguyên liệu. Việc phụ thuộc vào các nguyên liệu nhập khẩu (bột mì, bơ, sữa...) khiến biên lợi nhuận của OCC bị đe dọa khi chi phí nhập khẩu và bảo hiểm vận tải tăng cao do chiến tranh quốc tế.

11/2025

2 Rủi ro về biến đổi khí hậu



Trong giai đoạn hiện nay, biến đổi khí hậu không còn là một dự báo xa vời mà đã trở thành tác nhân trực tiếp hiện diện trong báo cáo tài chính của doanh nghiệp. Tiếp nối những tổn thất nặng nề từ siêu bão Yagi năm 2024, năm 2025 lại chứng kiến sự khắc nghiệt của thời tiết tại khu vực miền Trung, gây ra những gián đoạn cục bộ trong chuỗi cung ứng và ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trên diện rộng.

Đối với lĩnh vực bất động sản nghỉ dưỡng, các cơ sở tại Nha Trang thường xuyên phải đối mặt với rủi ro thiên tai vùng ven biển, dẫn

đến việc gia tăng đáng kể chi phí bảo trì, tái thiết hạ tầng và phí bảo hiểm tài sản. Đặc biệt, việc tuân thủ Quyết định số 21/2025/QĐ-TTg về danh mục xanh là một thách thức lớn, đòi hỏi Công ty phải gia tăng nguồn vốn đầu tư vào chuyển đổi năng lượng sạch và các giải pháp vận hành thân thiện với môi trường nhằm duy trì vị thế của các khách sạn tiêu chuẩn 5 sao bền vững.

Trong khi đó, ngành Thực phẩm và Đồ uống (F&B) cũng chịu áp lực không nhỏ khi điều kiện thời tiết không ổn định ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất nông nghiệp nội địa. Điều

này gây ra sự biến động mạnh về giá các nguyên liệu đầu vào thiết yếu như đường, hoa quả và nông sản. Bên cạnh đó, sự chuyển dịch mạnh mẽ của thị trường sang xu hướng “tiêu dùng xanh” buộc các thương hiệu như Givral và Kem Tràng Tiền phải chủ động thay đổi lộ trình bao bì, tối ưu hóa quy trình xử lý chất thải. Dù đây là bước đi tất yếu để bảo vệ thương hiệu, nhưng việc đầu tư hệ thống đồng bộ ngay từ giai đoạn đầu sẽ tạo ra áp lực tài chính nhất định, đòi hỏi doanh nghiệp phải có chiến lược phân bổ nguồn lực linh hoạt để đảm bảo hiệu quả kinh doanh.

3 Rủi ro trong kinh doanh

Năm 2025, mặc dù ngành du lịch và F&B đã ghi nhận những chỉ số tăng trưởng ấn tượng, song thực tế thị trường cũng đặt ra những rào cản cạnh tranh khốc liệt, đòi hỏi doanh nghiệp phải có chiến lược thích ứng linh hoạt.

Trong lĩnh vực du lịch và khách sạn, rủi ro lớn nhất nằm ở áp lực dư cung và sự biến động chi phí vận chuyển. Với việc hệ thống lưu trú tại các thị trường trọng điểm như Nha Trang và Hà Nội đều đã vượt ngưỡng 70.000 phòng, sự cạnh tranh về giá và chất lượng dịch vụ giữa các đối thủ cùng phân khúc 4 - 5 sao ngày càng trở nên gay gắt. Bước sang năm 2026, rủi ro giá vé máy bay tăng cao do biến động giá nhiên liệu thế giới có thể làm sụt giảm đáng kể lượng khách quốc tế từ các thị trường xa và khách du lịch đoàn. Điều này dẫn đến nguy cơ công suất phòng không đạt kỳ vọng nếu Tập đoàn không kịp thời chuyển dịch trọng tâm sang phân khúc khách MICE (khách du lịch kết hợp hội họp, khen thưởng, hội thảo và sự kiện/triển lãm), khách doanh nhân và các sản phẩm du lịch trải nghiệm tại chỗ (staycation) để bù đắp sự thiếu hụt.

Đối với ngành F&B, đặc biệt là các phân khúc bánh tươi và kem tươi của Givral và Kem Tràng Tiền, rủi ro thị trường thể hiện qua giai đoạn thanh lọc tự nhiên đầy khắc nghiệt. Việc hơn 50.000 cửa hàng F&B đóng cửa trong nửa đầu năm 2025 là minh chứng cho sự bão hòa của các mô hình kinh doanh truyền thống. Sự bùng nổ của các chuỗi quốc tế và sự thay



đổi nhanh chóng trong hành vi mua sắm trực tuyến buộc Công ty phải đổi mới không ngừng. Bên cạnh đó, bài toán thu hút và giữ chân nhân tài trong kỷ nguyên kinh tế số cũng là một rủi ro đáng kể. Chi phí nhân công trình độ cao tăng lên cùng với sự cạnh tranh gay gắt về quỹ lương từ các tập đoàn đa quốc gia tạo ra áp lực lớn lên chi phí quản lý, đòi hỏi OCH phải tối ưu hóa quy trình vận hành và đẩy mạnh văn hóa doanh nghiệp để duy trì lợi thế cạnh tranh.

NHẬN ĐỊNH TÌNH HÌNH KINH TẾ VĨ MÔ NĂM 2026, VÀ KẾ HOẠCH NĂM 2026; ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1 Đánh giá triển vọng kinh tế vĩ mô năm 2026 và định hướng phát triển năm 2026

Năm 2026 được kỳ vọng là năm bản lề, kế thừa nền tảng tăng trưởng tích cực của năm 2025 (GDP đạt 8,02%, lạm phát được kiểm soát quanh mức 3–3,5%), nền kinh tế đã tạo lập một nền tảng ổn định, thúc đẩy sức cầu nội địa và xu hướng tiêu dùng cao cấp. Đây là “đòn bẩy” quan trọng giúp lĩnh vực Du lịch và Khách sạn bứt phá kỷ lục khi đón 21,2 triệu lượt khách quốc tế, trực tiếp tối ưu hóa công suất phòng tại các thị trường trọng điểm của OCH như Hà Nội và Nha Trang.

Mặc dù bức tranh chung khá rạng sáng, nền kinh tế vẫn phải đối mặt với những “làn gió ngược” từ sự gia tăng của chủ nghĩa bảo hộ thương mại và các biến động địa chính trị phức tạp tại khu vực Trung Đông. Những bất ổn này không chỉ làm đứt gãy cục bộ chuỗi cung ứng mà còn đẩy chi phí logistics và giá nguyên liệu đầu vào tăng cao, tạo áp lực trực tiếp lên biên lợi nhuận của mảng Thực phẩm (F&B). Trong bối cảnh thị trường F&B đang bước vào giai đoạn thanh lọc khốc liệt, OCH xác định việc nhạy bén đón đầu xu hướng tiêu dùng xanh và đẩy mạnh chuyển đổi số là chìa khóa then chốt để duy trì năng lực cạnh tranh, biến những thách thức vĩ mô thành cơ hội để khẳng định vị thế thương hiệu trên thị trường.



2 Kế hoạch hoạt động năm 2026 của OCH và các đơn vị thành viên

Bên cạnh định hướng phát triển mảng thực phẩm và đồ uống thông qua công ty One Capital Consumer (OCC), năm 2026, OCH tiếp tục hướng mũi nhọn vào lĩnh vực Bất động sản nghỉ dưỡng, tập trung phát triển và hoàn thiện các khách sạn 5 sao như Khách sạn Dusit Cung Điện Từ Hoa Hà Nội, Starcity Bayfront Nha Trang, Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa đồng thời triển khai các dự án mới tiềm năng như: Dự án số 10 Trần Vũ, MGallery Ninh Vân Bay - Nha Trang và Melia Hạ Long Bay,...

Bước sang năm 2026, để chuẩn bị cho một chu kỳ tăng trưởng mới đầy tham vọng, OCH dự kiến sẽ trình ĐHĐCĐ phương án tăng bổ sung vốn điều lệ trong năm 2026 nhằm mở rộng quy mô hoạt động, bổ sung nguồn lực tài chính cho các dự án chiến lược sắp tới, hướng tới giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ và bền vững. Việc củng cố năng lực tài chính này chính là nền tảng để OCH không chỉ đứng vững trước các cú sốc ngoại biên mà còn sẵn sàng thâm nhập các cơ hội thị trường, hiện thực hóa mục tiêu trở thành tập đoàn đa ngành dẫn đầu trong giai đoạn 2026-2030.



Kế hoạch kinh doanh năm 2026 – Hợp nhất

(Đơn vị: VND)

Stt	Chỉ tiêu	Thực hiện 2025	Kế hoạch 2026	Tỷ lệ thực hiện/ Kế hoạch
1	Tổng doanh thu	1.156.118.434.487	1.704.088.160.853	147%
2	Tổng chi phí	1.023.966.833.568	1.296.454.242.756	127%
3	Tổng lợi nhuận trước thuế	132.151.600.919	407.633.918.097	308%
4	Lợi nhuận sau thuế	97.468.149.609	365.108.244.046	375%

Tổng lợi nhuận trước thuế của Kế hoạch kinh doanh năm 2026 – Công ty mẹ OCH

(Đơn vị: VND)

Stt	Chỉ tiêu	Thực hiện 2025	Kế hoạch 2026	Tỷ lệ thực hiện/ Kế hoạch
1	Tổng doanh thu	330.309.239.836	599.552.102.101	182%
2	Tổng chi phí	300.587.561.651	320.115.157.955	106%
3	Lợi nhuận trước thuế	29.721.678.185	279.436.944.146	940%
4	Lợi nhuận sau thuế	29.721.678.185	279.436.944.146	940%

Số liệu Kế hoạch kinh doanh năm 2026 Hợp nhất và Công ty mẹ sẽ được trình trong Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2026.

Các giải pháp quản trị của Ban điều hành

Để triển khai kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2026, Ban Điều Hành đề xuất các giải pháp như sau:

a. Nhóm giải pháp quản trị điều hành

Sự gắn kết và đồng lòng giữa Hội đồng quản trị, Ban điều hành và tập thể người lao động trong năm 2026 sẽ tạo nên những bước chuyển tích cực trong mô hình quản trị và điều hành của OCH. Cụ thể:

- Thông qua việc áp dụng mô hình mua hàng tập trung, hiện đại và tối ưu hóa quá trình sản xuất của Ban điều hành, Công ty đã giảm thiểu được chi phí sản xuất đồng thời tiết kiệm chi phí quản lý doanh nghiệp;

- Ban điều hành tập trung tăng cường năng lực sản xuất của các đơn vị thành viên bằng cách đầu tư vào công nghệ và đào tạo, huấn luyện nhân sự sản xuất trực tiếp. Hiểu biết và kiến thức về các mô hình quản lý sản xuất hiện đại (Kaizen, 5S...) là chìa khóa để sản xuất hiệu quả và an toàn. Chúng tôi cũng liên tục áp dụng công nghệ vào việc nâng cao năng lực quản lý giám sát, triển khai hệ thống ERP cho doanh nghiệp, tối ưu hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh,...

- Ban điều hành tiếp tục kiện toàn nhân sự tại các phòng ban chuyên môn, tạo sự phối hợp chặt chẽ trong công việc giữa các phòng, ban, bộ phận đồng thời tăng cường phối kết hợp với Ban điều hành các đơn vị thành viên, kịp thời nắm bắt diễn biến, đưa ra các giải pháp thiết thực hỗ trợ các đơn vị thành viên gặp khó khăn.

- Với cam kết cung cấp dịch vụ hoàn hảo và đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Ban điều hành đã và đang hỗ trợ các đơn vị thành viên triển khai các công nghệ và giải pháp để quản lý và nâng cao trải nghiệm khách hàng nhằm tăng cường sự hài lòng của khách hàng và đưa sản phẩm của OCH đến gần hơn với người tiêu dùng.

- Bên cạnh đó, Ban điều hành thường xuyên theo sát tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh đã được phê duyệt để có thể triển khai đồng bộ các biện pháp về nguồn vốn, sản phẩm, thị trường, lao động tiền lương nhằm hỗ trợ các đơn vị thành viên tháo gỡ khó khăn, vướng mắc để hoàn thành kế hoạch SXKD đề ra.

b. Tăng cường chiến lược xây dựng thương hiệu, chất lượng dịch vụ

- Thương hiệu không chỉ là công cụ nhận diện sản phẩm giữa các doanh nghiệp mà còn là biểu tượng của uy tín, danh tiếng và tài sản vô hình, thể hiện niềm



tin của người tiêu dùng.

- Với OCH, thương hiệu là yếu tố cốt lõi quyết định thành công, không chỉ thể hiện qua kết quả tài chính mà còn ở mức độ lan tỏa và sức mạnh cộng hưởng trên thị trường. Chiến lược thương hiệu đóng vai trò trung tâm trong việc định hình bản sắc, nâng cao nhận thức và định vị Công ty trong ngành khách sạn và thực phẩm đầy cạnh tranh.

- Chiến lược này được thiết kế toàn diện, phản ánh giá trị cốt lõi, tầm nhìn và sứ mệnh vì cộng đồng. Ban Điều hành xác định rõ trọng tâm là hiểu sâu khách hàng mục tiêu và động lực thị trường, từ đó định hình sản phẩm – dịch vụ phù hợp thông qua nghiên cứu chuyên sâu và dữ liệu hành vi tiêu dùng.

- Trong năm 2026, OCH định hướng các đơn vị thành viên tập trung cải tiến chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đồng thời củng cố hình ảnh thương hiệu nhằm gia tăng mức độ nhận diện và xây dựng lòng tin vững chắc nơi khách hàng.

c. Giải pháp về thị trường

■ Đối với hoạt động Khách sạn

- Các khách sạn trong hệ thống của OCH đẩy mạnh bán hàng qua kênh OTA – kênh bán phòng trực tuyến thứ 3 để có thể bán phòng hiệu quả đồng thời quảng bá thương hiệu, marketing khách sạn. Đây cũng là xu thế trong ngành kinh doanh khách sạn, du lịch hiện nay;

- Chú trọng phát triển thị trường khách nội địa bằng cách gặp gỡ trực tiếp với các đại lý du lịch lớn tại TP Hà Nội, TP Hồ Chí Minh bên cạnh việc xúc tiến thị trường Hàn Quốc, Úc, Ấn Độ; Tìm các phương án để đưa thị trường Nhật vào trong tệp khách hàng của Khách sạn;

- Duy trì chính sách giá ưu đãi dành cho khách nội địa, đặc biệt các chính sách dành cho khách địa phương, khách quay lại, khách gia đình, khách VIPs, khách công vụ, khách ở dài hạn... như chính sách giá phòng ưu đãi, nâng cấp phòng miễn phí, chính sách dành cho trẻ em;

- Đẩy mạnh công tác tổ chức sự kiện tiệc cưới trong năm cho khách sạn Starcity Nha Trang kết hợp dịch vụ hội nghị, hội thảo;

- Tiếp tục triển khai theo dõi giá bán hàng ngày của các đối thủ cạnh tranh trực tiếp cũng như các khách sạn ở các khu vực lân cận nhằm đưa ra chiến lược giá bán linh hoạt nhất có thể;

- Tích cực tìm kiếm các bất động sản tiềm năng có tính thanh khoản cao tại các địa bàn trên cả nước

■ Đối với hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm

- Với thương hiệu Bánh Givral Since 1950: Chất lượng bánh vượt trội cùng phân khúc giá với các đối thủ đứng đầu tại thị trường sẽ giúp Givral tiếp tục phát triển hệ thống cửa hàng bán lẻ để giữ vững vị trí trong top 3 thương hiệu bánh tươi, bánh sinh nhật tại khu vực TP. Hồ Chí Minh.

- Với thương hiệu Kem Tràng Tiên since 1958: Năm 2026, Kem Tràng Tiên cũng đang từng bước số hóa các hoạt động kinh doanh và đưa thêm các trải nghiệm độc đáo cho khách hàng khi thưởng thức Kem tại các cửa hàng. Tiếp nối thành công của việc ra mắt các sản phẩm mới, Kem Tràng Tiên sẽ tiếp tục phát triển thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm và kênh tiêu thụ, tiếp tục mở rộng hơn hệ thống cửa hàng nhượng quyền.



- Bên cạnh đó công ty cũng tập trung xây dựng dữ liệu khách hàng tập trung trên nền tảng số làm cơ sở để quảng cáo hình ảnh sản phẩm Givral, Kem Tràng Tiên đến các khách hàng tiềm năng và tổ chức các lớp huấn luyện nâng cao kỹ năng bán hàng và phục vụ chuyên nghiệp.

- Ngoài ra, công ty đẩy mạnh phát triển những kênh bán sỉ như hệ thống nhà hàng, khách sạn lớn, trường học và cửa hàng cà phê trong thành phố.

d. Nhóm giải pháp nguồn vốn, quản lý tài chính

Để có thể triển khai được các dự án mới và cơ cấu lại các khoản công nợ lớn theo kế hoạch, ngoài nguồn vốn đã tích lũy, Ban Điều hành dự kiến các giải pháp về nguồn vốn gồm:

- Thuê đơn vị chuyên nghiệp đánh giá giá trị tài sản, vốn chủ sở hữu, giá trị cổ phần tại các công ty



con trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn để báo cáo Hội đồng quản trị phương án cơ cấu vốn, hỗ trợ vốn cho phù hợp;

- Tiếp tục triển khai kế hoạch đầu tư mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh ở Công ty Cổ phần Bánh Givral và Công ty Cổ phần Kem Tràng Tiền từ nguồn vốn tích lũy tại các đơn vị thành viên và nguồn vốn huy động.
- Đẩy mạnh công tác thu hồi công nợ, đưa ra các biện pháp quyết liệt bao gồm tiến hành khởi kiện trong việc xử lý nợ xấu, xây dựng phương án tái cơ cấu các khoản công nợ phải trả đến hạn ở một số đơn vị thành viên;
- Hoàn thiện các thủ tục pháp lý, tháo gỡ các vướng

mắc đối với các dự án đầu tư của Công ty làm cơ sở cho việc triển khai dự án trên nguyên tắc đảm bảo được quyền tự chủ về tài chính của công ty;

- Huy động vốn từ việc chào bán cổ phiếu riêng lẻ nhằm tăng quy mô vốn hiện hữu, bổ sung nguồn vốn để đẩy mạnh hoạt động đầu tư, tăng quy mô hoạt động.

e. Nhóm giải pháp về nhân sự

- Nguồn nhân lực là một trong những yếu tố chính cấu thành nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp do đó OCH đã và đang tiếp tục kiện toàn bộ máy tổ chức theo hướng tinh gọn và hiệu quả cao, bố trí chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban phù hợp để phát huy được tối ưu hiệu quả công việc.
- Tuyển bổ sung những nhân sự giỏi cho các vị trí nghiệp vụ. Tăng cường công tác đào tạo về nghiệp vụ, kỹ năng quản lý, kỹ năng mềm đối với cán bộ quản lý, nhân viên nghiệp vụ.
- Với các công ty hoạt động kinh doanh khách sạn: Năm 2026 dự kiến thị trường du lịch gặp khó khăn do chiến tranh Trung Đông. Theo đó, định biên nhân sự sẽ phải điều chỉnh linh hoạt.
- Đối với hoạt động sản xuất bánh, kem: Bám sát kế hoạch định biên, định mức lao động, nâng cao năng suất lao động. Tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao tay nghề, nâng bậc thợ nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm.
- Hàng năm công ty cũng tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho CBCNV và quan tâm, hỗ trợ cho CBCNV có hoàn cảnh khó khăn.

f. Thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường, hướng tới phát triển bền vững

- Ô nhiễm môi trường không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến hệ sinh thái, sức khỏe con người mà còn ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Muốn phát triển bền vững thì trong sự phát triển phải tính đến yếu tố bảo vệ môi trường. OCH nhất quán chủ trương phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của toàn hệ thống không gây tác động xấu đến môi trường tự nhiên. OCH luôn xác định thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường hướng tới phát triển bền vững là một trong những việc làm cần thiết, thể hiện quyết tâm trở thành doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm.

g. Nhóm giải pháp về hoạt động khác

- Rà soát, đánh giá hiệu quả các dự án đầu tư hiện nay và xem xét trình cấp có thẩm quyền phê duyệt thoái vốn tại các dự án không hiệu quả.

Các kế hoạch và chiến lược của OCH trong năm 2026

Tiếp nối đà tăng trưởng giai đoạn 2022–2025, OCH xác định năm 2026 là một năm không chỉ để tăng trưởng, mà để xây dựng nền tảng cho một chu kỳ phát triển dài hạn hơn. Trọng tâm của chúng tôi không đơn thuần là mở rộng quy mô, mà là nâng cao chất lượng tăng trưởng, củng cố năng lực vận hành và tối ưu hóa hiệu quả dòng tiền từ các tài sản hiện hữu.

Trong năm 2026, OCH sẽ triển khai đồng thời các giải pháp kiểm soát chi phí, tối ưu hóa xu hướng thị trường và hiệu quả vận hành, hướng tới hoàn thành các mục tiêu tài chính quan trọng. Những nền tảng tài chính vững chắc được xây dựng hôm nay sẽ là cơ sở để OCH đầu tư mạnh mẽ hơn cho các cơ hội dài hạn trong tương lai.

■ Khai thác và phát triển hệ thống Khách sạn và Bất động sản

OCH tiếp tục tập trung khai thác các khách sạn 5 sao trong hệ thống, phát triển một hệ sinh thái bổ trợ lẫn nhau bao gồm lưu trú, hội họp, giải trí, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ ẩm thực và trải nghiệm văn hóa Việt. Đây là cách tiếp cận nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng và mở rộng các nguồn doanh thu bổ trợ, gia tăng hiệu quả khai thác tài sản.

Song song với việc tối ưu hóa dòng tiền từ các khách sạn đang vận hành, OCH sẽ tập trung nguồn lực vào lĩnh vực bất động sản dòng tiền, tăng cường hợp tác chiến lược và nâng tỷ lệ kiểm soát tại các dự án có vị trí và thương hiệu tốt. Đồng thời, các dự án trọng điểm như Starcity Westlake, Melia Hạ Long Bay và MGallery Ninh Vân Bay sẽ tiếp tục được triển khai nhằm củng cố vị thế của OCH trong phân khúc khách sạn và nghỉ dưỡng cao cấp.

■ Mở rộng hệ sinh thái Thực phẩm tiêu dùng

Mảng thực phẩm được định hướng duy trì sự ổn định và phát triển thông qua việc thành lập công ty OCC. Đây là bước đi chiến lược nhằm cung cấp các sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, mang giá trị văn hóa, kết hợp giữa chất lượng cao và hình ảnh hiện đại để tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường nội địa và từng bước vươn ra quốc tế. Công ty tiếp tục củng cố chất lượng, chú trọng công tác R&D để ra mắt các dòng sản phẩm mới, hiện đại, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Song song đó, OCH sẽ mở rộng mạng lưới phân phối và kênh bán lẻ trên toàn quốc, đặc biệt tập trung phát triển hệ thống cửa hàng nhượng quyền. Năm 2026 sẽ là năm để cải tiến hệ thống, tích hợp các thương hiệu và mô hình vận hành mới, làm cơ sở cộng hưởng thể mạnh giữa các công ty thành viên.

■ Đẩy mạnh M&A và năng lực đầu tư

Ban lãnh đạo OCH xác định hoạt động M&A không chỉ là các thương vụ đầu tư tài chính đơn thuần mà là những bước đi mang tính chiến lược dài hạn. Dựa trên năng lực quản trị và đầu tư tích lũy, công ty sẽ tích cực mở rộng hoạt động đầu thông qua việc tìm kiếm đối tác để chào bán cổ phiếu riêng lẻ, giúp nâng cao quy mô nguồn vốn, đảm bảo tiềm lực tài chính vững mạnh cho các chiến lược năm 2026.







CHƯƠNG 04

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

44

Báo cáo của Hội đồng quản trị

46

Báo cáo của Ban kiểm sát

48

Báo cáo về tổ chức nhân sự công ty

49

Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư chủ sở hữu

BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

1 Thành viên và cơ cấu Hội đồng Quản trị

Hội đồng Quản trị công ty năm 2025 gồm có các ông bà sau:



Bà Nguyễn Thu Hằng

Chủ tịch Hội đồng Quản trị / Thành viên độc lập HĐQT



Ông Đinh Hoài Nam

Thành viên độc lập HĐQT



Ông Nguyễn Dũng Minh

Thành viên HĐQT

Ông Huỳnh Minh Việt

Thành viên HĐQT/Người phụ trách quản trị Công ty



Bà Hoàng Thị Thùy Vân

Thành viên HĐQT





2 Hoạt động của Hội đồng Quản trị

Về mặt nhân sự, trong năm 2025, Đại hội đồng cổ đông thường niên tổ chức vào ngày 26/6/2025 đã thông qua miễn nhiệm Kiểm soát viên Trần Thị Kim Oanh (xin từ nhiệm) và bầu bổ sung Kiểm soát viên Trịnh Thị Hằng cho thời gian còn lại của nhiệm kỳ 2024-2029.

Kết quả hoạt động của Hội đồng quản trị năm 2025 được thể hiện qua các vấn đề, nội dung đã được Hội đồng quản trị xem xét và giải quyết trong năm 2025 thông qua các cuộc họp trực tiếp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản. Chi tiết hoạt động của Hội đồng Quản trị đã báo cáo tại Báo cáo quản trị Công ty năm 2025.

3 Đánh giá của Hội đồng Quản trị về các mặt hoạt động của Công ty

Về tình hình kinh doanh

Trong năm 2025, về cơ bản OCH đã hoàn thành các nhiệm vụ về doanh thu và lợi nhuận.

Về công tác quản trị

Trong năm 2025, Hội đồng Quản trị đã tiến hành 14 phiên

họp, xem xét thông qua các vấn đề thuộc thẩm quyền của Hội đồng Quản trị.

Về mặt chủ trương, trong năm 2025, công tác quản trị OCH tiếp tục tập trung vào tăng cường hiệu quả điều hành và kiểm soát chi phí, đồng thời cải thiện quy trình làm việc và áp dụng công nghệ mới để nâng cao hiệu suất công việc.

Trong năm 2025, OCH đã thành công trong việc tối ưu hóa quản trị và điều hành, kiểm soát chi phí, cải thiện quy trình làm việc, áp dụng công nghệ mới và đẩy mạnh đào tạo, từ đó tạo ra sự đồng nhất và nâng cao chất lượng quản lý trên toàn hệ thống, đồng thời tối ưu hóa lợi nhuận và giá trị cho cổ đông.

Kết quả giám sát của Hội đồng Quản trị đối với Ban Điều hành

Trong năm 2025, Hội đồng Quản trị đã thực hiện việc kiểm tra, giám sát hoạt động của Ban Điều hành trong việc điều hành kinh doanh và triển khai các nghị quyết ĐHCĐ và Hội đồng quản trị trong năm 2025.

Hội đồng quản trị đánh giá cao nỗ lực vượt khó, sáng tạo trong quản trị điều hành của Ban Điều hành. Các Nghị quyết của Hội đồng quản trị, ĐHCĐ đã được triển khai quyết liệt, nhanh chóng nhưng thận trọng và chắc chắn.

Công tác tổ chức, kiểm soát và quản lý đã có nhiều chuyển biến tích cực đã đem lại hiệu quả kinh tế cao, hoàn thành kế hoạch do Đại hội đồng Cổ đông đặt ra.

Với những kết quả đạt được trong năm 2025, về cơ bản Ban Điều hành đã thực hiện tốt các định hướng, chỉ đạo của Hội đồng quản trị, thực hiện quyền và nhiệm vụ được giao theo đúng quy định của Luật Doanh nghiệp, Điều lệ công ty và các quy định của pháp luật. Điều này đảm bảo lợi ích hợp pháp của Công ty và các cổ đông được bảo vệ và đảm bảo.

Tuy nhiên, để tiếp tục phát triển và đạt được những thành công mới, Ban Điều hành cần tiếp tục đẩy mạnh công tác tổ chức, kiểm soát và quản lý, đồng thời nâng cao chất lượng báo cáo tài chính và đảm bảo minh bạch trong việc quản lý tài sản của Công ty.

BÁO CÁO CỦA BAN KIỂM SOÁT

1 Thành viên và cơ cấu của Ban Kiểm soát hiện nay

STT	Kiểm soát viên	Chức danh
1	Dương Thị Mai Hương	Trưởng Ban Kiểm soát
2	Lê Thị Bích Hạnh	Kiểm soát viên
3	Trịnh Thị Hằng	Kiểm soát viên

2 Hoạt động của Ban Kiểm soát trong năm 2025

Trong năm 2025, Ban kiểm soát đã thực hiện nhiệm vụ Đại hội đồng cổ đông giao và hoạt động một cách chủ động theo quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty, cụ thể như sau:

- Tham gia đầy đủ các cuộc họp của Hội đồng quản trị.
- Giám sát việc điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của Hội đồng quản trị, Ban Điều hành theo Nghị quyết của Đại Hội đồng cổ đông.
- Có ý kiến về các nội dung các tờ trình, báo cáo của Ban Điều hành gửi tới Hội đồng quản trị Công ty.
- Có ý kiến về các báo cáo tổng kết tài chính, kinh doanh.
- Thảo luận với kiểm toán viên độc lập về việc kiểm toán báo cáo tài chính soát xét giữa kỳ và kiểm toán hàng năm liên quan đến những vấn đề khó khăn, tồn tại và các vấn đề mà kiểm toán viên độc lập muốn bàn bạc.
- Ban Kiểm soát đã thực hiện việc giám sát Hội đồng quản trị, Ban Điều hành trong việc quản lý và điều hành Công ty theo quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty.
- Tổ chức các cuộc họp định kỳ và bất thường của Ban Kiểm soát để thảo luận, về hoạt động của Ban Kiểm soát và hoạt động của Công ty.
- Yêu cầu Công ty cung cấp tài liệu để thực hiện hoạt động kiểm tra theo yêu cầu của cổ đông, nhóm cổ đông.
- Các công việc khác theo chức năng nhiệm vụ của Ban Kiểm soát.





3 Phối hợp hoạt động giữa Ban Kiểm soát với hoạt động của Hội đồng Quản trị, Ban Điều hành

Ban Kiểm soát phối hợp chặt chẽ với Hội đồng quản trị, Ban Điều hành nhưng vẫn duy trì sự độc lập của mình. Các cuộc họp định kỳ và bất thường của Hội đồng quản trị có Ban Kiểm soát tham dự nhằm nâng cao chất lượng cũng như tính độc lập của hoạt động kiểm soát.

Hội đồng quản trị và Ban Điều hành đã cung cấp tài liệu họp, các nghị quyết, quyết định của mình cho Ban Kiểm soát.

Hội đồng quản trị đã đẩy mạnh công tác giám sát hoạt động của Ban Điều hành và các bộ phận quản lý nhằm đảm bảo thực hiện triển khai các Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, của Hội đồng quản trị tuân thủ đúng theo quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty.

4 Các giao dịch, các khoản thù lao, lương, thưởng, các khoản lợi ích của Hội đồng Quản trị, Ban Điều hành, Ban Kiểm soát

Các nội dung này đã được thể hiện đầy đủ và chi tiết trong Báo cáo Quản trị công ty.

BÁO CÁO VỀ TỔ CHỨC NHÂN SỰ CÔNG TY

Số lượng CBNV trong
hệ thống tính đến ngày
31/12/2025



1.163

Trong đó, nhân sự
Công ty Cổ phần One
Capital Hospitality



23

Chính sách đối với Người lao động trong năm 2025:

Chế độ và Điều kiện làm việc:

Người lao động trong công ty đều có hợp đồng lao động theo đúng luật Lao động và được hưởng đầy đủ các chế độ theo quy định hiện hành của pháp luật như các khoản trợ cấp, thưởng, được tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp đầy đủ ... Bên cạnh đó Công ty có điều chỉnh chính sách chế độ đãi ngộ để đảm bảo các chi phí.

Công ty trang bị đầy đủ các trang thiết bị, phương tiện hiện đại cho nhân viên sử dụng làm việc và luôn cố gắng tạo điều kiện cơ sở vật chất tốt nhất cho người lao động. Văn phòng, môi trường làm việc được thiết kế thoáng mát, ngăn nắp, đảm bảo vệ sinh, an toàn lao động.

Chính sách đào tạo:

Công ty luôn chú trọng công tác đào tạo bồi dưỡng chuyên môn, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ và chất lượng dịch vụ cho đội ngũ Cán bộ Nhân viên thông qua các chương trình đào tạo tại chỗ, các khóa đào tạo ngắn ngày nội bộ, nội dung đào tạo:

Đào tạo định hướng:

Công ty sẽ cung cấp chương trình đào tạo có định hướng cho những CBNV mới vào làm việc. Chương trình đã cung cấp các thông tin cần thiết cho người lao động về cơ cấu tổ chức, chính sách nhân sự, chế độ đãi ngộ, quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động. Đồng thời chương trình cũng giúp nhân viên



mới làm quen với văn hóa và những giá trị, định hướng, chiến lược phát triển của Công ty, giúp nhân viên mới nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc mới.

Đào tạo nghiệp vụ chuyên môn:

Tùy từng vị trí cụ thể, tính chất công việc, người lao động sẽ được tham gia khóa đào tạo nghiệp vụ chuyên môn. Chương trình này nhằm cung cấp các thông tin cần thiết để thực hiện công việc phải

đảm nhiệm thông qua các quy định, nguyên tắc và hướng dẫn cụ thể của công việc đó. Chương trình đào tạo nghiệp vụ chuyên môn có thể được đào tạo định kỳ theo kế hoạch.

Chính sách tuyển dụng:

■ Với phương châm nguồn nhân lực là nền tảng quan trọng nhất tạo nên thành công cho Công ty, trong năm qua OCH đã xây dựng một môi trường làm việc thân thiện và cởi mở, chuyên nghiệp cùng với những chính sách đãi ngộ, đề bạt thỏa đáng để thu hút nhân sự có năng lực cũng như xây dựng một tập thể vững mạnh. Bên cạnh đó, phòng nhân sự của công ty cũng hỗ trợ tuyển dụng nhân sự cho các đơn vị thành viên nhằm tăng chất lượng nhân sự trong Tập đoàn.

■ Các hoạt động công đoàn, hoạt động tập thể luôn được Công ty quan tâm, hỗ trợ và ưu tiên nhằm tạo dựng cho người lao động một tinh thần làm việc tốt, môi trường làm việc thân thiện cũng như gắn kết người lao động với các Phòng Ban để phối hợp làm việc hiệu quả hơn.

■ Công ty luôn chú trọng phát triển Văn hóa doanh nghiệp, phát huy, gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống. Tạo dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, đáng tin cậy để phát huy tài năng và sức sáng tạo trong lao động của mỗi cá nhân trong Công ty qua đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Mỗi cá nhân là một mắt xích quan trọng góp phần vào thành công và phát triển kế hoạch sản xuất kinh doanh của Doanh nghiệp.

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG, THAY ĐỔI VỐN ĐẦU TƯ CỦA CHỦ SỞ HỮU

1 Cơ cấu

Tính đến ngày 31/12/2025, vốn điều lệ của Công ty như sau:

Vốn điều lệ: 2.000.000.000.000 VNĐ (Hai nghìn tỷ đồng).

2 Cơ cấu cổ đông

STT	Diễn giải	Năm 2025	
		Số cổ đông	Tỷ lệ nắm giữ (%)
1	Cổ đông trong nước và nước ngoài	1223	100
2	Cổ đông trong nước	1214	99,99
3	Cổ đông nước ngoài	9	0,01
4	Cổ đông nhà nước và các cổ đông khác	1223	100
5	Cổ đông nhà nước	1	2,99
6	Cổ đông khác	1222	97,01

(Nguồn: Danh sách cổ đông chốt tại tháng 5/2025)



CHƯƠNG 05

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Bảng cân đối kế toán

51

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

54

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ

55

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

TÀI SẢN	MS	31/12/2025 VND	01/01/2025 VND
A - TÀI SẢN NGẮN HẠN (100=100+120+130+140+150)	100	575.519.277.530	628.613.173.938
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	91.804.661.985	169.749.007.919
1. Tiền	111	67.904.661.985	66.949.007.919
2. Các khoản tương đương tiền	112	23.900.000.000	102.800.000.000
II. Đầu tư tài chính ngắn hạn	120	27.637.204.624	26.034.992.071
1. Chứng khoán kinh doanh	121	-	172.559
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh	122	-	(79.359)
3. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	27.637.204.624	26.034.898.871
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130	286.472.190.839	185.581.624.762
1. Phải thu ngắn hạn của khách hàng	131	23.981.789.460	21.691.223.141
2. Trả trước cho người bán ngắn hạn	132	51.541.899.445	66.637.766.798
3. Phải thu về cho vay ngắn hạn	135	40.633.693.072	10.400.000.000
4. Phải thu ngắn hạn khác	136	351.673.757.017	264.547.268.098
5. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	137	(183.334.177.345)	(179.687.028.788)
6. Tài sản thiếu chờ xử lý	139	1.975.229.190	1.992.395.513
IV. Hàng tồn kho	140	151.638.089.096	228.885.001.731
1. Hàng tồn kho	141	152.097.210.772	331.138.228.504
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149	(459.121.676)	(102.253.226.773)
V. Tài sản ngắn hạn khác	150	17.967.130.986	18.362.547.455
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151	5.339.418.318	4.647.983.605
2. Thuế GTGT được khấu trừ	152	4.325.103.435	5.415.954.617
3. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước	153	8.302.609.233	8.298.609.233

TÀI SẢN		MS	31/12/2025 VND	01/01/2025 VND
B -	TÀI SẢN DÀI HẠN (200=210+220+230+240+250+260)	200	3.210.705.686.380	3.224.643.675.479
I.	Các khoản phải thu dài hạn	210	110.555.131.230	202.884.004.359
1.	Phải thu về cho vay dài hạn	215	-	30.227.733.073
2.	Phải thu dài hạn khác	216	110.555.131.230	172.656.271.286
II.	Tài sản cố định	220	516.292.015.241	482.842.470.131
1.	Tài sản cố định hữu hình	221	412.421.043.052	427.179.420.965
-	Nguyên giá	222	847.119.921.638	829.407.529.197
-	Giá trị hao mòn lũy kế	223	(434.698.878.586)	(402.228.108.232)
2.	Tài sản cố định vô hình	227	103.870.972.189	55.663.049.166
-	Nguyên giá	228	127.076.488.188	75.202.950.065
-	Giá trị hao mòn lũy kế	229	(23.205.515.999)	(19.539.900.899)
III.	Bất động sản đầu tư	230	19.973.518.869	21.178.712.553
1.	Nguyên giá	231	36.155.810.460	36.155.810.460
2.	Giá trị hao mòn lũy kế	232	(16.182.291.591)	(14.977.097.907)
IV.	Tài sản dở dang dài hạn	240	182.118.817.336	181.946.261.390
1	Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242	182.118.817.336	181.946.261.390
V.	Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	250	2.085.000.000.000	2.085.000.000.000
1	Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	253	2.101.423.700.000	2.101.423.700.000
2	Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn	254	(16.423.700.000)	(16.423.700.000)
VI.	Tài sản dài hạn khác	260	296.766.203.704	250.792.227.046
1.	Chi phí trả trước dài hạn	261	214.906.264.394	218.416.769.457
2.	Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	184.366.547	241.943.120
3.	Lợi thế thương mại	269	81.675.572.763	32.133.514.469
	TỔNG CỘNG TÀI SẢN (270 = 100+200)	270	3.786.224.963.910	3.853.256.849.417

NGUỒN VỐN		MS	31/12/2025 VND	01/01/2025 VND
C-	NỢ PHẢI TRẢ (300=310+330)	300	1.733.525.933.272	1.938.771.943.991
I.	Nợ ngắn hạn	310	560.472.526.838	589.967.426.483
1.	Phải trả người bán ngắn hạn	311	28.544.576.039	25.589.927.836
2.	Người mua trả tiền trước ngắn hạn	312	7.253.704.527	6.347.429.299
3.	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	313	234.850.493.665	229.110.392.979
4.	Phải trả người lao động	314	14.275.595.864	11.303.329.565
5.	Chi phí phải trả ngắn hạn	315	16.554.054.639	13.117.056.461
6.	Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	318	19.171.528	8.063.976
7.	Phải trả ngắn hạn khác	319	82.611.833.374	135.421.065.960
8.	Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	166.000.000.000	155.296.663.881
9.	Dự phòng phải trả ngắn hạn	321	-	3.386.672.199
10.	Quỹ khen thưởng phúc lợi	322	10.363.097.202	10.386.824.327
II.	Nợ dài hạn	330	1.173.053.406.434	1.348.804.517.508
1.	Phải trả người bán dài hạn	331	1.817.664.458	2.625.664.458
2.	Phải trả dài hạn khác	337	21.463.510.199	36.672.970.938
3.	Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	338	1.110.000.000.000	1.270.000.000.000
4.	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	39.772.231.777	39.505.882.112
D-	VỐN CHỦ SỞ HỮU	400	2.052.699.030.638	1.914.484.905.426
	(400 = 410)			
I-	Vốn chủ sở hữu	410	2.052.699.030.638	1.914.484.905.426
1.	Vốn góp của chủ sở hữu	411	2.000.000.000.000	2.000.000.000.000
-	<i>Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết</i>	<i>411a</i>	<i>2.000.000.000.000</i>	<i>2.000.000.000.000</i>
2.	Vốn khác của chủ sở hữu	414	4.984.000.000	4.984.000.000
3.	Quỹ đầu tư phát triển	418	14.676.314.159	14.419.362.244
4.	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	420	6.329.814.592	6.329.814.592
5.	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421	(407.573.356.385)	(484.413.899.284)
-	<i>LNST chưa phân phối lũy kế đến cuối năm trước</i>	<i>421a</i>	<i>(485.516.631.515)</i>	<i>(628.319.372.540)</i>
-	<i>LNST chưa phân phối năm nay</i>	<i>421b</i>	<i>77.943.275.130</i>	<i>143.905.473.256</i>
6.	Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429	434.282.258.272	373.165.627.874
	TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440	3.786.224.963.910	3.853.256.849.417
	(440 = 300+400)			

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH

CHỈ TIÊU		MS	Năm 2025 VND	Năm 2024 VND
1.	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	1.186.121.599.727	1.018.575.978.807
2.	Các khoản giảm trừ doanh thu	02	55.747.073.695	34.838.638.846
3.	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 01-02)	10	1.130.374.526.032	983.737.339.961
4.	Giá vốn hàng bán	11	581.002.141.370	513.925.928.945
5.	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20 = 10-11)	20	549.372.384.662	469.811.411.016
6.	Doanh thu hoạt động tài chính	21	13.657.016.673	24.828.175.340
7.	Chi phí tài chính	22	108.078.759.432	117.971.026.571
	<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	23	<i>108.068.012.234</i>	<i>107.769.515.970</i>
8.	Phần lãi hoặc lỗ trong công ty liên doanh, liên kết	24	-	-
9.	Chi phí bán hàng	25	208.851.758.275	180.844.467.757
10.	Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	113.896.498.163	130.209.016.383
11.	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20+(21-22)+24-(25+26)}	30	132.202.385.465	65.615.075.645
12.	Thu nhập khác	31	12.086.891.782	158.444.867.165
13.	Chi phí khác	32	12.137.676.328	15.140.345.865
14.	Lợi nhuận khác (40 = 31-32)	40	(50.784.546)	143.304.521.300
15.	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30+40)	50	132.151.600.919	208.919.596.945
16.	Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	34.359.525.072	32.363.265.663
17.	Chi phí thuế TNDN hoãn lại	52	323.926.238	(179.258.287)
18.	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50-51-52)	60	97.468.149.609	176.735.589.569
19.	Lợi nhuận sau thuế của công ty mẹ	61	74.469.929.583	177.788.446.056
20.	Lợi nhuận sau thuế của cổ đông không kiểm soát	62	22.998.220.026	(1.052.856.487)
21.	Lãi cơ bản trên cổ phiếu	70	372	884

BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ

CHỈ TIÊU	MS	Năm 2025 VND	Năm 2024 VND
I. Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh			
1. Lợi nhuận trước thuế	01	132.151.600.919	208.919.596.945
2. Điều chỉnh cho các khoản			
- Khấu hao tài sản cố định và BĐS đầu tư	02	46.903.664.463	47.709.569.719
- Các khoản dự phòng	03	260.476.358	5.020.252.671
- Lãi, lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái chưa thực hiện	04	(67.569.290)	(8.586.053)
- Lãi, lỗ từ hoạt động đầu tư	05	(13.393.495.026)	(14.810.240.297)
- Chi phí lãi vay	06	108.068.012.234	107.769.515.970
3. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước thay đổi vốn lưu động	08	273.922.689.658	354.600.108.955
- Tăng, giảm các khoản phải thu	09	167.474.148.082	202.030.429.492
- Tăng, giảm hàng tồn kho	10	77.246.912.635	(2.892.889.071)
- Tăng, giảm các khoản phải trả	11	(109.250.276.200)	(145.395.230.571)
- Tăng, giảm chi phí trả trước	12	(68.922.703.373)	11.676.379.023
- Tăng giảm chứng khoán kinh doanh	13	93.200	-
- Tiền lãi vay đã trả	14	(108.527.902.647)	(108.743.378.982)
- Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15	(33.690.405.175)	(46.271.537.511)
- Tiền chi khác từ hoạt động kinh doanh	17	(1.087.068.948)	(1.027.988.066)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20	197.165.487.232	263.975.893.269
II. Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư			
1. Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ và các tài sản dài hạn khác	21	(70.934.164.712)	(10.117.789.351)
2. Tiền thu từ thanh lý, nhượng bán TSCĐ và các tài sản dài hạn khác	22	795.837.369	208.767.675
3. Tiền chi cho vay, mua các công cụ nợ của đơn vị khác	23	(25.165.645.754)	(21.771.886.841)
4. Tiền thu hồi cho vay, bán lại các công cụ nợ của đơn vị khác	24	23.563.340.001	40.170.000.000

CHỈ TIÊU	MS	Năm 2025 VND	Năm 2024 VND
5. Tiền chi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	25	(178.067.736.498)	(200.138.972.800)
6. Tiền thu hồi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	26	-	905.000.000
7. Tiền thu lãi cho vay, cổ tức và lợi nhuận được chia	27	12.567.198.499	24.107.812.735
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30	(237.241.171.095)	(166.637.068.582)
III. Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính			
1. Tiền thu từ phát hành cổ phiếu, nhận vốn góp của chủ sở hữu	31	111.360.432.520	2.007.386
2. Tiền thu từ đi vay	33	126.573.158.851	375.730.636.096
3. Tiền chi trả nợ gốc vay	34	(275.869.822.732)	(471.822.000.994)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40	(37.936.231.361)	(96.089.357.512)
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20+30+40)	50	(78.011.915.224)	1.249.467.175
Tiền và tương đương tiền đầu năm	60	169.749.007.919	168.490.954.691
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ	61	67.569.290	8.586.053
Tiền và tương đương tiền cuối năm (70 = 50+60+61)	70	91.804.661.985	169.749.007.919

Báo cáo tài chính đã được kiểm toán của Công ty và các giải trình của Công ty đối với các ý kiến của Kiểm toán viên đã được công bố công khai trên website của Công ty: <https://och.vn/quan-he-co-dong/>.

CÔNG TY CỔ PHẦN ONE CAPITAL HOSPITALITY

TỔNG GIÁM ĐỐC



NGUYỄN ĐỨC MINH

O.C.I.C
CÔNG TY
TP. HÀ NỘI

OCHI

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2025