

Tổng quan

- **Thời gian, địa điểm:** 08h00 ngày 28/04/2026, tại 240 Hậu Giang, Quận 6, TP.HCM.
- **Tỷ lệ tham dự họp:** 83 cổ đông tham dự, đại diện khoảng 64,8 triệu cổ phần, tương đương với tỷ lệ 79,19%.
- **Các nội dung thông qua tại đại hội:**

| STT | Nội dung | Thông qua/Không thông qua | Tỷ lệ thông qua |
|-----|---|---------------------------|-----------------|
| 1 | Báo cáo tài chính và Báo cáo hoạt động năm 2025 | Thông qua | 100% |
| 2 | Kế hoạch phân phối lợi nhuận năm 2025 | Thông qua | 100% |
| 3 | Kế hoạch sản xuất kinh doanh và đầu tư năm 2026 | Thông qua | 100% |
| 4 | Chính sách cổ tức 2026 | Thông qua | 100% |
| 5 | Thủ lao năm 2026 cho HĐQT và BKS | Thông qua | 100% |
| 6 | Thông qua việc lựa chọn công ty kiểm toán độc lập | Thông qua | 99,89% |

Kế hoạch kinh doanh của Doanh nghiệp

| Chỉ tiêu (tỷ VNĐ) | 2023A | 2024A | 2025A | 2026F | %YoY |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| Doanh thu | 5.200 | 4.679 | 5.602 | 6.053 | +8,1% |
| Lợi nhuận trước thuế | 1.307 | 1.241 | 1.539 | 1.597 | +3,8% |
| Lợi nhuận sau thuế | 1.041 | 991 | 1.229 | 1.278 | +4,0% |

- **(i) Thông tin trọng tâm:** Ở góc độ nhà đầu tư, điều PVI AM quan tâm không chỉ là câu chuyện tăng trưởng, mà là cách doanh nghiệp cân bằng giữa mở rộng thị phần và duy trì biên lợi nhuận trong một ngành có mức độ cạnh tranh cao và phụ thuộc lớn vào biến động nguyên vật liệu đầu vào. Bước sang năm 2026, BMP đặt kế hoạch tăng trưởng tương đối thận trọng với doanh thu 6.053 tỷ đồng (+8% YoY) và lợi nhuận sau thuế 1.278 tỷ đồng (+4% YoY), trong bối cảnh giá nguyên liệu đầu vào chịu áp lực từ yếu tố địa chính trị.
- **(ii) Điểm nhấn điều hành:** Điểm đáng chú ý là ban lãnh đạo thể hiện quan điểm điều hành nhất quán “ưu tiên hiệu quả hơn quy mô”, ưu tiên bảo vệ biên lợi nhuận thay vì theo đuổi tăng trưởng sản lượng bằng mọi giá. Theo chia sẻ tại đại hội, BMP không tham gia cạnh tranh giá trong một thị trường có mức độ phân mảnh cao, mà tập trung vào các phân khúc và dự án có hiệu quả tốt, đồng thời tận dụng lợi thế từ hệ sinh thái của SCG để chủ động hơn trong quản trị chi phí nguyên vật liệu.
- **(iii) Góc nhìn nhà đầu tư PVI AM:** Từ góc nhìn đầu tư, đây là điểm đáng lưu ý: trong một ngành có rào cản giá nhập thấp và cạnh tranh chủ yếu về giá, việc duy trì kỷ luật về biên lợi nhuận đồng nghĩa với việc chấp nhận tăng trưởng chậm hơn trong ngắn hạn. Với BMP, câu chuyện đầu tư vì vậy không chỉ nằm ở quy mô doanh thu, mà ở khả năng chuyển hóa doanh thu thành lợi nhuận và duy trì dòng tiền ổn định trong suốt chu kỳ. Chúng tôi tin rằng với lợi thế về thương hiệu, hệ thống phân phối và định vị sản phẩm chất lượng cao giúp doanh nghiệp có nền tảng để bảo vệ biên lợi nhuận. Tuy nhiên, áp lực cạnh tranh, đặc biệt ở mảng dự án và khu vực miền Bắc, vẫn là yếu tố tiềm ẩn có thể hạn chế tốc độ mở rộng sản lượng.

Một số điểm thảo luận trọng yếu tại Đại hội đồng cổ đông
#1: Chiến lược giá và quản trị biên lợi nhuận

- Việc tăng giá sản phẩm đầu ra 15%–20% trong tháng 4/2026 được ban lãnh đạo xác định là bắt buộc nhằm bù đắp chi phí nguyên liệu tăng do biến động địa chính trị.
- BMP nhấn mạnh nguyên tắc cân bằng giữa giá vốn – sức mua thị trường – phản ứng của đối thủ, thay vì điều chỉnh giá mang tính ngắn hạn.
- Doanh nghiệp kiên định không tham gia cuộc chiến giá trong ngành, ưu tiên bảo vệ biên lợi nhuận và lợi ích cổ đông.
- Quan điểm điều hành xuyên suốt: hiệu quả sinh lời quan trọng hơn tăng trưởng doanh thu

#2: Chuỗi cung ứng và quản trị nguyên vật liệu (PVC)

- Lợi thế từ hệ sinh thái của SCG (Thailand) giúp BMP tiếp cận thông tin thị trường sớm, từ đó chủ động tích trữ nguyên liệu ở vùng giá thấp trước khi biến động xảy ra.

Một số điểm thảo luận trọng yếu tại Đại hội đồng cổ đông (tiếp)

- Ưu tiên sử dụng nguồn cung nội địa và các đối tác uy tín (SCG, đối tác Nhật Bản tại Việt Nam) nhằm tối ưu chi phí logistics và đảm bảo chất lượng đầu vào.
- Cam kết không sử dụng PVC Trung Quốc sản xuất theo công nghệ cacbua độc hại, đồng thời duy trì là đơn vị duy nhất cam kết tiêu chuẩn sản phẩm an toàn (lead-free) cho ống nước uống.
- Việc tạm dừng dự án Hóa dầu Long Sơn (chủ yếu sản xuất PE, PP không sản xuất hạt nhựa PVC) không ảnh hưởng đến hoạt động của BMP và không trực tiếp đến nguồn cung PVC.

#3: Chiến lược thị trường và phân khúc khách hàng

- Mảng dự án và đầu tư công chưa phải trọng tâm do rào cản thủ tục và rủi ro thanh toán; doanh nghiệp tiếp cận có chọn lọc, ưu tiên dự án có hiệu quả và dòng tiền tốt.
- Thị trường miền Bắc ghi nhận tăng trưởng 5% chậm hơn đối thủ (15%) do BMP không tham gia cạnh tranh giá, tập trung vào phân khúc dân dụng và cao cấp.
- Mảng nông nghiệp được đẩy mạnh với chiến lược tiếp cận trực tiếp các khách hàng quy mô lớn (trang trại chuỗi > 1.000 ha, nuôi trồng cá/tôm công nghiệp ở Bạc Liêu) nhằm duy trì biên lợi nhuận cao (lên tới 47%).
- Xuất khẩu không phải động lực tăng trưởng chính do đặc thù sản phẩm cồng kềnh; doanh nghiệp chỉ tập trung vào các sản phẩm giá trị gia tăng cao thông qua mạng lưới quốc tế.

#4: Quản trị doanh nghiệp và chính sách cổ đông

- Nền tảng tài chính vững mạnh giúp BMP duy trì chính sách cổ tức cao và ổn định; việc chi trả chậm chủ yếu do yếu tố thủ tục.
- Doanh nghiệp chủ động hỗ trợ hệ thống đại lý thích ứng với thay đổi chính sách thuế, đồng thời tận dụng hỗ trợ từ SCG trong tự động hóa và ứng dụng AI.
- Công tác bảo vệ thương hiệu được chú trọng, đặc biệt trong bối cảnh gia tăng các hành vi nhái nhãn hiệu.
- Ban lãnh đạo khẳng định cam kết minh bạch thông tin, đồng thời tuân thủ chặt chẽ quy định liên quan đến công bố thông tin và giao dịch nội gián.

#5: Kế hoạch phân phối lợi nhuận

- BMP quyết định dành 99% lợi nhuận sau thuế (~1.216 tỷ đồng) để **chia cổ tức bằng tiền mặt với mức chi trả ~1,5x vốn điều lệ, tương ứng 14.860 đồng/cổ phiếu.**
- Cổ tức năm 2026: cam kết tối thiểu 50% lợi nhuận sau thuế