

FLC được UniCap định giá 9 tỷ USD

08:17 13/10/2017

Năm 2014, Savills từng định giá tổng giá trị các dự án của Tập đoàn FLC đạt trên 3 tỷ USD, nhưng định giá FLC thời điểm hiện tại - theo Công ty Quản lý quỹ UniCap - đã lên tới con số 9 tỷ USD.

Định giá FLC 9 tỷ USD, FLC nói gì?

Báo cáo định giá của UniCap cho thấy, tổng giá trị tài sản thuộc quyền sở hữu, quản lý của Công ty Cổ phần Tập đoàn FLC, bao gồm giá trị các dự án, các khoản đầu tư và những tài sản khác trực thuộc sở hữu, quyền quản lý của FLC, có tính đến yếu tố sinh lời... hiện đạt 9 tỷ USD.

Con số này lớn hơn rất nhiều so với định giá giá trị các dự án bất động sản FLC đang quản lý mà Savills đã đánh giá trước đây.

Trao đổi với báo Đầu tư Chứng khoán, đại diện UniCap cho biết, báo cáo đánh giá này được xây dựng trên cơ sở yêu cầu riêng của khách hàng, phục vụ hoạt động đầu tư.

“Việc có sự khác biệt lớn với định giá của Savills là do UniCap định giá toàn bộ các tài sản, chứ không chỉ các dự án bất động sản và có tính đến yếu tố sinh lời”, đại diện UniCap nói và cho biết, thương hiệu FLC cũng được đánh giá rất cao trong định giá này.

“Chúng tôi đã làm khảo sát độc lập và thấy rằng, thương hiệu FLC có độ phủ rất lớn và chứng minh được hiệu quả kinh tế cao cho doanh nghiệp trong thực tế. Bằng chứng là, các dự án có gắn với cụm từ FLC đều đạt được thuận lợi lớn trong quá trình đưa sản phẩm ra thị trường. Đó là giá trị kinh tế rất lớn”, vị này nói.

Độ phủ lớn của thương hiệu và dự án



Hiện nay, FLC được biết đến với chuỗi dự án bất động sản nghỉ dưỡng quy mô lớn, tiêu chuẩn 5 sao và tiện ích đầy đủ, trải dài nhiều tỉnh, thành phố lớn của Việt Nam.

Các quần thể dự án lớn bao gồm FLC Quy Nhơn, FLC Sầm Sơn, FLC Hạ Long, FLC Vĩnh Phúc..., với nhiều dự án trực thuộc như khách sạn 5 sao, khu biệt thự, liền kề, sân golf, khu đô thị, siêu thị, trung tâm hội nghị quốc tế.

Việc xây dựng chuỗi dự án lớn với hàng loạt dự án trực thuộc, dịch vụ tiện ích hoàn chỉnh đã giúp FLC định hình một phong cách bất động sản nghỉ dưỡng mới, với điểm nhấn khác biệt nằm ở tiện ích cao cấp hoàn chỉnh và lựa chọn vị trí.

Với chủ trương “ở đâu có bãi biển và tiềm năng du lịch, ở đó có dự án của FLC” và “biến cát thành vàng, chứ không biến vàng thành trang sức” như Chủ tịch FLC từng chia sẻ, đặc điểm chung các quần thể dự án này là tổng mức đầu tư riêng giai đoạn 1 đã lên tới hàng nghìn tỷ đồng và đang trong giai đoạn đầu tư mở rộng sau khi đưa vào vận hành, khai thác.

Ngoài ra, FLC đang trong giai đoạn lên phương án đầu tư tiếp các quần thể nghỉ dưỡng khác tại Quảng Ninh, Quảng Bình, Hải Phòng, Nghệ An, Hà Tĩnh. Tại Bình Định, ngoài quần thể dự án FLC Quy Nhơn đã triển khai, FLC đang xây dựng giai đoạn 2 dự án và tháp đôi FLC Sea Tower Quy Nhơn, dự kiến đầu tư dự án tại đảo Cù Lao Xanh.

Trong số các dự án bất động sản nghỉ dưỡng, trả lời Bloomberg, ông Trịnh Văn Quyết, Chủ tịch Hội đồng Quản trị FLC cho biết, dự án quần thể nghỉ dưỡng quy

mô 2.000 ha tại đảo Ngọc Vũng, thuộc đặc khu kinh tế Vân Đồn, tỉnh Quảng Ninh, với ý tưởng chủ đạo là xây dựng casino cho người Việt Nam chơi, sẽ là điểm nhấn của FLC trong giai đoạn tới.

Không chỉ tạo điểm nhấn ở bất động sản nghỉ dưỡng, mảng bất động sản khu đô thị, bất động sản khu công nghiệp... của FLC cũng tạo được sức hấp dẫn riêng, sau khi FLC hoàn thành việc mua bán - sáp nhập (M&A) một loạt dự án trong các năm vừa qua. Tại Hà Nội, FLC đang triển khai một số dự án như FLC Garden City, FLC Twin Towers, FLC Star Tower, FLC Green Tower..., sau khi đã hoàn thành nhiều dự án khác.

Với mảng bất động sản khu công nghiệp, FLC là chủ đầu tư nhiều dự án lớn tại Vĩnh Phúc, Thanh Hóa. Việc đầu tư vào mảng bất động sản khu công nghiệp nằm trong chiến lược giai đoạn tiếp theo của FLC, khi làn sóng đầu tư nước ngoài đổ bộ vào Việt Nam tiếp tục gia tăng.

Ngoài mảng bất động sản với trên 100 dự án đã và đang đầu tư, dự kiến hãng hàng không Bamboo Airways sẽ "cất cánh" vào năm 2018 như thông tin trả lời của Chủ tịch FLC trên Nikkei Asia Review. Đây là một trong những yếu tố giúp giá trị các tài sản FLC được đánh giá cao do triển vọng sinh lời lớn nhờ sự khác biệt.

Về thương hiệu FLC, đây có thể được coi là một trong những thương hiệu có độ phủ rất lớn tại Việt Nam, khi cụm từ FLC xuất hiện hàng ngày trên hầu hết các kênh truyền thông, mạng xã hội. Sử dụng công cụ tìm kiếm của Google cho thấy, từ khóa FLC xuất hiện hơn 24 triệu lượt chỉ sau 0,57 giây.

PV