



THƯƠNG HIỆU CÔNG TY

HÀNG TIÊU DÙNG

CÁ NHÂN & CÔNG NGHIỆP

DẪN ĐẦU

Đây là năm thứ tám liên tiếp Forbes Việt Nam lập danh sách thương hiệu và năm thứ ba tính toán thương hiệu công ty theo lĩnh vực. Danh sách năm nay tập trung vào nhóm công ty trong lĩnh vực hàng tiêu dùng cá nhân và công nghiệp. Forbes Việt Nam xác định giá trị thương hiệu dựa trên dữ liệu tài chính, do vậy một số công ty tư nhân lớn không hợp tác cung cấp số liệu tài chính sẽ không xuất hiện trong danh sách.

Thực hiện: GIANG THANH, TUYẾT AN, MINH TÂM, TRỌNG NAM, TẠ HỒNG PHÚC & KHỔNG LOAN

Tập đoàn Hòa Phát

NĂM THÀNH LẬP: 1992 • LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Vật liệu xây dựng**
GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$328 TRIỆU** (ĐÓ LA MỸ)

HÒA PHÁT LÀ tập đoàn sản xuất công nghiệp hàng đầu Việt Nam. Công ty đang hoạt động ở năm lĩnh vực: gang thép – sản phẩm thép – nông nghiệp – bất động sản – điện máy gia dụng. Hiện ngành sản xuất thép chiếm 90% doanh thu của tập đoàn. Với công suất 8,5 triệu tấn phôi thép/năm, Hòa Phát là nhà sản xuất thép lớn nhất khu vực Đông Nam Á. Cuối năm 2022, Hòa Phát nắm 36,3% thị phần thép xây dựng tại Việt Nam. Thương hiệu Hòa Phát mang triết lý kinh doanh “Hòa hợp cùng phát triển.”

Trong mảng điện máy gia dụng, Hòa Phát có hai thương hiệu Hòa Phát và Funiki. Trong lĩnh vực nông nghiệp, Hòa Phát cũng là nhà cung cấp trứng gà thị phần số 1 tại miền Bắc, theo tự bạch. Tại đại hội đồng cổ đông năm 2021, chủ tịch Hòa Phát từng khẳng định tập đoàn tiến tới mô hình đa ngành, bất động sản là một trong những ngành mũi nhọn. Nhà sản xuất thép số 1 đã phát triển dự án nhà ở Madarin Garden và xây dựng các khu công nghiệp Phố Nối A, Yên Mỹ II và Hòa Mạc.



2. Tổng công ty Máy Động lực & Máy Nông nghiệp Việt Nam (VEAM)

NĂM THÀNH LẬP: 1990

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Chế tạo máy**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$164,5 TRIỆU**

TIỀN THÂN VEAM là doanh nghiệp nhà nước trực thuộc bộ Công thương ra đời năm 1990 với mục tiêu phát triển ngành cơ khí Việt Nam. Chuyển đổi mô hình hoạt động thành công ty cổ phần từ năm 2017, VEAM sản xuất kinh doanh trang thiết bị động lực, máy móc ngành nông lâm ngư nghiệp và giao thông vận tải. VEAM có 27 đơn vị thành viên, với nhiều công ty con, công ty liên kết như cơ khí Cổ Loa, cơ khí An Giang, cơ khí Vinh, cơ khí Phó Yên, Máy nông nghiệp Miền Nam (sở hữu Vikyno và Vinapro), Vetranco, Matexim, Tamac.

VEAM là đối tác nội địa trong hầu hết các liên doanh ô tô tại Việt Nam, bao gồm Toyota Việt Nam, Honda Việt Nam, Ford Vietnam, Mekong Auto, Kumba và VEAM Korea. Với vị thế đặc biệt, từ những năm 2000 VEAM trở thành nhà cung ứng phụ trợ cho các liên doanh và hiện cung cấp mở rộng cho nhiều tập đoàn lớn như Sumitomo, Enkei, Konishi, Tsukuba.

4. Tập đoàn GELEX

NĂM THÀNH LẬP: 1990

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Thiết bị điện**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$92 TRIỆU**

TIỀN THÂN CỦA GELEX là tổng công ty Thiết bị kỹ thuật điện Việt Nam. Hiện tại GELEX hoạt động theo mô hình holding, sở hữu chi phối cổ phần tại Điện lực GELEX chuyên về sản xuất công nghiệp (công nghiệp điện) và hạ tầng GELEX chuyên đầu tư kinh doanh hạ tầng (năng lượng và bất động sản, vật liệu xây dựng, cung cấp nước sạch...)

GELEX sở hữu nhiều công ty con có thương hiệu như Dây cáp điện Việt Nam (CADIVI), công ty Thiết bị điện (THIBIDI), công ty Thiết bị đo điện (EMIC), Chế tạo Điện Cơ Hà Nội (HEM), công ty Dây đồng Việt Nam CFT (CFT), Thiết bị điện Đông Anh... Thông qua đơn vị thành viên là công ty Sản xuất Vật liệu xây dựng Viglacera (sở hữu trên 50%), GELEX triển khai nhiều dự án bất động sản công nghiệp và khu công nghiệp tại phía Bắc.



3. Vàng Bạc Đá quý Phú Nhuận

NĂM THÀNH LẬP: 1988

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Trang sức**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$130 TRIỆU**

NGAY NHỮNG NGÀY ĐẦU năm 2023, đúng dịp Valentine, PNJ đã hâm nóng thị trường khi là một trong ba thương hiệu xuất hiện tinh tế trong MV “Em đồng ý” (I do) kết hợp giữa “hoàng tử Valentine” Đức Phúc với ban nhạc 911. Thông qua MV này và phim ngắn “Trao nhau khoảnh khắc - Ghi dấu một đời,” PNJ được đánh giá khá thành công trong chiến dịch truyền thông lan tỏa ý nghĩa và giá trị của khoảnh khắc cầu hôn đến những bạn trẻ, những cặp đôi hay những cặp vợ chồng đã bỏ lỡ khoảnh khắc thiêng liêng. Trước đó, PNJ cũng có các chiến dịch truyền thông hiệu quả như *Câu chuyện tình yêu đích thực, Đẹp đôi về một nhà...*

PNJ là thương hiệu nữ trang chiếm thị phần số 1 Việt Nam với ba dòng sản phẩm chính: PNJ Silver (khách hàng trẻ), PNJ Gold (khách hàng trung lưu), CAO Fine (cao cấp). Không chỉ là nhà chế tác kim hoàn lớn nhất Việt Nam ở quy mô công nghiệp, PNJ còn sở hữu chuỗi hơn 350 trung tâm kim hoàn tại 55 tỉnh thành. Bên cạnh các thương hiệu PNJ, công ty cũng sản xuất gia công cho một số doanh nghiệp trong nước.

5. Đạm Phú Mỹ

NĂM THÀNH LẬP: 2003

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Phân bón & hóa chất**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$103,6 TRIỆU**

ĐẠM PHÚ MỸ hay tổng công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí - CTCP (PVFCCo) là thành viên tập đoàn Dầu khí Việt Nam. Công ty chuyển đổi sang mô hình công ty cổ phần từ năm 2007. Đạm Phú Mỹ đang giữ vị thế dẫn đầu trong ngành phân đạm khí hàng năm cung cấp trên 1,2 triệu tấn phân bón và hóa chất cho thị trường nội địa và quốc tế.

Năm 2022, Đạm Phú Mỹ đạt kỷ lục về sản lượng đạm với 917 ngàn tấn, sản lượng bán hàng ure đạt 791 ngàn tấn, trong đó xuất khẩu 191 ngàn tấn. Công ty ước tính đang nắm thị phần ure và NPK Phú Mỹ lần lượt 46% và 19%. Trong chiến lược phát triển đến 2035 tầm nhìn đến 2045, công ty lên kế hoạch đa dạng hóa danh mục sản phẩm, đặc biệt mở rộng kinh doanh trong mảng hóa chất.

6. Dược Hậu Giang

NĂM THÀNH LẬP: 1974
LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Dược phẩm**
GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$79 TRIỆU**

DƯỢC HẬU GIANG HIỆN LÀ công ty dẫn đầu ngành công nghiệp dược Việt Nam, xét về doanh thu. Công ty nằm trong топ năm doanh nghiệp có thị phần lớn nhất ngành dược Việt Nam theo thống kê của IQVIA. Tiền thân của Dược Hậu Giang là xí nghiệp quốc doanh Dược phẩm 2/9, thành lập năm 1974. Sau hoạt động M&A, tập đoàn Taisho Nhật Bản đang nắm trên 51% cổ phần của công ty.

Dược Hậu Giang hiện hoạt động với hai nhà máy có công suất thiết kế 7,5 tỉ đơn vị sản phẩm mỗi năm, với các sản phẩm chính thuộc ngành hàng kháng sinh, giảm đau - hạ sốt. Một số sản phẩm nổi bật của công ty là Hapacol chiếm 17% thị phần nhóm giảm đau - hạ sốt; Klamentin chiếm 21% nhóm thuốc Amoxicillin và Acid clavulanic; Bocalex chiếm 15% nhóm sủi bổ sung vitamin (có chứa vitamin C). Dược Taisho chuyển giao công nghệ, Dược Hậu Giang đã sản xuất Counterpain, kem bôi giảm đau nhức cơ được Taisho ra mắt từ năm 1972.



Tập đoàn Hóa chất Đức Giang

NĂM THÀNH LẬP: 1963
LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Hóa chất**
GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$93,8 TRIỆU**

TIỀN THÂN HÓA CHẤT ĐỨC GIANG là doanh nghiệp nhà nước thuộc tổng cục Hóa chất và có phần hóa năm 2004. Hóa chất Đức Giang nắm vị thế hàng đầu trong ngành công nghiệp hóa chất Việt Nam. Qua các đơn vị thành viên, công ty phát triển các cụm sản xuất hóa chất lớn: Đức Giang Lào Cai với bảy nhà máy sản xuất phốt pho vàng, phụ gia thực phẩm, phụ gia thức ăn chăn nuôi, phân bón, hóa phẩm gia dụng; tổ hợp Đức Giang Nghi Sơn sản xuất hóa chất cơ bản cho nhựa PVC; Đức Giang Đắk Nông gắn với tổ hợp nhôm bô-xit Tây Nguyên.

Sau các thương vụ M&A, công ty gia tăng vị thế thông qua việc sở hữu cổ phần nhiều doanh nghiệp lớn trong ngành, xây dựng chuỗi chế biến sâu. Năm 2023, Hóa chất Đức Giang hoàn tất mua 100% cổ phần công ty Phốt pho 6, nâng công suất thêm 20%; sở hữu 51% công ty Phốt pho Apatit Việt Nam (PAT) có dây chuyền sản xuất phốt pho vàng 20 ngàn tấn/năm; sở hữu 51% Ác quy Tia Sáng với tham vọng sản xuất pin lithium cho xe điện. Đức Giang lập kế hoạch xây khu phức hợp bô-xit-alumin-nhôm công suất alumin hai triệu tấn, dự kiến vốn đầu tư 2,4 tỉ đô la Mỹ.

8. Tập đoàn Tân Á Đại Thành

NĂM THÀNH LẬP: 1993

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Hàng gia dụng**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$65 TRIỆU**

TÂN Á ĐẠI THÀNH được hình thành từ việc sáp nhập hai thương hiệu Tân Á và Đại Thành, sản xuất các sản phẩm bồn nước. Công ty hiện có ba dòng sản phẩm chiếm thị phần số 1 Việt Nam là bồn inox – bồn nhựa, bình nước nóng và máy nước nóng năng lượng mặt trời. Theo số liệu tự bạch, công ty chiếm hơn 50% thị phần bồn nước cả dân dụng và công nghiệp tại Việt Nam, với sản lượng cung ứng ra thị trường mỗi năm trung bình một triệu sản phẩm.

Từ khởi đầu tập trung vào sản xuất bồn nước inox truyền thống, đến nay tập đoàn có 18 nhà máy này đã mở rộng đa ngành, sản xuất các loại vật liệu xây dựng. Tân Á Đại Thành đang phát triển các dự án bất động sản với thương hiệu Meyhomes.

9. Phân bón Dầu khí Cà Mau

NĂM THÀNH LẬP: 2011

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Phân bón**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$51 TRIỆU**

CÔNG TY PHÂN BÓN DẦU KHÍ CÀ MAU (PVCFC) trước đây có tên là Đạm Cà Mau. Năm 2020, công ty công bố nhận diện thương hiệu mới Phân bón Cà Mau với slogan “Hạt ngọc mùa vàng.” Cùng với Đạm Phú Mỹ,

Phân bón Dầu khí Cà Mau là thành viên tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Petrovietnam) và là một trong hai doanh nghiệp lớn nhất nước trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh phân bón.

Công ty tách ra từ dự án nhà máy điện đạm Cà Mau hình thành năm 2008, chính thức vận hành năm 2011. Năm 2022, PVCFC đã cán mốc sản lượng 9 triệu tấn ure. Công ty là doanh nghiệp duy nhất sản xuất phân đạm ure hạt đục tại Việt Nam và đang vận hành hai nhà máy gồm Đạm Cà Mau công suất 800.000 tấn ure/năm và nhà máy NPK Cà Mau công suất 300.000 tấn/năm.

11. Vicostone

NĂM THÀNH LẬP: 2002

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Vật liệu xây dựng**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$46,5 TRIỆU**

VICOSTONE là một trong ba nhà sản xuất đá thạch anh nhân tạo lớn nhất thế giới. Hiện các nhà máy của Vicostone có thể cung cấp ra thị trường hơn ba triệu m² đá ốp lát mỗi năm. Sản phẩm Vicostone được sử dụng trong việc trang trí hoàn thiện các không gian sang trọng như nội thất khách sạn, sông bãi... Vicostone có vị thế vững vàng nhờ làm chủ nguồn nguyên liệu đầu vào từ hạt đá thạch anh, nhựa polyester, cristobalite từ nguồn cung nội địa và các công ty nội bộ.

Sản phẩm công ty đang hiện diện tại hơn 40 quốc gia, phủ khắp các châu lục trên thế giới và được bảo

10 Viglacera

NĂM THÀNH LẬP: 1974

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Vật liệu xây dựng**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$48,2 TRIỆU**



VIGLACERA tiền thân là công ty Gạch ngói Sành Sứ Xây dựng ra đời trên cơ sở sáp nhập 18 nhà máy, xí nghiệp sản xuất gạch ngói đất sét nung. Hiện Viglacera là nhà sản xuất vật liệu xây dựng và nhà phát triển dự án bất động sản công nghiệp tên tuổi. Trong lĩnh vực sản xuất vật liệu, các sản phẩm nổi bật của công ty là kính xây dựng, gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh, vật liệu nung và không nung... xuất khẩu đến 40 quốc gia. Sản phẩm công ty có mặt tại 63 tỉnh thành qua hệ thống 10 ngàn điểm bán. Năm 2016, công ty đã thành công trong việc sản xuất kính tiết kiệm năng lượng.

Trong lĩnh vực bất động sản công nghiệp, công ty đang vận hành 11 KCN đã đi vào hoạt động, trong đó có 10 KCN tại Việt Nam và một KCN tại Cuba, tổng quy mô hơn 4.000 héc ta, thu hút khoảng 300 nhà đầu tư. Trong lĩnh vực bất động sản dân dụng, công ty đã đầu tư 14 dự án bất động sản khu dân cư, du lịch nghỉ dưỡng và chung cư tập trung ở phía Bắc.

25 THƯƠNG HIỆU CÔNG TY HÀNG TIÊU DÙNG CÁ NHÂN & CÔNG NGHIỆP

28

25 THƯƠNG HIỆU CÔNG TY DẪN ĐẦU

hộ tại 67 quốc gia. Các thị trường xuất khẩu chủ chốt của Vicostone là Mỹ và EU. Từ năm 2019, công ty chuyển hướng mở rộng phân phối tại thị trường nội địa. Sản phẩm đá thạch anh nhân tạo của Vicostone sản xuất theo công nghệ Breton độc quyền giúp tạo ra vật liệu bề mặt rắn như đá granite thông qua việc sử dụng các khối đá nhỏ và vật liệu giống đá. Sản phẩm hoàn thành có độ đặc cao, bền bỉ.

12 Tập đoàn Hoa Sen

NĂM THÀNH LẬP: 2001
LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Vật liệu xây dựng**
GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$44 TRIỆU**

HOA SEN GROUP hiện là doanh nghiệp số 1 trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh tôn mạ ở Việt Nam. Theo công bố, công ty chiếm hơn 30% thị phần tôn và gần 20% thị phần ống thép trên cả nước. Công ty giữ vững vị thế số 1 trong lĩnh vực xuất khẩu tôn mạ khi chiếm hơn 40% sản lượng xuất khẩu toàn ngành, theo hiệp hội Thép Việt Nam. Hoa Sen từng thiết lập kỷ lục xuất khẩu 121 ngàn tấn thép mạ vào tháng 3.2021 mang về doanh thu vượt mốc 100 triệu đô la Mỹ.

Hoa Sen đang vận hành 10 nhà máy tại cả ba miền cung ứng các sản phẩm tôn, thép dày mạ, ống thép, ống kẽm nhúng nóng, ống nhựa. Công ty có mạng lưới hơn 500 chi nhánh cửa hàng phân phối bán lẻ; hệ thống siêu thị Hoa Sen Home có 114 cửa hàng, tính đến hết quý 1.2023. Với mỗi dòng sản phẩm Hoa Sen có slogan riêng gắn với đặc trưng sản phẩm: “Tôn Hoa Sen – Mái ấm gia đình Việt”; “Ống nhựa Hoa Sen – Dẫn nguồn hạnh phúc”; “Ống kẽm Hoa Sen – Bền vững đến tương lai.”

Logo Hoa Sen có tám cánh sen vàng trên nền nâu tượng trưng cho Phật giáo, đức tin của nhà sáng lập Lê Phước Vũ.



13 Tập đoàn Dệt may Việt Nam (Vinatex)

NĂM THÀNH LẬP: 1995
LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Dệt may**
GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$37,4 TRIỆU**

VINATEX là thương hiệu gắn liền với lịch sử hình thành và phát triển ngành dệt may Việt Nam. Thành lập từ năm 1995, tiền thân Vinatex là tổng công ty Dệt may Việt Nam. Biểu tượng của Vinatex lấy ý tưởng tạo hình là những dải lụa mềm mại. Biểu tượng cũng là sự kết hợp của hai chữ V (Việt Nam) và chữ T (Textile). Hình elip xanh dương tượng trưng cho trái đất, thể hiện cho định hướng hội nhập với thị trường thế giới. Hình elip bao quanh biểu tượng chữ “VT” còn thể hiện tinh thần đoàn kết, thống nhất của tập đoàn và các đơn vị thành viên.

SHUTTERSTOCK



14. Tôn Đông Á

NĂM THÀNH LẬP: 1998

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Vật liệu xây dựng**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$32 TRIỆU**

TÔN ĐÔNG Á là đơn vị chuyên sản xuất thép cán nguội, tôn kẽm, tôn lạnh, tôn màu, thép hộp mạ kẽm phục vụ cho ngành xây dựng công nghiệp và dân dụng, hạ tầng giao thông, thiết bị gia dụng. Với thị phần 17,11% Tôn Đông Á giữ thị phần thứ hai về các sản phẩm tôn mạ tại thị trường nội địa, sau Tôn Hoa Sen. Hệ thống phân phối của công ty có hơn 1.500 đại lý phân phối khắp cả nước. Sản phẩm của công ty có mặt tại hơn 45 quốc gia, trong đó chinh phục được những thị trường khó tính như Mỹ, Nhật, Úc, EU... Trong nửa đầu năm 2023 cơ cấu thị trường nội địa chiếm 45%, còn lại 55% đến từ thị trường xuất khẩu.

Công ty thành lập năm 1998 với tên gọi Công ty TNHH Đông Á, năm 2009 chuyển đổi sang mô hình công ty cổ phần. Đáp ứng các yêu cầu về kỹ thuật và chất lượng, Tôn Đông Á đã cung cấp sản phẩm thép lá mạ dùng trong sản xuất thiết bị gia dụng cho những nhà sản xuất nước ngoài, trong đó có Samsung và LG.

15. Nhựa Duy Tân

NĂM THÀNH LẬP: 1987

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Nhựa gia dụng và công nghiệp**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$31 TRIỆU**

THÀNH LẬP NĂM 1987, từ một tổ hợp sản xuất nhỏ, Duy Tân trở thành thương hiệu nhựa hàng đầu tại Việt Nam với danh mục sản phẩm trải dài từ gia dụng (như dụng cụ nhà bếp, đồ nội thất...) đến công nghiệp (pallet, thùng, kệ...) và bao bì cứng. Sản phẩm của Duy Tân được thị trường đánh giá cao về chất lượng, không chỉ bán trong nước mà còn được xuất khẩu sang Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU. Các khách hàng tiêu biểu của Duy Tân là các công ty lớn trong ngành FMCG như Unilever, Nestlé. Với hàng gia dụng, ngoài thương hiệu mẹ Duy Tân, công ty này cũng có thêm một số thương hiệu nhánh, trong đó nổi bật nhất là Matsu.

Từ năm 2021, Duy Tân chính thức trở thành thành viên của tập đoàn SCG Packaging – SCGP (Thái Lan) sau thương vụ bán 70% cổ phần và đang nuôi mục tiêu mở rộng hoạt động kinh doanh bao bì nhựa cứng trên toàn Đông Nam Á. Sau khi thay đổi cổ đông lớn, Duy Tân mới có

Tính đến cuối năm 2022, tập đoàn có 33 công ty con và 32 công ty liên kết với các thương hiệu lớn trong ngành như May 10, Việt Tiến, May Nhà Bè. Hoạt động của Vinatex tập trung vào ba ngành hàng: sợi với năng lực thiết kế 135.000 tấn/năm; ngành hàng vải với vải dệt thoi (75 triệu mét vải/năm), vải dệt kim (năng lực thiết kế 12.000 tấn/năm), dệt gia dụng (năng lực thiết kế 8.000 tấn/năm) và ngành hàng may có năng lực thiết kế 1.700 chuyên may. Vinatex thường xuyên cập nhật các tin tức về nội bộ và ngành dệt may thông qua trang chủ của tập đoàn và phát hành đặc san Dệt may và Thời trang Việt Nam đều đặn hàng tháng, nhằm cung cấp thông tin về hoạt động nổi bật của các doanh nghiệp thành viên cũng như xu hướng thị trường.

những chương trình truyền thông, quảng bá giới thiệu hình ảnh thương hiệu mới mẻ so với trước đây.

16

Gỗ An Cường

NĂM THÀNH LẬP: 1994

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Gỗ nội thất**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$24 TRIỆU**

AN CƯỜNG CHUYÊN CUNG CẤP sản phẩm và vật liệu gỗ công nghiệp bao gồm MFC, chi nhựa và keo. Công ty là nhà cung cấp vật liệu, giải pháp và nội thất làm bằng gỗ công nghiệp lớn cho nhiều nhà phát triển dự án bất động sản hàng đầu tại Việt Nam như Vingroup, Nam Long, Keppel Land... Tháng 7.2022, Gỗ An Cường đã ký kết hợp đồng hợp tác kinh doanh với Sumitomo Forestry America cung cấp toàn bộ nội thất cho các dự án mà công ty này đầu tư tại thị trường Mỹ từ năm 2022 trở đi.

An Cường sở hữu một số thương hiệu nổi bật như Laminate Kingdom với hơn 700 màu gỗ các loại, tấm Acrylic bóng gương, Eco Veneer (Veneer nhân tạo), độc quyền phân phối sản phẩm Hettich tại Việt Nam. Tính đến giữa tháng 4.2023, An Cường có 108 địa điểm kinh doanh tại Việt Nam, bao gồm 16 showroom do công ty sở hữu và vận hành. Công ty triển khai mô hình nhượng quyền để mở rộng thương hiệu với 11 showroom. Doanh thu xuất khẩu của An Cường chiếm khoảng 16% tổng doanh thu vào quý 1.2023.



17. Nhựa Bình Minh

NĂM THÀNH LẬP: 1977

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Nhựa xây dựng**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$22 TRIỆU**

NHỰA BÌNH MINH tiền thân là một nhà máy công tư hợp doanh trực thuộc tổng công ty Công nghệ phẩm – bộ Công nghiệp nhẹ chuyên sản xuất các loại sản phẩm nhựa dân dụng và một số sản phẩm ống kèm phụ kiện ống nhựa. Hiện tại, thông qua hoạt động M&A Nhựa Bình Minh trở thành thành viên của tập đoàn SCG (Thái Lan).

Ước tính Nhựa Bình Minh nắm giữ 50% thị phần ống nhựa xây dựng khu vực phía Nam. Công ty có bốn nhà máy tại TP.HCM, Bình Dương, Long An và Hưng Yên với công suất 150 ngàn tấn/năm. Sản phẩm phân phối qua hệ thống khoảng 1.950 cửa hàng trên cả nước. Sản phẩm chủ lực của công ty là ống nhựa và phụ tùng ống nhựa, chiếm 99,5% sản lượng và tổng doanh thu. Đây là doanh nghiệp đầu tiên sản xuất thành công ống HDPE có đường kính 1.200mm lớn nhất Việt Nam.

18. Thiên Long

NĂM THÀNH LẬP: 1981

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: Văn phòng phẩm

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$20,2 TRIỆU**

CÔNG TY CÓ bốn dòng sản phẩm chính là: bút viết, dụng cụ học tập, dụng cụ văn phòng và dụng cụ mỹ thuật. Thiên Long là nhà cung cấp văn phòng phẩm chiếm khoảng 60% thị trường nội địa. Sản phẩm của Thiên Long được phân phối qua hệ thống 65 ngàn điểm bán từ các kênh hiện đại như siêu thị, nhà sách tới các kiot nhỏ lẻ. Từ năm 2020 đến nay, Thiên Long đẩy mạnh phân phối qua kênh trực tuyến, bán cả các linh kiện thay thế kéo dài vòng đời sản phẩm. Thiên Long nổi tiếng với dòng bút bi truyền thống, sản phẩm quốc dân có mặt từ thành thị tới nông thôn, từ văn phòng tới các trường học. Sản phẩm văn phòng phẩm của công ty mang thương hiệu FlexOffice, dòng sản phẩm mỹ thuật mang tên Colorkit, dòng bút kỹ cao cấp thương hiệu Bizman.

Một trong các chương trình truyền thông ý nghĩa, có giá trị của Thiên Long là Tiếp sức mùa thi đã kéo dài sang năm thứ 18. Công ty thành lập năm 1981, xuất phát điểm là cơ sở sản xuất bút bi.

19. Traphaco

NĂM THÀNH LẬP: 1972

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: Dược phẩm

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$19,8 TRIỆU**

TRAPHACO LÀ công ty lớn trong ngành dược Việt Nam xét theo doanh thu sản xuất và công ty số 1 về các sản phẩm đông dược. Tiền thân của Traphaco là tổ sản xuất thuốc pha chế theo đơn phục vụ cán bộ ngành đường sắt được thành lập năm 1972. Trong giai đoạn chiến tranh, công ty sản xuất huyết thanh, dịch truyền, nước cất phục vụ cho bệnh viện ngành đường sắt. Sau năm 1975 công ty tái cơ cấu hoạt động, phát triển các dòng sản phẩm thuốc đông dược theo các bài thuốc y học cổ truyền với nguồn gốc nguyên liệu thiên nhiên.

Các sản phẩm nổi tiếng của Traphaco có Hoạt huyết dưỡng não, thuốc bổ gan Boganic. Sản phẩm Traphaco có mặt trên toàn quốc thông qua hệ thống phân phối 28 chi nhánh, 40 đại lý. Công ty chọn slogan: Traphaco – Con đường sức khỏe xanh phù hợp với chiến lược phát triển.

Nhựa Thiếu Niên Tiên Phong

NĂM THÀNH LẬP: 1960

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: Nhựa xây dựng

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$19,2 TRIỆU**

THÀNH LẬP NĂM 1960, từ một nhà máy chuyên sản xuất mặt hàng phục vụ thiếu niên nhi đồng như đồ chơi, bóng bàn, Nhựa Tiên Phong đã chuyển hướng trở thành nhà sản xuất ống nhựa xây dựng lớn tại Việt Nam. Công ty tập trung vào sản xuất kinh doanh ống và phụ tùng nhựa dựa trên các loại nhựa chính như HDPE, PP, PP-R PVC, với hơn 10.000 chủng loại thông qua ba nhà máy tại Hải Phòng, Bình Dương và Nghệ An có tổng năng lực sản xuất 250.000 tấn/năm.

Nhựa Tiên Phong thuộc nhóm những công ty hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh ống và phụ tùng nhựa tại Việt Nam, chiếm khoảng 37% thị phần cả nước; từng đoạt các giải thưởng về thương hiệu và chất lượng trong nhiều năm.



21. Phú Tài

NĂM THÀNH LẬP: 1996
 LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Đồ gỗ**
 GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$17,2 TRIỆU**

CÔNG TY PHÚ TÀI được thành lập từ năm 1996 trên cơ sở hợp nhất xí nghiệp 380, xí nghiệp 224 và xí nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng An Trường. Hoạt động kinh doanh chính của Phú Tài tập trung vào ba mảng: sản xuất đá xây dựng - xuất khẩu đồ gỗ nội ngoại thất và phân phối xe hơi. Cơ cấu doanh thu của Phú Tài trong năm 2022 chủ yếu đến từ việc kinh doanh các sản phẩm gỗ, chiếm tỉ trọng lớn nhất với gần 50%, kế tiếp là kinh doanh các sản phẩm đá và cuối cùng là từ việc phân phối xe hơi thương hiệu Toyota.

55% doanh thu của Phú Tài năm 2022 đến từ kênh xuất khẩu. Các sản phẩm đồ gỗ xuất khẩu của công ty đều có chứng nhận nguồn gốc xuất xứ nguyên liệu.

22. Biti's

NĂM THÀNH LẬP: 1982
 LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Giày dép**
 GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$16,5 TRIỆU**

BITI'S RA ĐỜI từ một cơ sở sản xuất tư nhân do ông Vưu Khải Thành và vợ, bà Lai Khiêm, thành lập năm 1982 và dần trở thành hợp tác xã Bình Tiên chuyên sản xuất dép cao su tại quận 6, TP.HCM.

Slogan "*Nàng niu bàn chân Việt*" của Biti's được nhận xét là một trong các giới thiệu ấn tượng nhất. Sau 40 năm hoạt động Biti's từng bước xây dựng

chiến lược sản xuất và xuất khẩu, tạo ra thương hiệu giày dép Biti's gắn liền với nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng. Hiện Biti's có hệ thống phân phối sản phẩm từ Nam ra Bắc với bảy trung tâm chi nhánh, 200 cửa hàng trực tiếp và hơn 700 đại lý phân phối. Biti's có hai công ty thành viên, tạo việc làm cho hơn 8.000 người lao động tại tổng công ty Biti's và công ty Dona Biti's với sản lượng hàng năm khoảng 25 triệu đôi. Tại Trung Quốc, Biti's có bốn văn phòng đại diện với 30 tổng kinh tiêu, hơn 300 điểm bán hàng để từng bước đưa sản phẩm Biti's chiếm lĩnh thị trường biên mậu đầy tiềm năng.

Biti's còn xuất khẩu các sản phẩm đến khoảng 40 nước trên thế giới và cũng đóng vai trò gia công cho các thương hiệu nổi tiếng như Decathlon, Clarks, Speedo, Skechers, Lotto... Khoảng 30% sản phẩm của công ty này được xuất khẩu sang châu Âu dưới thương hiệu khác.

Một trong những thành công của Biti's là ra mắt Biti's Hunter vào năm 2016. Các chiến dịch quảng cáo sau đó thường được công ty kết hợp với những nghệ sĩ trẻ hàng đầu Việt Nam như Sơn Tùng M-TP, hay thực hiện các phim ngắn về dịp lễ Tết "Đi để trở về" giúp thương hiệu gắn kết gần hơn với nhóm khách hàng trẻ.

23. May Sông Hồng

NĂM THÀNH LẬP: 1988
 LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Hàng may mặc**
 GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$14 TRIỆU**

MAY SÔNG HỒNG là một trong những nhà máy sản xuất hàng may mặc và chân ga gối đệm hàng đầu Việt Nam. Tại thị trường nội địa sản phẩm chủ lực của công ty là chân đệm chất lượng cao. Năm 2023 công ty có các dòng sản phẩm mới gồm đệm bông tinh khiết Sông Hồng, chân ga gối cao cấp Urban Collection, chân ga gối Basic Collection, chân ga gối trẻ em Youth & Junior Collection.

Ngoài thị trường trong nước, công ty cũng là đối tác của rất nhiều thương hiệu thời trang nổi tiếng thế giới với thị trường xuất khẩu gồm Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Hong Kong, Canada, Mexico và các nước Trung Đông. Công ty hiện là đối tác sản xuất của các nhãn hiệu thời trang, nhà sản xuất và chuỗi bán lẻ lớn như Columbia Sportswear, Haddad Brands (với các thương hiệu Nike, Converse, Levi's), GIII (với các thương hiệu Calvin Klein, Tommy Hilfiger, DKNY), Walmart, Bugatti, Sae-A Trading, Target, Express. Công ty có hơn 20 xưởng sản xuất được xây dựng và quản lý tập trung trong phạm vi tỉnh Nam Định.

PHƯƠNG PHÁP TÍNH

Năm thứ tám *Forbes Việt Nam* tính toán giá trị thương hiệu các công ty dẫn đầu và năm thứ ba tính toán theo lĩnh vực. Năm 2023 danh sách tính toán trong lĩnh vực hàng tiêu dùng cá nhân và hàng tiêu dùng công nghiệp. Theo nguyên tắc chung, lợi nhuận của doanh nghiệp được tạo ra từ tài sản hữu hình và vô hình. Vì vậy, thương hiệu của một công ty có đóng góp vào lợi nhuận, phần đóng góp này giúp xác định giá trị thương hiệu công ty đó.

Để tính toán, *Forbes Việt Nam* tập hợp dữ liệu tài chính của các công ty trong ngành hàng tiêu dùng cá nhân và công nghiệp. Với các công ty đại chúng, chúng tôi sử dụng báo cáo tài chính kiểm toán ba năm gần nhất. Với các công ty tư nhân, chúng tôi cần sự hợp tác cung cấp số liệu tài chính. Các công ty không hợp tác cung cấp số liệu không có tên trong danh sách.

Với sự hỗ trợ của công ty chứng khoán SSI, chúng tôi sử dụng phương pháp của *Forbes* (Mỹ) để tính toán. Chúng tôi loại bỏ lợi nhuận tạo ra từ các tài sản hữu hình để xác định lợi nhuận của công ty tạo ra từ tài sản vô hình. Giá trị thương hiệu công ty được xác định từ con số này sau khi phân bổ hệ số đóng góp của thương hiệu trong từng ngành và hệ số P/E trung bình của ngành đó tại thời điểm tính toán.

24. Bóng đèn Phích nước Rạng Đông

NĂM THÀNH LẬP: 1961

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Hàng gia dụng**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$13,9 TRIỆU**

THƯƠNG HIỆU PHÍCH NƯỚC Rạng Đông gắn liền với đời sống của người dân miền Bắc giai đoạn 1960-1990. Nhà máy Bóng đèn Phích nước Rạng Đông được khởi công xây dựng vào năm 1958, đến năm 1961 đưa sản phẩm ra thị trường. Nếu như trước đây, sản phẩm

phích nước Rạng Đông đi vào tiềm thức của người dân miền Bắc như một sản phẩm thiết yếu thì hiện nay công ty mở rộng chuỗi sản phẩm tập trung cung cấp hệ thống và giải pháp đồng bộ dựa trên công nghệ lõi là chiếu sáng và IoT...

Năng lực sản xuất hàng năm của Rạng Đông khoảng 100 triệu sản phẩm đèn led, năm triệu sản phẩm đèn bàn và thiết bị chiếu sáng, 32 triệu sản phẩm phích/ruột phích. Theo số liệu tự bạch, Rạng Đông giữ vị trí số 1 thị phần tại Việt Nam về chiếu sáng và phích nước. Ngoài kênh phân phối truyền thống như 24.000 đại lý, Rạng Đông đang đẩy mạnh kinh doanh online thông qua ba trang thương mại điện tử và hai nền tảng cộng sinh như FPT, VNPT, Viettel...

25

Cadivi

NĂM THÀNH LẬP: 1975 • LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG: **Cáp điện**

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU: **\$13 TRIỆU**

CADIVI LÀ CÔNG TY HÀNG ĐẦU VIỆT NAM trong ngành sản xuất dây cáp điện, hoạt động với slogan “Dem nguồn sáng đến mọi nơi.” Sản phẩm công ty chiếm 90% thị phần dây điện dân dụng ở miền Nam, 20% thị phần ở miền Bắc, 70% ở miền Trung. Tính chung cả nước công ty chiếm 30% thị phần, với hệ thống phân phối 200 đại lý cấp 1, 2.000 đại lý cấp 2, theo số liệu tự bạch.

Cadivi hiện có ba nhà máy, hai công ty thành viên cùng hệ thống phân phối trải rộng khắp cả nước. Năm 2023, công ty vừa ra mắt sản phẩm mới là dây điện dân dụng chậm cháy vỏ ny lông THHN và THWN-2 – chịu nhiệt, kháng nước, chống mối mọt, là sản phẩm được thiết kế và sản xuất dựa trên các tiêu chuẩn an toàn, đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt của tập đoàn khoa học an toàn toàn cầu Underwriters Laboratories (UL) 83 và tuân theo yêu cầu bộ quy tắc thiết kế, lắp đặt mạng lưới điện NEC-NFPA với cấu tạo gồm ruột dẫn đồng, cách điện PVC, vỏ ny lông.

