TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

MB đạt giá trị thương hiệu hơn 2 tỷ USD, được nâng hạng AAA+ cao nhất toàn cầu

09:09 05/03/2026

Theo Báo cáo xếp hạng thương hiệu ngân hàng toàn cầu Banking 500 năm 2026 (kỳ đo lường 2025) do Brand Finance công bố, Ngân hàng TMCP Quân Đội (MB) ghi nhận giá trị thương hiệu đạt 2,023 tỷ USD, tăng 27% so với năm trước. Đồng thời, thương hiệu MB chính thức được nâng hạng từ AAA lên AAA+ – mức xếp hạng cao nhất dành cho các thương hiệu mạnh nhất toàn cầu.

Giá trị thương hiệu vượt mốc 2 tỷ USD đánh dấu bước tăng trưởng nổi bật của MB trong bối cảnh ngành tài chính – ngân hàng toàn cầu nhiều biến động. Theo Brand Finance, Chỉ số Sức mạnh Thương hiệu (Brand Strength Index – BSI) của MB đạt 89,5/100 điểm, tăng 1,8 điểm so với năm trước và là năm thứ hai liên tiếp nằm trong nhóm dẫn đầu ngành ngân hàng tại Việt Nam về sức mạnh thương hiệu.



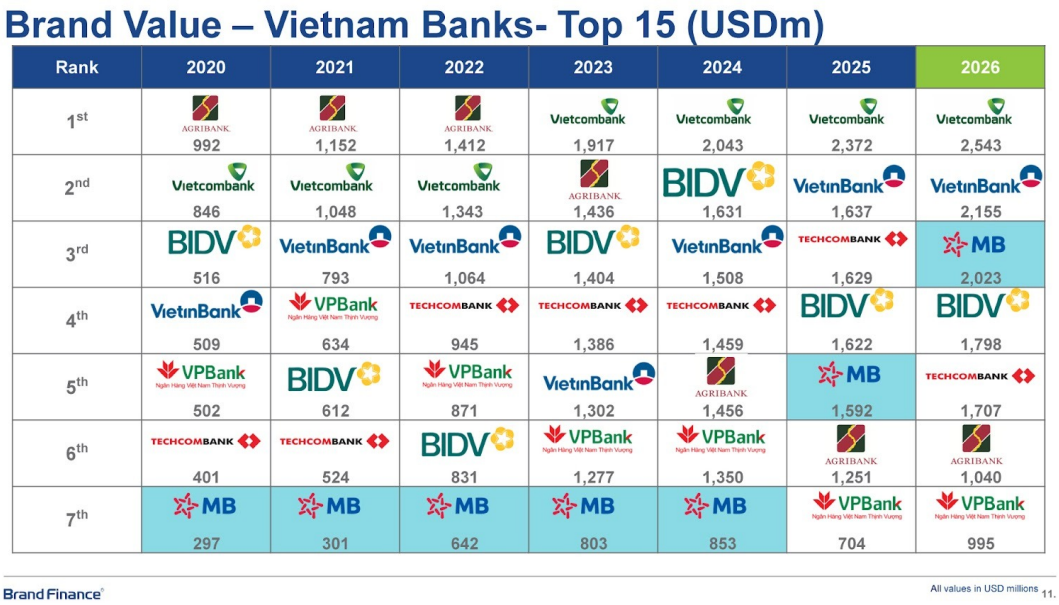
Với kết quả này, MB hiện thuộc Top 3 thương hiệu ngân hàng giá trị nhất Việt Nam theo bảng xếp hạng Banking 500 năm 2026. Đặc biệt, thương hiệu MB được nâng hạng từ AAA lên AAA+ – mức xếp hạng cao nhất dành cho các thương hiệu mạnh nhất toàn cầu. Với kết quả này, MB cùng với Vietcombank trở thành hai ngân hàng duy nhất tại Việt Nam đạt mức xếp hạng AAA+ năm 2026.

Các điểm nổi bật trong Báo cáo Brand Finance 2026 về MB

Giá trị thương hiệu đạt 2,023 tỷ USD, tăng 27% so với năm 2025, thuộc Top 3 thương hiệu ngân hàng giá trị nhất Việt Nam.

Chỉ số BSI đạt 89,5/100, tăng 1,8 điểm, đứng thứ 2 toàn ngành ngân hàng tại Việt Nam

Nâng hạng thương hiệu từ AAA lên AAA+, mức xếp hạng cao nhất dành cho các thương hiệu mạnh nhất toàn cầu.



Theo đánh giá của Brand Finance, sự gia tăng mạnh mẽ về giá trị thương hiệu của MB phản ánh nền tảng tài chính vững chắc, chiến lược chuyển đổi số toàn diện và hệ sinh thái tài chính đa dạng, đáp ứng hiệu quả nhu cầu của nhiều phân khúc khách hàng.

Năm 2025, MB duy trì đà tăng trưởng cao với tổng tài sản đạt 1,6 triệu tỷ đồng, tăng 35% so với năm trước; lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt trên 34,2 nghìn tỷ đồng, tăng 18,7%; dư nợ tín dụng vượt 1 triệu tỷ đồng, tăng 35%. Các chỉ số an toàn tiếp tục được kiểm soát chặt chẽ, tỷ lệ nợ xấu duy trì dưới 1,3%, đảm bảo nền tảng tăng trưởng bền vững.

Song song với tăng trưởng quy mô, MB tiếp tục khẳng định vai trò ngân hàng dẫn dắt về chuyển đổi số. Hiện hơn 99% giao dịch của ngân hàng được thực hiện qua kênh số, đáp ứng 12,4 tỷ giao dịch mỗi năm. Hai nền tảng App MBBank và BIZ MBBank đang phục vụ 35,09 triệu khách hàng, bao gồm 31,1 triệu khách hàng cá nhân sử dụng App và hơn 383.000 doanh nghiệp sử dụng BIZ – mức cao hàng đầu thị trường. Doanh thu từ kênh số chiếm khoảng 50,3% tổng doanh thu, cho thấy hiệu quả vận hành số đã trở thành động lực tăng trưởng cốt lõi.



Bên cạnh đó, MB đang vận hành hệ sinh thái tài chính toàn diện với 8 công ty thành viên (MBV, MB Cambodia, MB Capital, MBS, MIC, MB Life, Mcredit, MB AMC) hoạt động trong các lĩnh vực ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm, quản lý quỹ, tài chính tiêu dùng và quản lý tài sản. Năm 2025, lợi nhuận khối công ty thành viên tăng trưởng 61% so với năm 2024, đóng góp tích cực vào giá trị thương hiệu và năng lực cạnh tranh tổng thể của tập đoàn.

Giá trị thương hiệu tăng trưởng mạnh mẽ cũng phản ánh uy tín và trách nhiệm xã hội của MB. Năm 2025, ngân hàng đóng góp hơn 10.000 tỷ đồng vào ngân sách Nhà nước, tăng 16% so với năm trước, đồng thời tích cực đồng hành cùng các chương trình vì cộng đồng trên phạm vi toàn quốc. Tháng 1/2026, MB vinh dự đón nhận Huân chương Lao động Hạng Ba, ghi nhận những đóng góp thiết thực cho nền kinh tế và xã hội.

Trong bảng xếp hạng Banking 500 năm 2026, thương hiệu MB vươn lên vị trí 155 toàn cầu, cải thiện mạnh mẽ so với 5 năm trước. So với năm 2021, giá trị thương hiệu của ngân hàng đã tăng hơn 6,7 lần, từ 301 triệu USD lên 2,023 tỷ USD – tương đương mức tăng trưởng khoảng 572%, cho thấy hiệu quả nhất quán của chiến lược tăng trưởng và chuyển đổi toàn diện.Việc gia tăng mạnh mẽ giá trị thương hiệu, nâng hạng lên AAA+ và duy trì điểm BSI ở mức cao tiếp tục khẳng định MB là một trong những định chế tài chính hàng đầu Việt Nam, hội tụ đầy đủ các yếu tố về quy mô, hiệu quả, quản trị hiện đại và uy tín thương hiệu dài hạn.

Trên nền tảng đó, năm 2026, MB đặt mục tiêu tăng trưởng tổng tài sản 22% và tín dụng 25%, tiếp tục duy trì các chỉ số an toàn ở mức cao, nâng tỷ lệ bao phủ nợ xấu trên 100% và tập trung huy động nguồn vốn bền vững, hướng tới tăng trưởng chất lượng trong dài hạn.

Thái Sơn