

50 thương hiệu dẫn đầu trong các lĩnh vực kinh doanh tại Việt Nam năm 2020

19:53 05/08/2020

Forbes Việt Nam vừa công bố danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu trong các lĩnh vực kinh doanh tại Việt Nam năm 2020. Đây là danh sách thường niên được Forbes Việt Nam thực hiện và công bố lần thứ năm.

Danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu 2020 được Forbes Việt Nam công bố chính thức trong ấn phẩm tạp chí số 87, phát hành cho tháng 8/2020.

Tổng giá trị thương hiệu của danh sách 2020 đạt hơn 12,6 tỷ USD, tăng 22% so với danh sách lần thứ tư. 10 thương hiệu dẫn đầu xét về giá trị bao gồm các tên tuổi quen thuộc như Viettel, Vinamilk, VNPT, Sabeco, Vinhomes, MobiFone, Masan Consumer, Vietcombank, FPT và Vincom Retail.

Danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu theo giá trị			
STT	Thương hiệu	Ngành	Giá trị (triệu đô la Mỹ)
1	Viettel	Viễn thông	2.948
2	Vinamilk	Thực phẩm đồ uống	2.443,1
3	VNPT	Viễn thông	509,8
4	Sabeco	Thực phẩm đồ uống	476
5	Vinhomes	Bất động sản nhà ở và thương mại	413
6	MobiFone	Viễn thông	397,8
7	Masan Consumer	Thực phẩm đồ uống	323,7
8	Vietcombank	Ngân hàng	251,1
9	FPT	Công nghệ	217,6
10	Vincom Retail	Bất động sản nhà ở và thương mại	168,8
11	Thế Giới Di Động	Bán lẻ	156,7
12	Petrolimex	Bán lẻ	142,6
13	Techcombank	Ngân hàng	141,6
14	Hòa Phát	Vật liệu xây dựng	134,4
15	BIDV	Ngân hàng	129,3
16	Thaco	Ô tô và phụ tùng	124,3
17	VPBank	Ngân hàng	124,2
18	VietinBank	Ngân hàng	123,7
19	Vietnam Airlines	Dịch vụ vận chuyển	114,1
20	VietJet Air	Dịch vụ vận chuyển	108,9
21	PNJ	Hàng tiêu dùng cá nhân	94,1
22	NutiFood	Thực phẩm đồ uống	93,9
23	Bảo Việt	Bảo hiểm	86,7
24	ACB	Dịch vụ tài chính	73,2
25	VNG	Công nghệ	69,3
26	Novaland	Bất động sản nhà ở và thương mại	64,3
27	Saigontourist	Du lịch và dịch vụ lưu trú	62,9
28	Habeco	Thực phẩm đồ uống	50,1
29	Dược Hậu Giang	Dược phẩm	55,9
30	Kido	Thực phẩm đồ uống	44,6
31	PVI	Dịch vụ tài chính	40,9
32	Minh Long I	Hàng tiêu dùng cá nhân, gia dụng	39,9
33	Đường Quảng Ngãi	Thực phẩm đồ uống	38,6
34	Masan Meatlife	Sản phẩm nông nghiệp	34,5
35	SSI	Chứng khoán	32,9
36	Golden Gate	Bán lẻ	28,8
37	Biti's	Hàng tiêu dùng cá nhân	26,4
38	Nam Long	Bất động sản nhà ở và thương mại	26,1
39	Thiên Long	Hàng tiêu dùng cá nhân, gia dụng	24,3
40	Thành Thành Công - Biên Hòa	Thực phẩm đồ uống	22,4
41	Đạm Phú Mỹ	Sản phẩm nông nghiệp	21,4
42	Nhựa Bình Minh	Hàng tiêu dùng cá nhân, gia dụng	20,9
43	Duy Tân	Hàng tiêu dùng cá nhân, gia dụng	20,4
44	Viglacera	Vật liệu xây dựng	19,7
45	Việt Tiến	Hàng tiêu dùng cá nhân	17,2
46	GreenFeed	Sản phẩm nông nghiệp	17,1
47	Hoa Sen	Vật liệu xây dựng	15,3
48	PVOIL	Bán lẻ	14,6
49	Vicem Hà Tiên	Vật liệu xây dựng	14,1
50	Vissan	Thực phẩm đồ uống	11,5

Danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu theo giá trị

Danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu năm 2020 được xếp theo từng ngành. Phần lớn có bề dày hoạt động trên 10 năm, thời gian đủ dài để các công ty khẳng định tên tuổi.

Xét theo lĩnh vực, hai nhóm ngành có nhiều đại diện nhất gồm nhóm hàng thực phẩm - đồ uống và nhóm dịch vụ tài chính đều có 9 đại diện, chiếm tỷ trọng nhiều nhất xét theo số lượng, tiếp theo là bất động sản, công nghệ, nguyên liệu, bán lẻ.

Đứng đầu danh sách năm nay là Viettel, với giá trị thương hiệu hơn 2,9 tỷ USD, tiếp theo là Vinamilk, với giá trị thương hiệu hơn 2,4 tỷ USD. Đây là hai thương hiệu có giá trị vượt trội so với phần còn lại của danh sách.

10 thương hiệu đứng đầu xét theo giá trị chiếm hơn 60% tổng giá trị của danh sách. Thị trường chứng khoán suy giảm khiến hệ số P/E của một số ngành giảm, kéo theo giá trị thương hiệu giảm theo dù lợi nhuận tăng.

Danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu theo lĩnh vực			
STT	Ngành	Thương hiệu	Giá trị (triệu đô la Mỹ)
1	Thực phẩm đồ uống	Vinamilk	2.443,1
		Sabeco	476
		Masan Consumer	323,7
		NutiFood	93,9
		Habeco	50,1
		Kido	44,6
		Đường Quảng Ngãi	38,6
		Thành Thành Công - Biên Hòa	22,4
		Vissan	11,5
2	Dịch vụ tài chính	Vietcombank	251,1
		BIDV	129,3
		Techcombank	141,6
		VietinBank	123,7
		VPBank	124,2
		ACB	73,2
		Bảo Việt	86,7
		PVI	40,9
		SSI	32,9
3	Bán lẻ	Petrolimex	142,6
		Thế Giới Di Động	156,7
		PVOIL	14,6
4	Vật liệu xây dựng	Hòa Phát	134,4
		Nhựa Bình Minh	20,9
		Viglacera	19,7
		Hoa Sen	15,3
		Vincem Hà Tiên	14,1
5	Sản phẩm nông nghiệp	Masan Meatlife	34,5
		Đạm Phú Mỹ	21,4
		GreenFeed	17,1
6	Viễn thông	Viettel	2.948
		VNPT	509,8
		MobiFone	397,8
7	Công nghệ	FPT	217,6
		VNG	69,3
8	Hàng tiêu dùng cá nhân, gia dụng	PNJ	94,1
		Minh Long I	39,9
		Biti's	26,4
		Thiên Long	24,3
		Duy Tân	20,4
		Việt Tiến	17,2
9	Bất động sản nhà ở và thương mại	Vinhomes	413
		Vincom Retail	168,8
		Novaland	64,3
		Nam Long	26,1
10	Dịch vụ vận chuyển	Vietnam Airlines	114,1
		VietJet Air	108,9
11	Du lịch- dịch vụ ăn uống	Saigontourist	62,9
		Golden Gate	28,8
12	Dược phẩm	Dược Hậu Giang	55,9
13	Ô tô	Thaco	124,3

Danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu theo lĩnh vực

Trong quá trình tính toán, Forbes Việt Nam cố gắng tập hợp dữ liệu của các công ty tư nhân và tập đoàn nhà nước lớn của Việt Nam. Chúng tôi không tính toán thương hiệu của các doanh nghiệp kinh doanh độc quyền, doanh nghiệp kinh doanh bán buôn, thương hiệu không tác động đến hành vi người dùng.

Tuy nhiên, phương pháp tính toán dựa trên số liệu, dù đã nỗ lực, Forbes Việt Nam chưa có đủ thông tin để xác định giá trị thương hiệu của một số doanh nghiệp nhà nước và tư nhân lớn khi doanh nghiệp không công khai số liệu. Vì vậy, các công ty đại chúng (công bố công khai số liệu tài chính) chiếm một tỷ lệ lớn trong danh sách. Trong thực tế, chúng tôi tin rằng nếu công khai thông tin, danh sách được bổ sung nhiều tên tuổi đáng chú ý khác.

Phương pháp tính: Forbes Việt Nam thực hiện danh sách này theo phương pháp đánh giá của Forbes (Mỹ), tính toán vai trò đóng góp của thương hiệu vào hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Những thương hiệu giá trị nhất là thương hiệu đạt mức doanh thu lớn trong các ngành mà thương hiệu đóng vai trò chủ đạo.

Sau khi lập danh sách sơ bộ hơn 100 công ty có thương hiệu mạnh, sản phẩm có độ phủ và mức độ nhận biết cao với người tiêu dùng, Forbes Việt Nam tính toán thu nhập trước thuế và lãi vay, sau đó xác định giá trị đóng góp của tài sản vô hình. Việc tính toán dựa trên báo cáo tài chính của các công ty.

Thu nhập thương hiệu mang lại cho doanh nghiệp được xác định từ giá trị đóng góp của tài sản vô hình sau khi đã áp thuế thu nhập doanh nghiệp và phân bổ tùy theo mức độ đóng góp của thương hiệu trong từng ngành. Giá trị thương hiệu chung cuộc được xác định dựa trên chỉ số P/E (hệ số giữa thị giá và thu nhập trên mỗi cổ phần) trung bình ngành trong khu vực.

Với công ty chưa niêm yết, chúng tôi áp dụng phương pháp so sánh với công ty cùng ngành, cùng quy mô đã niêm yết để xác định giá trị thương hiệu. Quá trình tính toán định lượng có sự hỗ trợ của Công ty cổ phần Chứng khoán Bản Việt.

H.T