

Vincom Retail muốn nâng hệ thống lên hơn 100 trung tâm thương mại

21:28 06/04/2026

Vincom Retail đang đẩy mạnh tham vọng mở rộng quy mô hệ thống bán lẻ khi đặt mục tiêu nâng số lượng trung tâm thương mại lên hơn 100 điểm trong những năm tới, đồng thời bổ sung thêm khoảng 300 thương hiệu mới vào hệ thống. Kế hoạch này được đưa ra trong bối cảnh nhiều trung tâm thương mại mới của doanh nghiệp đạt tỷ lệ lấp đầy tới 100% ngay khi khai trương, cho thấy nhu cầu thuê mặt bằng bán lẻ đang phục hồi mạnh mẽ.

Hướng tới hơn 100 trung tâm thương mại trên toàn quốc

Thông tin được Chủ tịch HĐQT Vincom Retail Trần Mai Hoa chia sẻ trong thông điệp gửi cổ đông tại báo cáo thường niên 2025 vừa công bố.

Hiện Vincom Retail đang sở hữu, quản lý và vận hành khoảng 90 trung tâm thương mại tại 31 tỉnh, thành trên cả nước, với tổng diện tích sàn bán lẻ gần 1,91 triệu m².

Trong giai đoạn tới, doanh nghiệp đặt mục tiêu mở rộng hệ thống lên khoảng 110 trung tâm thương mại, tương ứng khoảng 3,5 triệu m² sàn bán lẻ.

Không chỉ dừng ở hệ thống trung tâm thương mại, Vincom Retail còn dự kiến phát triển thêm khoảng 75 khu phố thương mại mới trên toàn quốc, với tổng diện tích đất khoảng 3,5 triệu m².

Theo ban lãnh đạo doanh nghiệp, việc mở rộng quy mô không chỉ nhằm gia tăng diện tích cho thuê mà còn giúp Vincom Retail củng cố vị thế trong lĩnh vực bất động sản bán lẻ, hướng tới mục tiêu trở thành nhà phát triển và quản lý bất động sản bán lẻ hàng đầu châu Á.



Vincom Retail đặt mục tiêu có hơn 100 trung tâm thương mại

Doanh nghiệp cũng cho biết sẽ từng bước nghiên cứu mở rộng ra thị trường quốc tế thông qua việc phát triển cùng hệ sinh thái Vingroup hoặc chủ động tìm kiếm các cơ hội đầu tư tại các thị trường tiềm năng.

Nhiều trung tâm thương mại mới đạt tỷ lệ lấp đầy 100%

Một trong những tín hiệu tích cực đối với Vincom Retail là nhu cầu thuê mặt bằng bán lẻ đang phục hồi rõ nét.

Theo doanh nghiệp, nhiều trung tâm thương mại mới ghi nhận tỷ lệ lấp đầy rất cao, trong đó có những dự án đạt 100% công suất ngay khi khai trương. Đây được xem là mức kỷ lục đối với các trung tâm thương mại mới mở.

Tính đến cuối năm 2025, hệ thống Vincom đã quy tụ gần 1.000 thương hiệu trong và ngoài nước. Riêng trong năm 2025, có thêm 269 nhãn hàng mới gia nhập hệ thống.

Trong thời gian tới, Vincom Retail dự kiến bổ sung thêm khoảng 300 thương hiệu mới, tương ứng mức tăng khoảng 30% so với hiện tại.

Động thái này cho thấy doanh nghiệp đang kỳ vọng nhu cầu tiêu dùng và mua sắm sẽ tiếp tục cải thiện, tạo dư địa cho các thương hiệu mở rộng hiện diện tại các trung tâm thương mại.

Trong ngắn hạn, Vincom Retail dự kiến khai trương thêm Vincom Plaza Đan Phượng tại Hà Nội từ nay đến cuối năm. Trung tâm thương mại này có diện tích sàn khoảng 25.000 m².

Song song với việc mở rộng, doanh nghiệp cũng cho biết sẽ nghiên cứu các phương án tối ưu hóa giá trị tài sản hiện hữu như tái định vị, tái cấu trúc, M&A hoặc đưa các trung tâm thương mại đã vận hành ổn định vào quỹ đầu tư bất động sản.

Lợi nhuận vượt 1 tỷ USD nhưng tiếp tục không chia cổ tức

Về kế hoạch kinh doanh năm 2026, Vincom Retail đặt mục tiêu doanh thu đạt 10.132 tỷ đồng, tăng 16% so với năm 2025.

Mục tiêu lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp ở mức 5.375 tỷ đồng, tăng khoảng 15%.

Đến cuối năm 2025, theo báo cáo tài chính kiểm toán, Vincom Retail ghi nhận lợi nhuận lũy kế đạt 27.040 tỷ đồng, tương đương hơn 1 tỷ USD.

Dù vậy, doanh nghiệp tiếp tục đề xuất không chia cổ tức cho cổ đông, giữ lại toàn bộ lợi nhuận nhằm phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh và kế hoạch mở rộng trong thời gian tới.

Lần gần nhất Vincom Retail thực hiện trả cổ tức là vào năm 2019, với tỷ lệ 10,5% bằng tiền mặt.

Có thể thấy, Vincom Retail đang theo đuổi chiến lược tăng trưởng quy mô mạnh mẽ, tận dụng xu hướng phục hồi của thị trường bán lẻ để mở rộng hiện diện trên toàn quốc.

Tuy nhiên, việc tiếp tục giữ lại toàn bộ lợi nhuận thay vì chia cổ tức cũng có thể khiến doanh nghiệp đối mặt với áp lực từ phía cổ đông, nhất là trong bối cảnh công ty đã tích lũy được khoản lợi nhuận hơn 1 tỷ USD.

Lê Hằng