TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hanwha Life: Khi đội ngũ kinh doanh trở thành cầu nối lan tỏa những giá trị cộng đồng

18:15 16/07/2026

Bước sang năm thứ ba liên tiếp, chương trình "Đồng hành bảo vệ - Trao trọn an tâm" tiếp tục được Hanwha Life Việt Nam triển khai tại nhiều tỉnh, thành. Không chỉ nối dài hành trình sẻ chia vì cộng đồng, chương trình còn cho thấy cách doanh nghiệp tận dụng lợi thế từ mạng lưới đội ngũ kinh doanh khắp cả nước để lắng nghe nhu cầu địa phương và triển khai những hoạt động hỗ trợ thiết thực.

Lợi thế sở hữu mạng lưới kinh doanh rộng khắp

Chỉ trong tháng 5 và 6/2026, chương trình "Đồng hành bảo vệ - Trao trọn an tâm" của Hanwha Life Việt Nam đã được triển khai tại 7 tỉnh, thành phố gồm Bắc Ninh, Ninh Bình, Thanh Hóa, Quảng Trị, Quảng Ngãi, Lâm Đồng, Tây Ninh, mang đến sự hỗ trợ cho hơn 240 học sinh, phụ nữ và người khuyết tật có hoàn cảnh khó khăn.

Mỗi địa phương đều có những khó khăn khác nhau, vì vậy các hoạt động hỗ trợ cũng được triển khai linh hoạt để phù hợp với thực tế. Tại Quảng Trị, những chiếc xe đạp giúp các em học sinh có hoàn cảnh khó khăn rút ngắn thời gian đến lớp mỗi ngày. Ở Thanh Hóa, Bắc Ninh hay Tây Ninh,... những suất học bổng tiếp thêm động lực để các em tiếp tục theo đuổi việc học, nuôi dưỡng ước mơ về một tương lai tươi sáng. Trong khi đó, tại Quảng Ngãi, các khoản hỗ trợ tài chính góp phần san sẻ gánh nặng, tiếp thêm niềm tin để những phụ nữ khuyết tật vững vàng hơn trong cuộc sống.

Các hoạt động vì cộng đồng của Hanwha Life Việt Nam được triển khai rộng khắp

Để các chương trình thực sự phát huy hiệu quả, điều quan trọng không chỉ nằm ở nguồn lực mà còn ở khả năng thấu hiểu nhu cầu từng khu vực. Sau 18 năm hoạt động tại Việt Nam, Hanwha Life đã xây dựng mạng lưới hơn 140 điểm phục vụ khách hàng cùng hơn 41.300 tư vấn tài chính trên toàn quốc. Không chỉ là nền tảng phục vụ khách hàng, mạng lưới này còn trở thành một trong những lợi thế giúp công ty kịp thời nắm bắt nhu cầu thực tế tại địa phương, thông qua sự kết nối của các Văn phòng Tổng Đại lý và đội ngũ kinh doanh với chính quyền sở tại để xây dựng, triển khai các chương trình hỗ trợ đúng người và đúng thời điểm.

Đại diện Hanwha Life Việt Nam chia sẻ: *"Điều chúng tôi trân trọng chính là sự chung tay của các Văn phòng Tổng Đại lý, các tư vấn tài chính cùng đội ngũ kinh doanh của công ty trên khắp cả nước. Chính sự chủ động kết nối, đề xuất và đồng hành của họ đã giúp các hoạt động hỗ trợ của công ty đến gần hơn với cộng đồng. Điều đó cho thấy tinh thần sẻ chia của Hanwha Life Việt Nam đã trở thành một giá trị được lan tỏa trong toàn hệ thống."*

Bên cạnh chương trình "Đồng hành bảo vệ - Trao trọn an tâm" triển khai ở địa phương, ngay tại trụ sở doanh nghiệp, tinh thần trách nhiệm với cộng đồng cũng được nuôi dưỡng thông qua nhiều hoạt động ý nghĩa, với sự tham gia tích cực của đội ngũ cán bộ nhân viên các khối nghiệp vụ.

Điển hình, nhân dịp kỷ niệm 18 năm hiện diện tại Việt Nam, tháng 6/2026, công ty đã phối hợp cùng Hội Chữ thập đỏ TP.HCM tổ chức chương trình hiến máu nhân đạo "Share Blood, Save Life" (Một giọt máu cho đi, Một cuộc đời ở lại), thu

hút sự tham gia đông đảo của nhân viên công ty, chung tay cùng công tác khám chữa bệnh của ngành y tế.

Các nhân viên công ty tham gia hiến máu nhân đạo

Đặc biệt, vào dịp Tết, Trung thu Hanwha Life Việt Nam cũng thường xuyên phát động chương trình gây quỹ để cán bộ nhân viên cùng chung tay đóng góp, hỗ trợ trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, mồ côi, bệnh nhi... Nguồn quỹ sau đó được trao đến các tổ chức như Saigon Children, Hội Bảo vệ Quyền trẻ em Việt Nam,... nhằm triển khai các hoạt động hỗ trợ thiết thực cho các em.

Có thể thấy, dù ở địa phương hay tại trụ sở, văn hóa tương thân tương ái của Hanwha Life luôn được lan tỏa bằng nhiều hành động khác nhau, và đều hướng đến một mục tiêu chung tạo nên những giá trị tích cực và bền vững cho xã hội.

Những nỗ lực bền bỉ ấy cũng được xã hội ghi nhận khi Hanwha Life Việt Nam được The Saigon Times vinh danh là "Doanh nghiệp vì cộng đồng" 5 năm liên tiếp (2021-2025). Danh hiệu không chỉ ghi nhận những chương trình được triển khai trong từng năm mà còn phản ánh sự kiên định của công ty trong hành trình đồng hành cùng cộng đồng.

Nền tảng tài chính vững mạnh cho cam kết dài hạn

Đối với Hanwha Life Việt Nam, trách nhiệm xã hội được xác định là một phần trong chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp. Bởi chỉ khi có một nền tảng tài chính ổn định, doanh nghiệp mới có thể kiên trì theo đuổi những cam kết dài hạn với cộng đồng.

Trong 6 tháng đầu năm 2026, Hanwha Life Việt Nam tiếp tục ghi nhận những kết quả tích cực khi tổng tài sản đạt hơn 23.899 tỷ đồng, tăng 10% so với cùng kỳ năm 2025. Bên cạnh đó, doanh thu từ hoạt động tài chính đạt 825 tỷ đồng và lợi nhuận trước thuế đạt 549,7 tỷ đồng, lần lượt tăng 26% và 67% so với cùng kỳ năm trước. Đây là nền tảng để công ty tiếp tục duy trì các chương trình trách nhiệm xã hội theo ba định hướng trọng tâm: Thúc đẩy giáo dục, Bảo vệ trẻ em và Chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Hanwha Life Việt Nam sở hữu nền tảng tài chính vững chắc

Với những kết quả tích cực trong hoạt động kinh doanh và phát triển bền vững, Hanwha Life Việt Nam tiếp tục khẳng định vị thế trên thị trường thông qua nhiều bảng xếp hạng danh giá. Điển hình, tháng 6/2026, công ty được Vietnam Report vinh danh trong "Top 10 Công ty Bảo hiểm nhân thọ uy tín" năm thứ 10 liên tiếp (2017-2026). Dấu mốc này không chỉ khẳng định uy tín thương hiệu của Hanwha Life Việt Nam trên thị trường mà còn phản ánh sự tin tưởng, đồng hành bền bỉ của khách hàng, đối tác và đội ngũ nhân sự trong suốt nhiều năm qua.

Bên cạnh đó, công ty cũng được HR Asia vinh danh là "Nơi làm việc tốt nhất châu Á" 5 năm liên tiếp (2022-2026), đồng thời 6 năm liền duy trì vị trí trong "Top 500 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam" và "Top 500 Doanh nghiệp có lợi nhuận tốt nhất Việt Nam" (2020-2025) do Vietnam Report công bố. Những ghi nhận này là minh chứng cho định hướng phát triển bền vững, cân bằng giữa hiệu quả kinh doanh, chất lượng nguồn nhân lực và trách nhiệm với cộng đồng

mà Hanwha Life Việt Nam kiên định theo đuổi.

Hoàng Bách