



CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN GREEN+



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2025

Vĩnh Long, tháng 04 năm 2026

MỤC LỤC

1. THÔNG TIN CHUNG..... 1

2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TRONG NĂM 2025 23

3. BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC..... 25

4. BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ 27

5. BÁO CÁO TÀI CHÍNH ĐÃ KIỂM TOÁN 2025 29

11/2025
CCTC

1. THÔNG TIN CHUNG

1.1. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY

Tên gọi của Công ty:	Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+
Tên tiếng Anh:	Green Plus Joint Stock Company
Tên tiếng Anh viết tắt:	GREEN+
Trụ sở chính:	Lô AIV-1, Khu công nghiệp Giao Long giai đoạn 2, xã Giao Long, tỉnh Vĩnh Long
Điện thoại:	(028) 0862750808
Website:	www.greenplus.group , www.greenplus.online
Email	gpc@greenplus.group
Vốn điều lệ	540.721.430.000 đồng
Giấy CNĐKDN	Số doanh nghiệp 1301009978 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Long cấp lần đầu ngày 01/06/2016, cấp thay đổi lần thứ 15 ngày 08/08/2025
Mã số thuế	1301009978

Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+ hiện có 01 công ty con và 01 công ty liên kết, bao gồm:

- o Công ty Cổ phần Organic Tiến Thịnh;
- o Công ty Cổ phần Nhà ở Tiêu chuẩn xanh Quốc tế;

Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+ hoạt động trong lĩnh vực chính: Rượu sâm Wisconsin & Thực phẩm chức năng.

1.2. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN

Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+, tiền thân là Công ty Cổ phần Đầu tư Thảo Dược Xanh, thành lập năm 2016, hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và phân phối các sản phẩm dược phẩm, TPCN và thảo dược.

Đầu năm 2021, Công ty mở rộng sang các lĩnh vực khác như kinh doanh nhà thuốc, bất động sản,... chính thức chuyển đổi tên hoạt động dưới mô hình tập đoàn và đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+

Ngày 29/03/2022, Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+ đã chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO) thành công và trở thành công ty đại chúng.

Ngày 06/01/2023, 41.594.000 cổ phần được niêm yết và giao dịch trên sàn chứng khoán Upcom.

Ngày 19/11/2024, phát hành thành công cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu nâng vốn điều lệ lên 540,72 tỷ đồng.

Từ nửa cuối năm 2024, Green+ bắt đầu phát triển ngành rượu sâm, trên cơ sở nguồn nguyên liệu nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ và hợp tác sản xuất với Công ty Cp Rượu Bình Tây – Nhà máy Rượu cồn Bình Tây.

1.3. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1.3.1 Lĩnh vực kinh doanh chính

Năm 2017, Hội Đồng Nhân Sâm bang Wisconsin Hoa Kỳ (GBW) đã chọn Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+ là nhà phân phối chính thức sản phẩm của họ tại Việt Nam. Đến nay, hàng chục tấn nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ đã được Công ty Cổ phần Tập Đoàn Green+ nhập khẩu trực tiếp về chế biến, phân phối ... phục vụ cho khách hàng. Với nền tảng chất lượng đặc biệt của Sâm Wisconsin, Công ty nghiên cứu, phát triển nhiều sản phẩm thực phẩm vì sức khỏe, TPCN, góp phần nâng cao giá trị cho nhân sâm Wisconsin. Đặc biệt từ cuối năm 2024, Công ty phát triển ngành hàng Rượu sâm Wisconsin & thảo dược. Đến 31/12/2025 đã đưa vào kinh doanh tổng cộng 7 dòng Rượu sâm Wisconsin, dần khẳng định và đóng góp quan trọng vào cơ cấu doanh thu và thu nhập của Công ty.



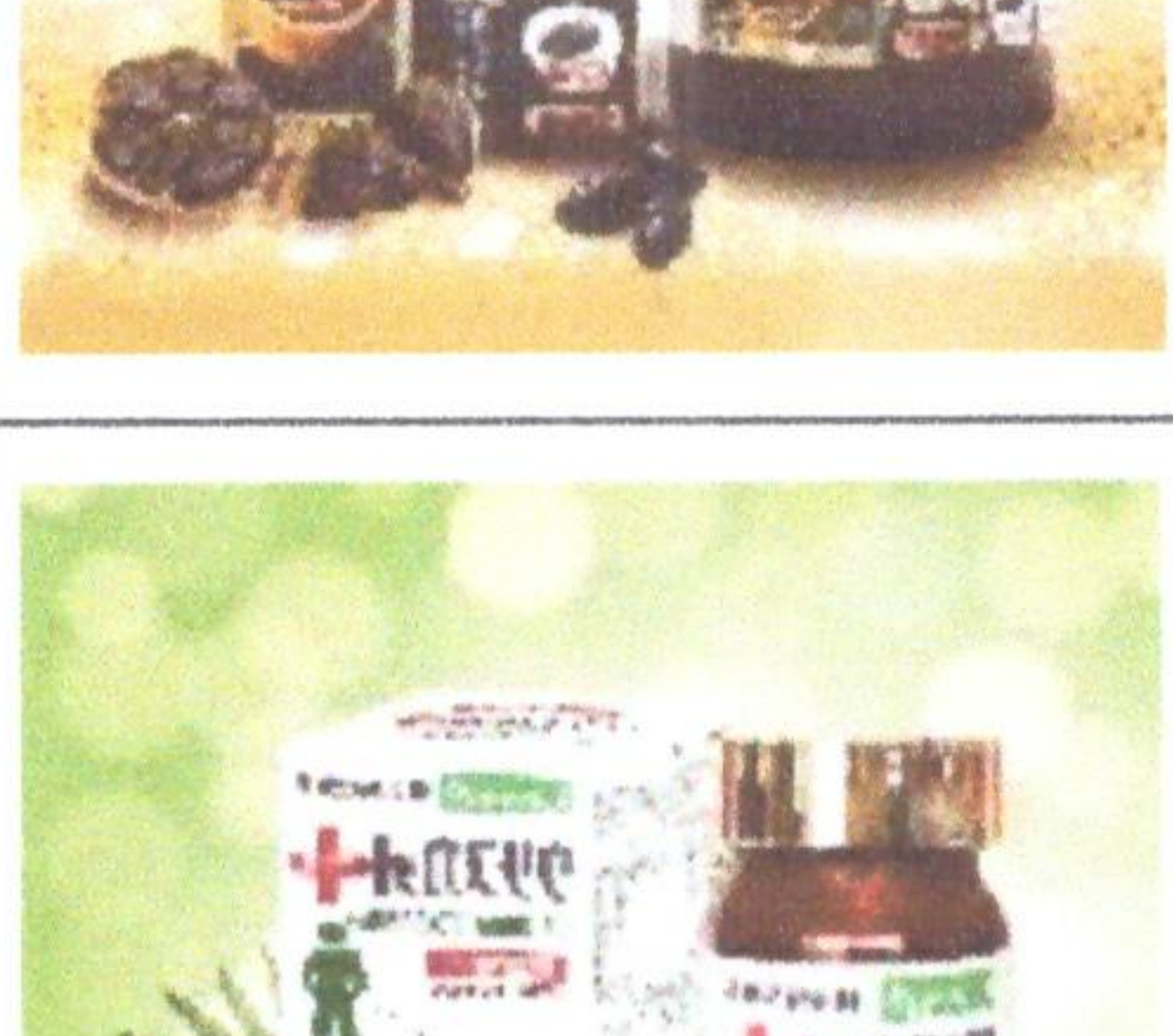
Sản phẩm TPCN và rượu sâm Wisconsin của Green Plus

Với ngành hàng TPCN, từ năm 2018, Công ty Cổ phần Tập Đoàn Green+ hợp tác với Công ty Sato Yakuhin Kogyo Co., Ltd để sản xuất các sản phẩm cho sức khỏe bán độc quyền tại thị trường Việt Nam dưới thương hiệu Green+. Sato Yakuhin Kogyo Co., Ltd được thành lập từ năm 1947, là một trong những công ty chuyên sản xuất dược phẩm uy tín và lâu đời nhất tại Nhật Bản. Đến 31/12/2025, Green+ đã nhập khẩu và phân phối chính thức 9 loại TPCN Nhật Bản.

Với ngành hàng phân bón, là hoạt động thương mại mua – bán lô sỉ, chủ yếu do công ty con – Công ty Cp Organic Tiên Thịnh thực hiện.

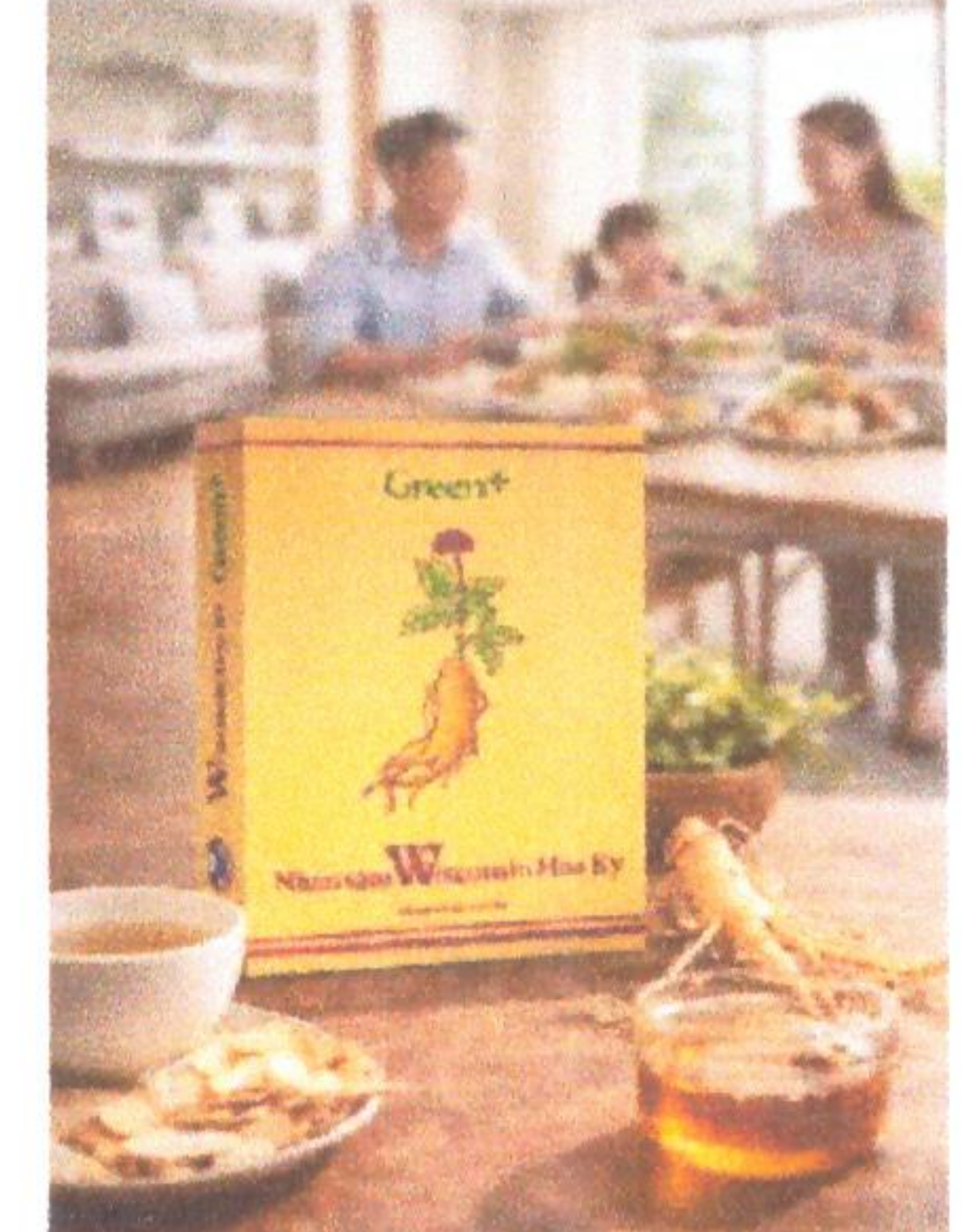
Các lĩnh vực khác, gồm đầu tư bất động sản, cho thuê văn phòng... là các lĩnh vực mang tính chất đầu tư, không ưu tiên trong dài hạn.

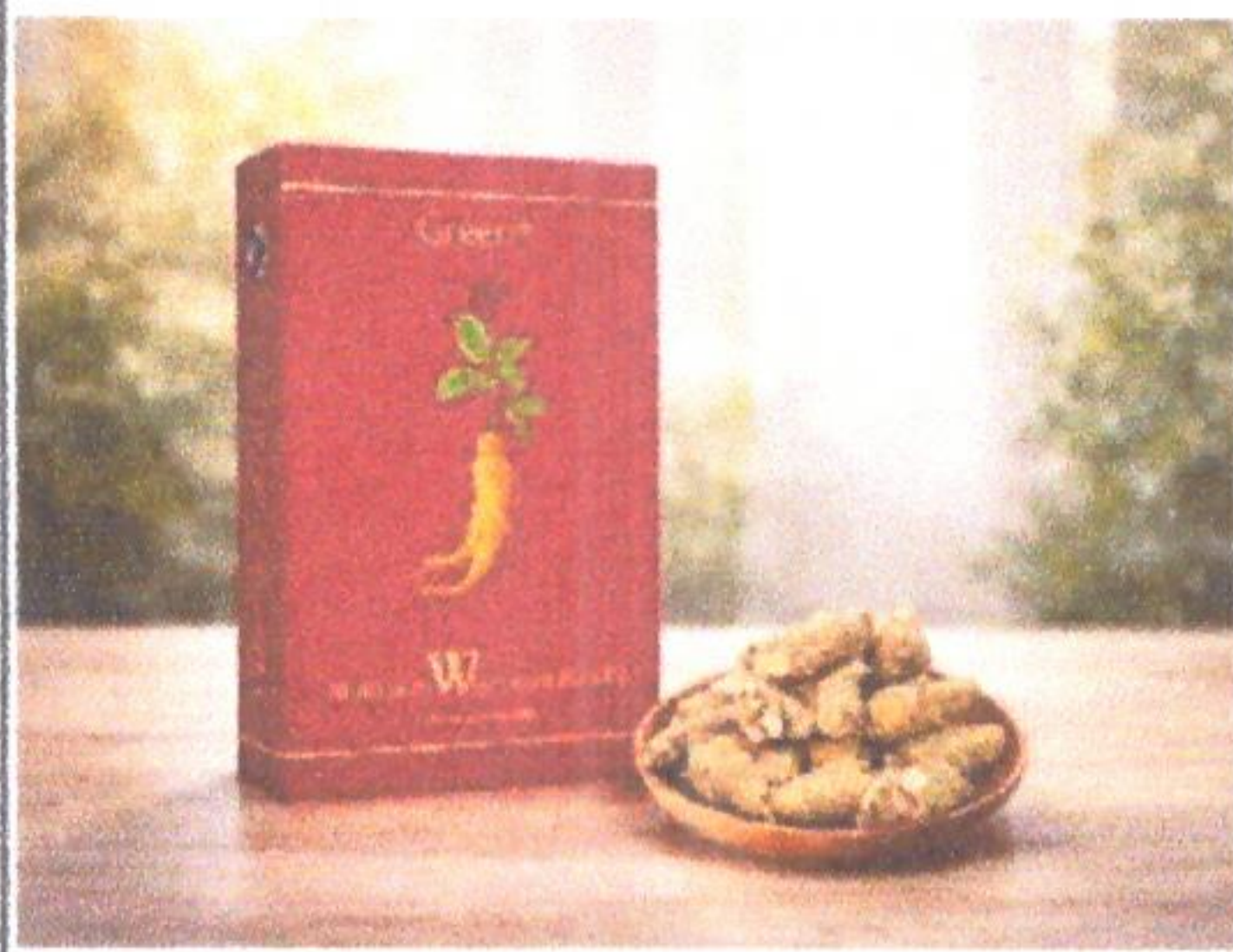
1.3.2 Các sản phẩm chính:
a. Dược, Thực phẩm chức năng Nhật Bản

	Nano Fucoidan Green+ Đây là thực phẩm chức năng có chứa Fucoidan và khoáng chất giúp tăng cường khả năng miễn dịch, hiệu quả trong điều trị ung thư.
	Collagen Bidanki Green+ Với Collagen peptide (có nguồn gốc từ cá), vitamin C, vitamin B2, vitamin B6, elastin, acit hyaluronie giúp bổ sung vitamin và collagen, đẹp da, hạn chế quá trình lão hóa của da, giúp da tươi trẻ.
	Kirehada Collagen Powder 100 Green+ Collagen bột với thành phần chính là collagen peptide có nguồn gốc từ cá có tác dụng giúp da chắc khỏe, hạn chế quá trình lão hóa.
	Fermented Black Garlic Green+ Giúp tăng khả năng chống oxy hóa, tăng đề kháng phòng chống các bệnh về virus, hỗ trợ phòng ngừa ung thư, bệnh Alzheimer, xơ cứng động mạch, cao huyết áp, tiểu đường, giúp ngừa béo phì, nếp nhăn và triệu chứng tóc bạc sớm.
	Uri Sukatto Green+ Viên uống hỗ trợ tăng cường sinh lực phái mạnh giúp cải thiện chức năng sinh lý nam thông qua việc giảm các bệnh lý tổn hại chức năng tuyến tiền liệt và các biểu hiện rối loạn tiểu tiện.

	Support Eye Clear Green+ Giúp bảo vệ mắt, tăng cường thị lực, cải thiện các tật khúc xạ như cận thị, viễn thị, loạn thị, Phòng ngừa và cải thiện hội chứng rối loạn thị giác do sử dụng máy tính, điện thoại... trong thời gian dài.
	Glumagenol Green+ Hỗ trợ điều hòa sự hấp thu đường tại ruột, kích thích tăng tiết và tăng hoạt tính insulin, bổ sung “Insulin thực vật” giúp điều hòa đường huyết, thúc đẩy quá trình chuyển đường thành năng lượng.
	Glucosamin Premium Green+ Giúp bổ sung glucosamin, proteoglycan từ sụn vi cá hồi, chondroitin từ sụn cá mập, collagen peptide từ cá, Imidazole peptide từ gà và Methylsaliphenylmetan (MSM) giúp giảm đau nhức xương khớp, hạn chế thoái hóa và giúp khớp linh hoạt.
	Multivitamin Green+ Bổ sung Vitamin và khoáng chất thiết yếu hàng ngày. Cung cấp Sắt, Acid folic để giảm các dị tật thai nhi và bệnh lý cột sống ở phụ nữ đang mang thai.

b. Nhân sâm và các sản phẩm từ nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ

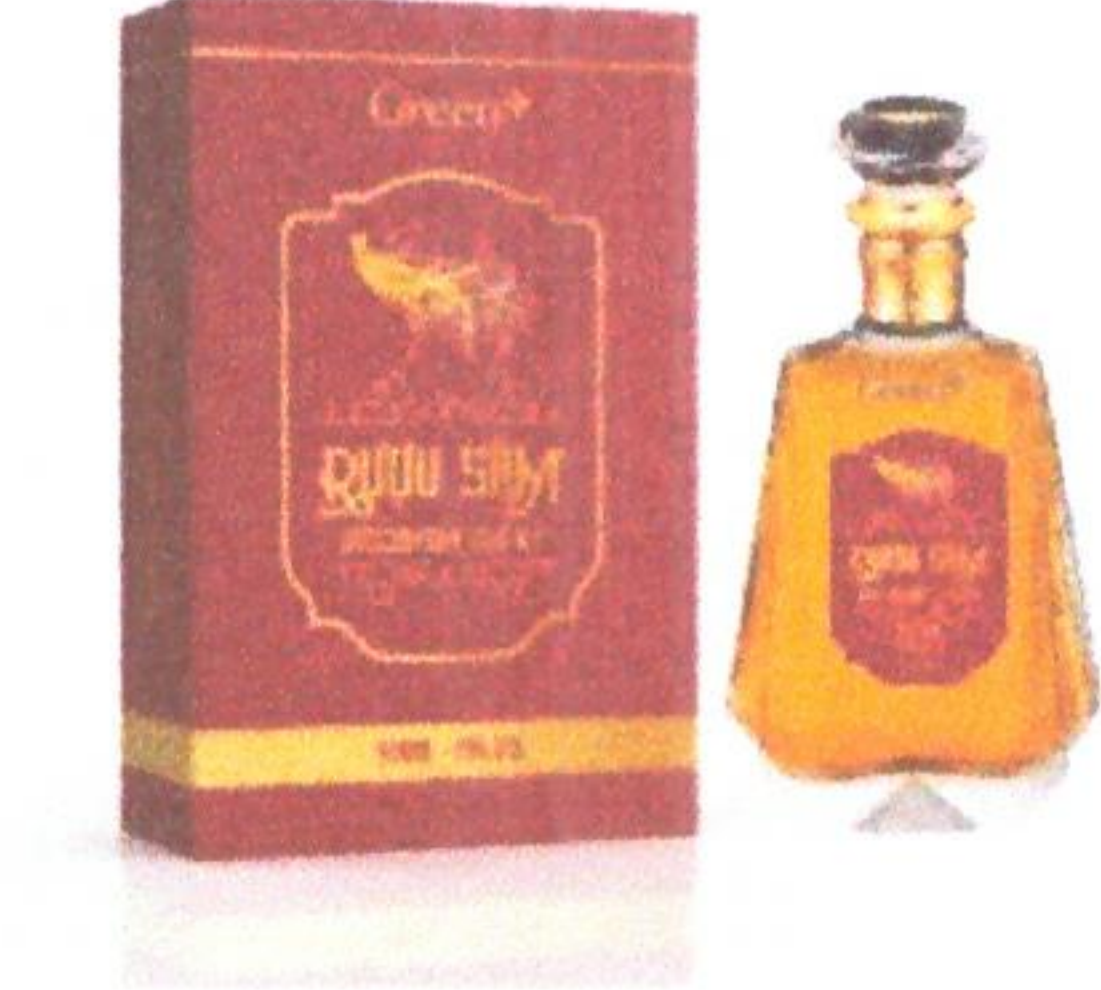
	Sâm Wisconsin Hoa Kỳ đặc biệt (4 năm tuổi) Giúp tăng cường sinh lực, hồi phục khả năng sinh lý, tăng testosterone nội sinh, tăng sức đề kháng, chống mệt mỏi, chống stress, phòng chống lão hóa, ngăn ngừa các chứng trầm uất, suy nhược thần kinh, điều hòa lipid máu, ổn định đường huyết, giúp ngăn ngừa ung thư và một số bệnh mãn tính. Đây là loại sâm sinh trưởng tự nhiên ở vùng Bắc Mỹ, được khám phá cách đây 300 năm và bắt đầu nuôi trồng từ năm 1870.
---	---

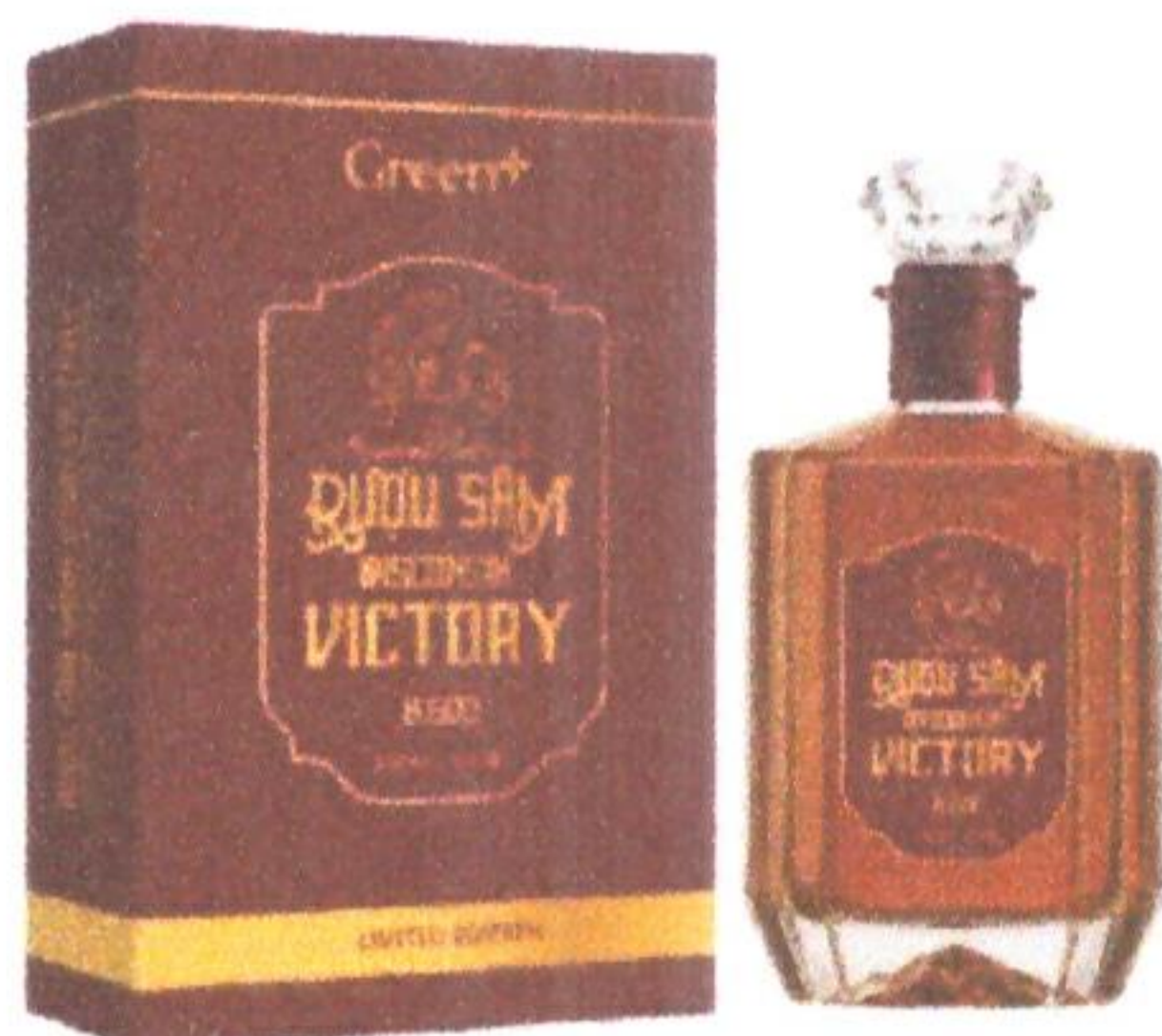
	Sâm Wisconsin Hoa Kỳ thượng hạng (6 năm tuổi) Giúp tăng cường sinh lực, hồi phục khả năng sinh lý, tăng Testosterone nội sinh. Tăng sức đề kháng, chống mệt mỏi, chống stress, phòng chống lão hóa. Điều hòa lipid máu, ổn định đường huyết. Ngăn ngừa các chứng trầm cảm, suy nhược thần kinh Ngăn ngừa, phòng chống ung thư và một số bệnh mãn tính
	Bột sâm Wisconsin đặc biệt/Trà sâm Hỗ trợ giảm các triệu chứng mệt mỏi, suy nhược, lo lắng. Tăng cường sinh lực, hồi phục khả năng sinh lý. Tăng cường sức đề kháng, chống mệt mỏi. Giúp cải thiện trí nhớ và tăng sự tập trung. Điều hòa lipid máu và ổn định đường huyết.
	Bột sâm Wisconsin hòa tan Bồi bổ nguyên khí, tăng cường sinh lực. Tăng cường sức đề kháng, chống mệt mỏi. Chống stress, chống lão hóa. Giúp cải thiện trí nhớ, tăng khả năng tập trung. Hỗ trợ giảm các triệu chứng mệt mỏi, hồi hộp, lo lắng.
	Viên ngậm sâm Wisconsin Nhuận phế, giảm ho. Giúp tỉnh táo, tăng sự tập trung. Tăng cường sức đề kháng. Hỗ trợ giảm các triệu chứng mệt mỏi, suy nhược, lo lắng.
	Sâm nghệ mật ong Hỗ trợ cải thiện các triệu chứng và giảm nguy cơ loét dạ dày, trào ngược dạ dày thực quản (GERD) Giúp điều trị chứng khó tiêu, đầy bụng và đầy hơi, giúp bảo vệ niêm mạc dạ dày. Tăng cường sức đề kháng, nâng cao hệ miễn dịch
	Cao đặc nhân sâm Hoa Kỳ Bồi bổ nguyên khí, tăng cường sinh lực. Giúp tinh thần tỉnh táo, minh mẫn. Giúp ăn ngon, ngủ ngon, hỗ trợ cải thiện giấc ngủ. Ngăn ngừa và cải thiện tình trạng lão hóa. Ngăn ngừa phòng chống ung thư và một số bệnh mãn tính.



	Viên sâm Wisconsin G-Plus (Đại bổ nhân sâm) Hỗ trợ tăng cường sức khỏe. Hỗ trợ giảm căng thẳng, mệt mỏi. Bồi bổ nguyên khí, tăng cường sinh lực. Hỗ trợ giảm các triệu chứng mệt mỏi, suy nhược, lo lắng.
---	--

c. Các sản phẩm Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ

	Rượu Sâm Wisconsin Hoa Kỳ 19% vol – 500 ml
	Rượu Sâm Wisconsin Hoa Kỳ 34% vol – 500 ml
	Rượu Sâm Wisconsin - Linh Chi 19% vol – 500 ml
	Rượu Sâm Wisconsin Thiên Thần 19% vol – 500 ml

	Rượu Sâm Wisconsin Tổ Nữ 19% vol – 500 ml
	Rượu Sâm Wisconsin Hercules 40% vol – 500 ml Phiên bản giới hạn 6.800 chai
	Rượu Sâm Wisconsin Victory 34% vol – 500 ml Phiên bản giới hạn 8.600 chai

1.3.3 Hệ thống trưng bày, phân phối

Green+ thiết lập hệ thống trưng bày và phân phối phù hợp từng ngành hàng:

a. Showroom/cửa hàng Green+

Các sản phẩm TPCN được nhập khẩu trực tiếp từ Nhật Bản; các sản phẩm từ nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ; rượu Sâm Wisconsin; hộp quà tặng theo nhu cầu của khách hàng... được trưng bày/bán sỉ - lẻ tại 02 showroom:

- Khu vực TPHCM: Tầng trệt tòa nhà Green+, 73-75 Trần Trọng Cung, Phường Tân Thuận, TP.HCM.
- Khu vực Vĩnh Long: Nhà máy Green+, Lô AIV-1, Khu công nghiệp Giao Long giai đoạn 2, xã Giao Long, tỉnh Vĩnh Long.

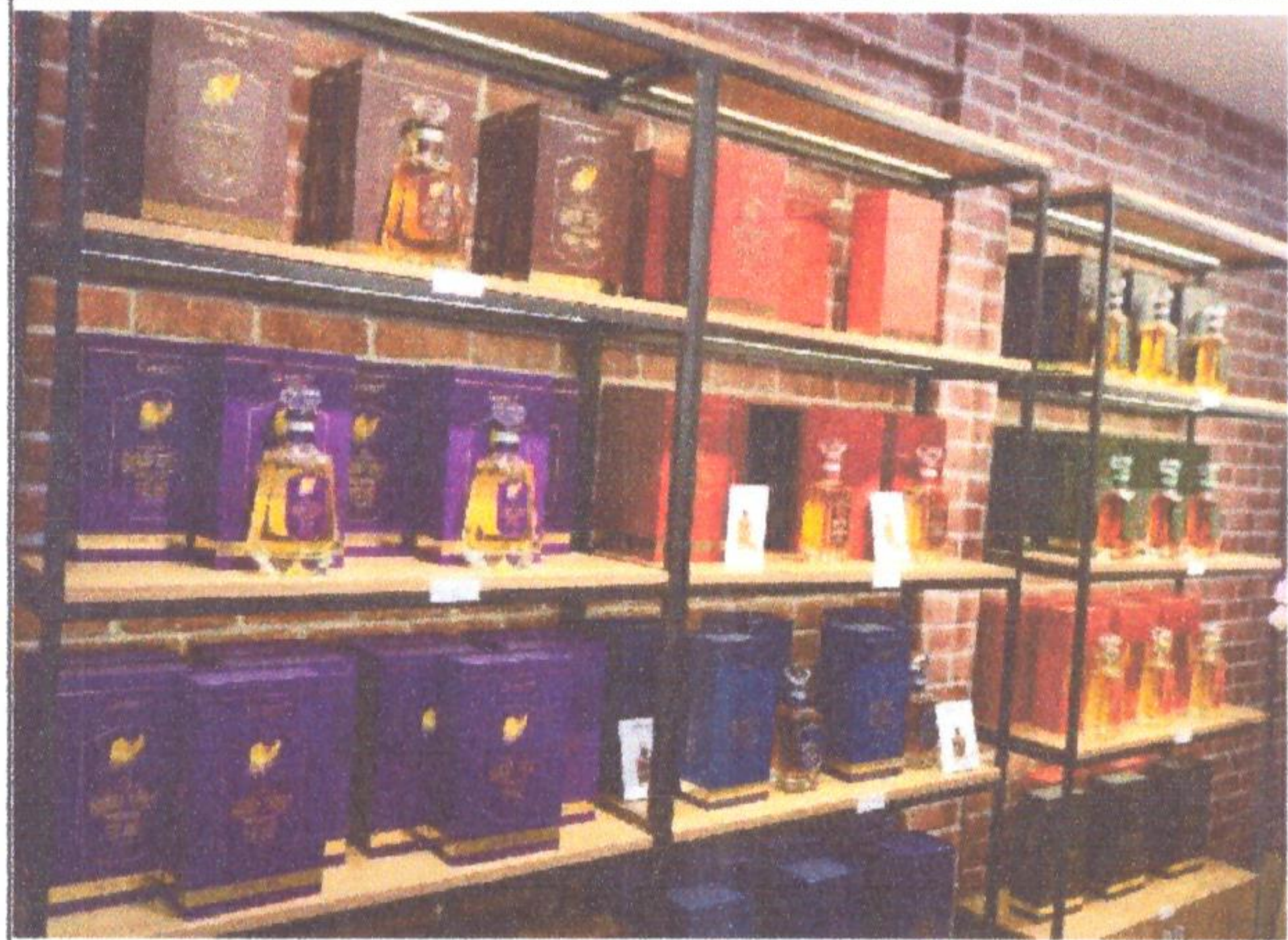
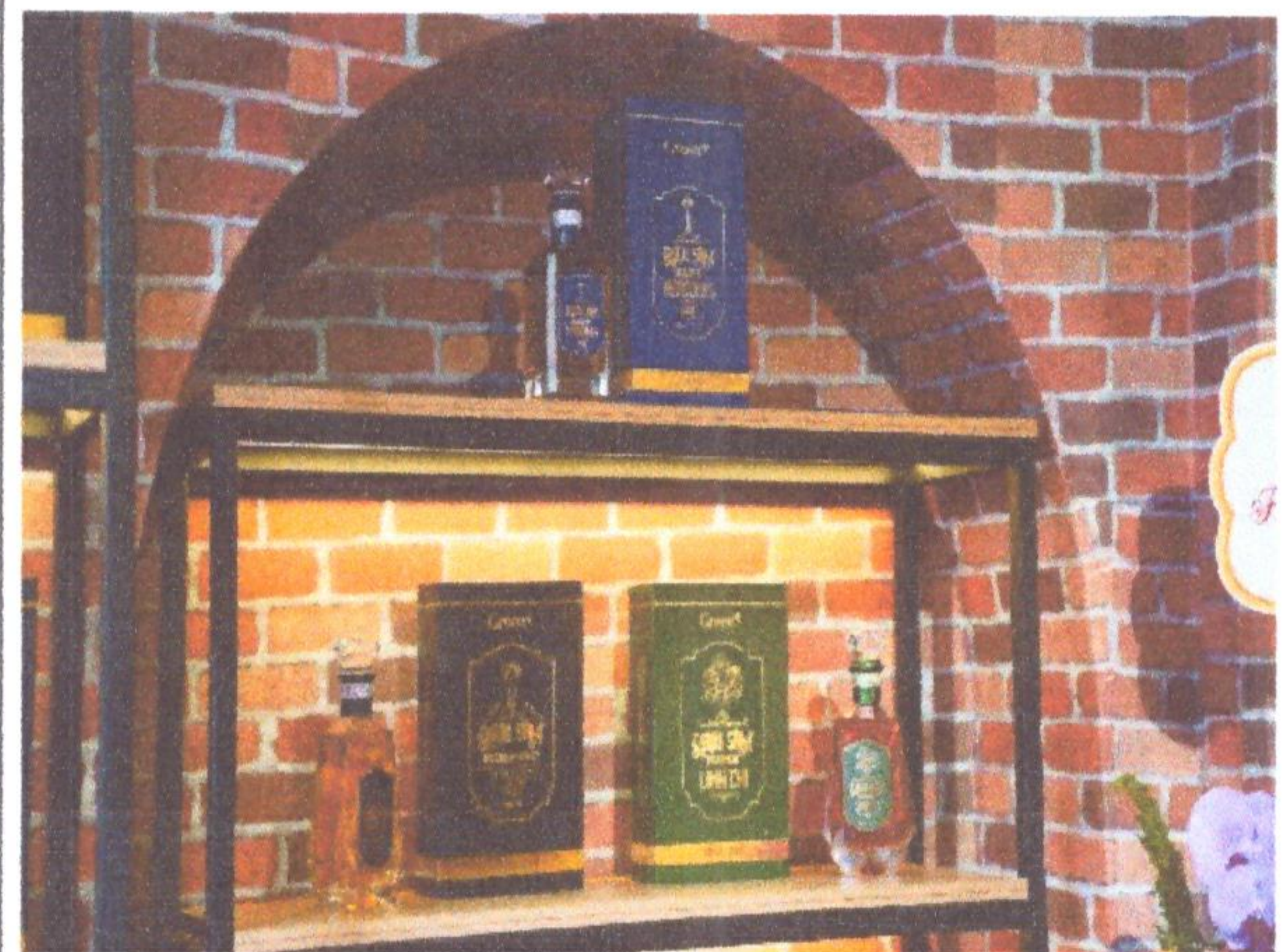
Đối với hoạt động phân phối trực tiếp, bán hàng quà tặng là 1 hình thức quan trọng. Khách hàng là đối tác doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân. Green+ nhận cung cấp cho các doanh nghiệp những phần quà tặng đẹp, trang trọng và đặc biệt hữu ích cho người được tặng. Mỗi món quà đều mang một cái tên và ý nghĩa riêng, truyền đạt thông điệp sâu sắc tới cổ đông, cán bộ, công nhân viên, đối tác, khách hàng... Đó là lời tri ân, là lời cam kết gắn bó cùng nhau phát triển. Các hộp quà cũng được thiết kế với phong cách và màu sắc phù hợp theo yêu cầu của mỗi doanh nghiệp. Trong những dịp lễ, tết trong năm, Green+ đều giới thiệu ra thị trường các chương trình khuyến mãi hấp dẫn gồm các gói quà tặng sức khỏe đặc biệt với chủ đề phù hợp, mang nhiều ý nghĩa

b. Kênh bán hàng thông qua đối tác thương mại/bán sỉ

Đối với ngành hàng Rượu sâm Wisconsin, Công ty chủ yếu phân phối sỉ thông qua các đối tác thương mại, giao độc quyền theo từng khu vực.

Một số đối tác bán hàng đã thực hiện trong 2025 gồm:

- Công Ty CP Quà Tặng Sức Khỏe
- Công Ty TNHH EPCO FOODS
- Công Ty CP TM XNK DK Minh Đức
- Công Ty TNHH XNK Dolphin – Epcos
- Công Ty TNHH Bến Thành Xưa (hệ thống nhà hàng Hàng Dương)
- DNTN Nhà hàng Đông Hồ (Cà Mau)
- Nhà hàng, cửa hàng rượu tại các tỉnh thành trọng điểm



Khai trương cửa hàng Rượu sâm Wisconsin của đối tác Công Ty TNHH EPCO FOODS tại các địa chỉ:

- ✓ 74 Nguyễn Công Trứ, phường Sài Gòn, TPHCM
- ✓ 09 Mạc Đĩnh Chi, Phường Sài Gòn, TPHCM

c. Hệ thống đại lý, nhà thuốc OTC

Bên cạnh việc phân phối trực tiếp, các sản phẩm TPCN chủ yếu phân phối qua hệ thống đại lý, nhà thuốc... tập trung khu vực TPHCM và một số tỉnh thành trọng điểm, phục vụ nhanh chóng và đáp ứng các yêu cầu của người tiêu dùng.

d. Kênh bán lẻ thương mại điện tử:**Các trang/shop bán hàng/hỗ trợ bán hàng trực tuyến của Công ty**

- Webside: <https://www.greenplus.online>
- Youtube: <https://www.youtube.com/tapdoangreen>
- Fanpage: <https://www.facebook.com/khoedepcunggreen>
- Tiktok: <https://www.tiktok.com/@khoedepcunggreen>
- Lazada: <https://www.lazada.vn/shop/greenplus.group>
- Shopee: https://www.shopee.vn/greenplus_hcm
- Tiki: <https://www.tiki.vn/cua-hang/tap-doan-green>

Trang bán hàng bán hàng trực tuyến đại lý

- <https://thuocsi.vn/>
- <https://japana.vn/>
- ...

1.3.4 Hoạt động truyền thông, marketing, hỗ trợ bán hàng**a. Trung tâm Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ**

Trung tâm là nơi thuyết phục khách hàng/khách tham quan đặt niềm tin, lựa chọn và sử dụng Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ:

- Quy trình canh tác hết sức đặc biệt trong điều kiện đất đai bạt ngàn, thổ nhưỡng và khí hậu đặt thù tạo nên 1 loại sâm Hoa Kỳ “đại bổ nguyên khí” tốt nhất cho sức khỏe con người
- Được kiểm định nghiêm ngặt về chất lượng bởi cơ quan quản lý nông nghiệp của Mỹ (USDA) và cơ quan quản lý Thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA)
- Được tính không hề kém cạnh so sánh với các loại sâm nổi tiếng khác
- Giá bán rất cạnh tranh nhờ quy mô sản xuất trang trại lớn và dùng máy móc hiện đại
- Và đặc biệt nhất, là “**tính mát**”. Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ cũng công hiệu tương tự như nhân sâm châu Á (sâm Cao Ly, sâm Hàn Quốc, sâm Trung Quốc, sâm Nhật Bản). Tuy nhiên, do có tính mát, lại bổ khí và nhuận táo nên nhân sâm Hoa Kỳ có thể dùng cho những người thể ôn nhiệt; trong khi sâm châu Á dễ gây “thương hỏa”, khiến những người thể ôn nhiệt không thể tiếp nhận. Từ đặc tính khác nhau này mà nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ có thể dùng được cho những người bị cao huyết áp thể “hư nhược” hay thể “âm hư nội nhiệt” với liều lượng hợp lý. Còn sâm châu Á lại không thích hợp cho các trường hợp cao huyết áp

Đến với Trung tâm Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ, khách tham quan sẽ trải nghiệm trực quan thế giới sâm, với các loại sâm nổi tiếng trên thế giới, các giống sâm bản địa của Việt Nam. Mỗi loại sâm sẽ được thuyết minh nhận diện, xuất xứ, so sánh các chỉ số dược tính, điểm khác biệt cùng đó là mô hình, mẫu vật, hình ảnh, tư liệu, video...



Trung tâm Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ cũng là bảo tàng của quá trình quảng bá, đưa nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ từng bước tiếp cận khách hàng Việt Nam (tổ chức 1 loạt các sự kiện tại TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng, ...) và cũng là 1 quá trình tâm huyết của Green+ với sự đồng hành và hỗ trợ tuyệt vời từ Hội đồng Nhân sâm bang Wisconsin (GBW), Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại TPHCM, Cơ quan đại diện Bộ NN Hoa Kỳ.

Tháng 12/2022, nhằm đánh dấu quá trình hợp tác hiệu quả giữa Green+ và GBW, bà Susan Burns, Tổng lãnh sự Mỹ tại TPHCM cùng đại diện Bộ NN Hoa Kỳ đã đến tham dự trao kỷ niệm chương 5 năm hợp tác.



b. Hoạt động truyền thông, marketing... trong kỳ

Ngày 13/01/2025, Hiệp hội thực phẩm chức năng Việt Nam (VAFF) tổ chức Lễ trao giải thưởng “Sản phẩm Vàng vì sức khỏe cộng đồng” năm 2025 tại Hà Nội. Đây là lần thứ 4 liên tục Green+ được vinh danh. Đặc biệt năm nay sản phẩm Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ được nhận Cúp vàng.

Ngày 20/01/2025, trong chương trình Lễ Khai mạc Festival Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ diễn ra tại TPHCM, ông Đặng Đức Thành (Chủ tịch Tập Đoàn Green+) vinh dự được tổ chức Kỷ lục thế giới Worldking trao Kỷ lục thế giới với nội dung: Bộ sách Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ - Tinh chất của đất trời gồm 28 cuốn song ngữ Anh - Việt lần đầu tiên trên thế giới.



Vào ngày 21/01/2025, Green+ tổ chức Tiệc Tất niên - Đại tiệc Nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ. Sự kiện có sự tham dự của 100 khách quý là những khách hàng, đối tác, cổ đông và CBCNV đã đồng hành cùng Green+



Ngày 26/6, tại Palace Hotel - TPHCM, Green+ phối hợp cùng Hội Đồng Nhân sâm Bang Wisconsin Hoa Kỳ tổ chức sự kiện Hội thảo & Lễ ra mắt "Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 34% - Quà tặng sức khỏe cho người sành điệu". Sự kiện thu hút hơn 200 đại biểu khách mời là Đại diện Tổng lãnh sự quán Hoa Kỳ tại TPHCM, các chuyên gia, bác sĩ, lãnh đạo doanh nghiệp và đơn vị truyền thông cũng như các đại lý cung cấp rượu trên cả nước..



Ngày 19-20/7/2025, tại Nhà văn hóa Thanh niên TPHCM, Tổng Lãnh sự Quán Hoa Kỳ tại TPHCM đã tổ chức chương trình "Khám phá Nông nghiệp Hoa Kỳ". Chương trình có sự tham gia của các Hiệp hội ngành hàng nông nghiệp Hoa Kỳ, các doanh nghiệp Việt Nam đang phân phối nông sản Hoa Kỳ như: nhân sâm, ngũ cốc, trái cây, thịt, trứng... Green+ đại diện Hội đồng Sâm bang Wisconsin tham gia. Sự kiện diễn ra trong 2 ngày thu hút hàng ngàn lượt du khách và người dân Thành phố ghé tham quan, trải nghiệm và mua sắm.

Ngày 11/09/2025, tại Palace Hotel – TPHCM, Green+ giới thiệu dòng rượu mới – “Rượu sâm Wisconsin Linh Chi: tuyệt phẩm Đông Tây – Nâng tầm sức khỏe.”



Ngày 11/10/2025, Green+ được vinh danh Sản phẩm – Dịch vụ tiêu biểu TPHCM năm 2025. Các sản phẩm Green+ được vinh danh năm 2025 bao gồm nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ, Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ và Collagen Bidanki Green+.

Ngày 21/10/2025, tại Palace Hotel - TPHCM, Green+ ra mắt hai sản phẩm mới – "Rượu sâm Wisconsin Tổ Nữ" và "Rượu sâm Wisconsin Thiên Thần", đánh dấu một dấu mốc đặc biệt trong hành trình phát triển của thương hiệu Green+



Vào ngày 28/11/2025, tại Khách sạn Hilton - TPHCM, Tập Đoàn Green+ tổ chức Lễ ra mắt sản phẩm Rượu sâm Wisconsin Hercules - phiên bản giới hạn 6.800 chai

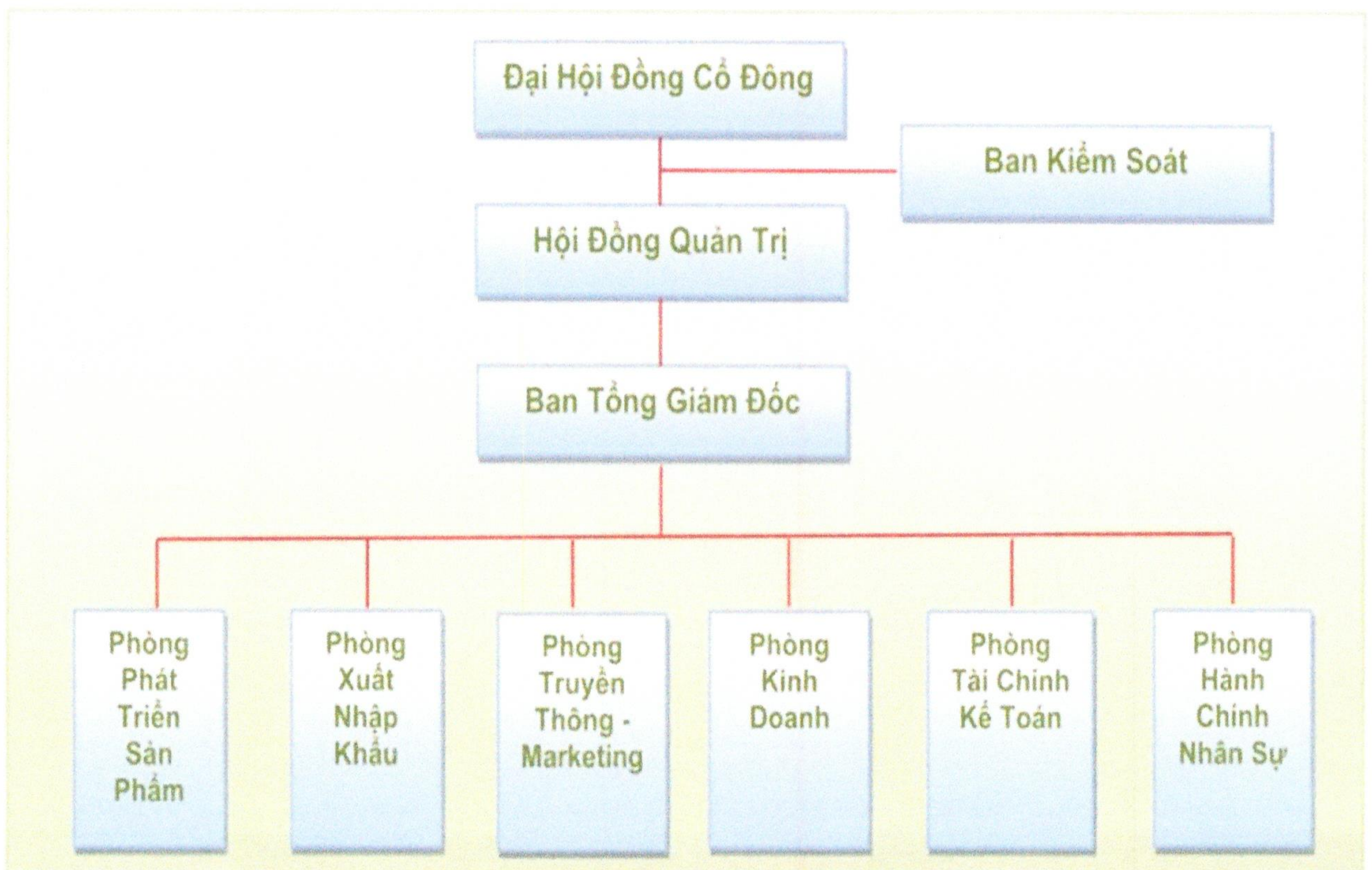


Vào ngày 25/12/2025, tại Khách sạn Hilton - TPHCM, Tập Đoàn Green+ tổ chức Lễ ra mắt sản phẩm Rượu sâm Wisconsin Victory - phiên bản giới hạn 8.600 chai



1.4. MÔ HÌNH QUẢN TRỊ VÀ BỘ MÁY QUẢN LÝ

Green+ có mô hình quản trị và tổ chức bộ máy quản lý phù hợp công ty cổ phần đại chúng:



1.5. ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Việt Nam là một trong những Quốc gia đang ở giai đoạn phát triển nhanh. Tăng trưởng GDP năm 2025 đạt 8,02%, đồng thời tầng lớp trung lưu tăng nhanh, tốc độ già hóa dân số nhanh, thu nhập của người dân ngày càng cao... hơn khiến chi tiêu cho hoạt động chăm sóc sức khỏe nói chung và cho sản phẩm vì sức khỏe tăng.

Với sứ mệnh “Vì chất lượng cuộc sống”, Green+ cam kết mang đến những sản phẩm tốt nhất, chất lượng cao nhất, hướng đến nâng cao sức khỏe người tiêu dùng

1.5.1 Định hướng các ngành hàng kinh doanh chính

a. Ngành sâm Wisconsin Hoa Kỳ

- Đẩy mạnh hoạt động hợp tác, phối hợp với Hội đồng Sâm bang Wisconsin Hoa Kỳ trong việc quảng bá. Nghiên cứu - phát triển sản phẩm từ nhân sâm Wisconsin, từng bước nâng cao thương hiệu và giá trị nhân sâm Wisconsin.

- Đẩy mạnh việc bán sâm nguyên liệu cho các nhà máy, đối tác.

b. Ngành rượu sâm Wisconsin

Đây là ngành được định hướng chiến lược của Công ty và định hình mới trong ngành rượu: rượu cho sức khỏe.

Các dòng sản phẩm như Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 19% vol, Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 34% vol, Rượu sâm Wisconsin Linh Chi, Rượu sâm Wisconsin Hercules... trong năm 2025 đã được khách hàng đón nhận rất tích cực, theo đó từ 2026 sẽ được đẩy mạnh sản lượng tiêu thụ thông qua việc hoàn thiện hệ thống đối tác phân phối.

Bên cạnh đó, Green+ tiếp tục nghiên cứu phát triển các dòng rượu sâm kết hợp với nhiều loại dược liệu tốt cho sức khỏe theo đề án sáng tạo 101 dòng rượu sâm kết hợp thảo dược.

c. **TPCN Nhật Bản:** Năm 2026 tiếp tục phát triển kinh doanh các mặt hàng có đã có thị trường (Collagen, Fucoidan...), loại bỏ các mặt hàng không hiệu quả

d. **Ngành nghề còn lại:** không thuộc định hướng chiến lược lâu dài sẽ giảm dần tỷ trọng đóng góp

1.5.2 Hoàn thành Nhà máy sản xuất Rượu & Thực phẩm chức năng Green+

a) Căn cứ pháp lý triển khai dự án

Giấy chứng nhận đầu tư số 4023455164, do UBND tỉnh Vĩnh Long cấp lần đầu ngày 25/04/2017, cấp thay đổi lần thứ 1 ngày 16/11/2023, cấp thay đổi lần thứ 2 ngày 15/10/2024, cấp thay đổi lần thứ 3 ngày 29/04/2025.

Giấy chứng nhận Quyền sử dụng đất ký hiệu CI 896938, số vào sổ cấp GCN CT04261 do UBND tỉnh Vĩnh Long cấp lần đầu cấp 16/11/2017.

Giấy phép xây dựng số 02/GPXD do UBND tỉnh Vĩnh Long - Ban QL các KCN cấp ngày 16/03/2020, cấp phép gia hạn ngày 13/05/2022.

b) Vị trí dự án

Dự án có vị trí tại: Lô AIV-1, KCN Giao Long GD2, xã Giao Long, tỉnh Vĩnh Long

Dự án có 3 mặt tiếp giáp đường và cây xanh, 1 mặt còn lại tiếp giáp nhà máy sản xuất bao bì.

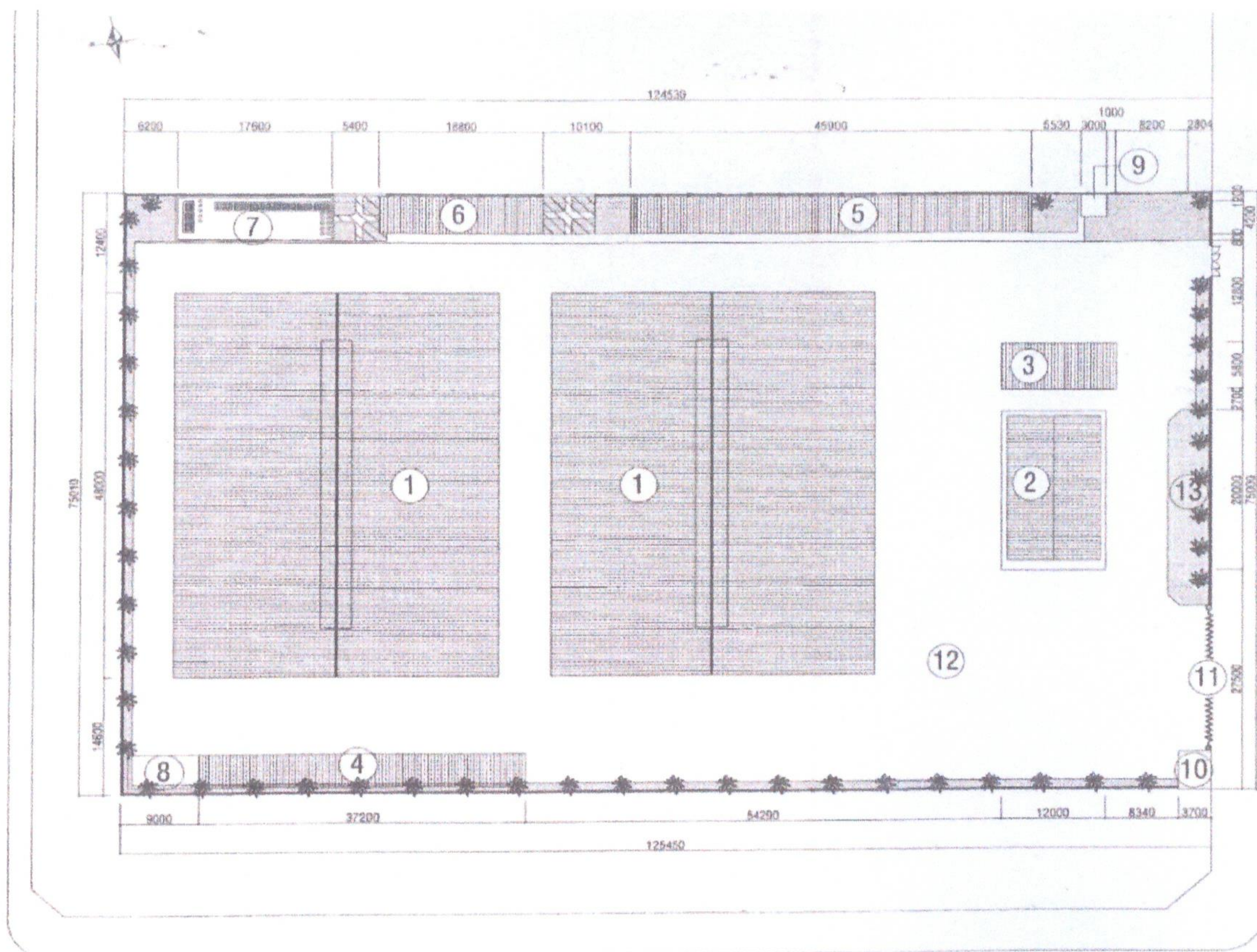
c) Mục tiêu dự án

Nhà xưởng 1: đầu tư các dây chuyền sản xuất TPCN đạt chuẩn GMP, sản xuất các sản phẩm như cao sâm, trà sâm/linh chi, kẹo sâm, siro sâm... cung cấp cho hệ thống phân phối của CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN GREEN+

Nhà xưởng 2: đầu tư sản xuất các sản phẩm rượu sâm Wisconsin kết hợp thảo dược Việt Nam.

d) Quy mô diện tích dự án: 9.374 m²

Quy hoạch mặt bằng tổng thể:



1 – Nhà xưởng sản xuất

2 – Nhà văn phòng

3 – Nhà xe nhân viên

4 – Nhà xe công nhân

7 – Bể xử lý nước thải

8 – Bể nước PCCC

9 – Trạm biến áp

10 – Nhà bảo vệ

5 – Nhà ăn công nhân

11 – Cổng chính

6 – Nhà vệ sinh công nhân

12 – Sân, đường nội bộ

e) Quy mô công suất dự án

Dự án sản xuất Rượu và Thực phẩm chức năng, công suất 360.000 sản phẩm (chai/hộp)/năm

f) Tổng vốn đầu tư: 149.000.000.000 đồng**g) Hiện trạng xây dựng tại dự án**

+ Đã hoàn thành xây dựng, đưa vào sử dụng:

- Công trình/hạng mục đưa vào sử dụng: Khu văn phòng (trụ sở Công ty)
- Diện tích đất đưa vào sử dụng: 2.832,0 m²
- Thời điểm hoàn thành đưa vào sử dụng: 12/2022

+ Đang thực hiện/thi công dở dang:

- Khu vực nhà xưởng sản xuất và các công trình phụ trợ
- Diện tích đất: 6.542,4 m²

+ Tiến độ thực hiện chi tiết hạng mục công trình theo Giấy phép xây dựng:

STT	HẠNG MỤC	TỶ LỆ THỰC HIỆN	GHI CHÚ
1	Nhà Văn phòng	100%	Đưa vào sử dụng tháng 12/2022
2	Cổng, tường rào	100%	Đưa vào sử dụng tháng 12/2022
3	Nhà bảo vệ	100%	Đưa vào sử dụng tháng 12/2022
4	Nhà xe nhân viên	100%	Đưa vào sử dụng tháng 12/2022
5	Nhà xưởng 1	27%	Đang thi công dở dang
6	Nhà xưởng 2	27%	Đang thi công dở dang
7	Sân đường nội bộ	69%	Đang thi công dở dang
8	Hệ thống thoát nước mưa	100%	
9	Hệ thống PCCC	24%	Đang thi công dở dang
10	Nhà ăn công nhân	60%	Đang thi công dở dang
11	Nhà vệ sinh công nhân	60%	Đang thi công dở dang
12	Nhà xe công nhân	0%	
13	Hệ thống XLNT	51%	Đang thi công dở dang
14	Trạm biến áp 400KVA	0%	
15	Điện chiếu sáng ngoài trời	0%	
16	Cây xanh, cỏ	80%	Đang thi công dở dang



Nhà máy sản xuất Rượu & TPCN đang triển khai

h) Kế hoạch thực hiện dự án 2026 - 2027:

- Xây dựng nhà máy:
 - Đến tháng 06 năm 2027: hoàn thành xây dựng khối nhà xưởng, hạ tầng ngầm, đường giao thông và các hạng mục phụ trợ còn lại.
 - Đến tháng 12 năm 2027: hoàn thành lắp đặt máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ, chạy thử.
- Sản xuất chính thức: từ tháng 04 năm 2028

1.5.3. Các dự án BĐS nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe... đang thực hiện thủ tục đầu tư

a. Dự án “Làng sản xuất và Bảo tàng Vua Nấm”

- Địa điểm: xã Châu Hòa, tỉnh Vĩnh Long.
- Quy mô diện tích dự án 2,8 ha
- Vốn đầu tư dự kiến 60 tỷ VNĐ
- Quỹ đất: đã hình thành



- Mục tiêu:
 - Trồng nấm linh chi và một số loại nấm dược liệu, nấm ăn... trên cơ sở xây dựng trang trại trồng nấm organic và cải tiến công nghệ.
 - Cung cấp nấm dược liệu cho Nhà máy TPCN Green+ tại KCN Giao Long – Vĩnh Long
 - Cung cấp các loại nấm ăn tiêu chuẩn hữu cơ cho thị trường
 - Xây dựng Bảo tàng nấm trưng bày giới thiệu bộ sưu tập nấm, sản phẩm và mô hình sản xuất, phục vụ học tập, tham quan du lịch
 - Chuyển giao công nghệ và bao tiêu sản phẩm

b. Dự án “Làng du lịch-An dưỡng- Chăm sóc sức khỏe Cocozone Nhật Bản”

- Địa điểm: xã Châu Hòa, tỉnh Vĩnh Long.
- Quy mô diện tích dự án 6 ha
- Vốn đầu tư dự kiến: 239 tỷ VNĐ
- Quỹ đất: đã hình thành
- Mục tiêu: Phát triển thành Khu du lịch - An dưỡng - Chăm sóc sức khỏe chuyên biệt cho người cao tuổi, theo tiêu chuẩn Nhật Bản.
- Sản phẩm/dịch vụ chính:
 - ✓ Các gói/combo nghỉ dưỡng – chăm sóc sức khỏe – trị liệu với tùy chọn về dịch vụ, đa dạng về thời gian (ngắn ngày, tháng, quý, năm, nhiều năm...)
 - ✓ Dịch vụ nhà hàng, du lịch, khác...

1.6. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

1. Rủi ro về kinh tế

Môi trường kinh tế với những nhân tố cơ bản như tốc độ tăng trưởng kinh tế, chỉ số lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái... là yếu tố khách quan nhưng tác động trực tiếp đến sự phát triển của mọi ngành sản xuất, dịch vụ cũng như mọi doanh nghiệp. Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+ chủ yếu trong lĩnh vực TPCN, Rượu sâm..., chịu ảnh hưởng trực tiếp từ những biến động vĩ mô nói trên của nền kinh tế. Trong những năm qua, Chính phủ Việt Nam đã và đang thực hiện nhiều biện pháp để khuyến khích tăng trưởng kinh tế và phân bổ hợp lý các nguồn lực, hỗ trợ nền kinh tế có những bước tăng trưởng đáng kể so với những năm trước đây cũng như so với các quốc gia khác trong khu vực.

1.1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế

Kinh tế năm 2025 tăng trưởng 8,02%, cao thứ hai trong giai đoạn 2011-2025, chỉ thấp hơn tốc độ tăng năm 2022 (8,12%) nhờ động lực chính từ dịch vụ và sản xuất công nghiệp.

Tăng trưởng kinh tế vượt 8% của Việt Nam là điểm sáng trong bối cảnh kinh tế thế giới tiếp tục đối mặt với nhiều biến động, đặc biệt là căng thẳng thương mại, chính sách thuế đôi ứng của Mỹ. Đây là mức cao nhất trong khu vực ASEAN và thuộc nhóm tăng trưởng hàng đầu thế giới, khu vực.

Với kết quả này, tăng trưởng GDP bình quân giai đoạn 2021-2025 đạt khoảng 6,3% mỗi năm, cao hơn mức 6,2% của nhiệm kỳ trước.

Quy mô GDP theo giá hiện hành 2025 ước đạt 514 tỷ USD, tăng 38 tỷ USD so với năm trước đó. GDP bình quân đầu người 2025 tương đương 5.026 USD, tăng 326 USD so với năm 2024 (4.700 USD), đưa Việt Nam vào nhóm quốc gia có thu nhập trung bình cao.

1.2. Lạm phát

Theo Cục Thống kê cho biết năm 2025, CPI tăng 3,31% so với năm trước, đạt mục tiêu Quốc hội đề ra; lạm phát cơ bản tăng 3,21%.

Năm 2025, thị trường hàng hóa thế giới diễn biến phức tạp, chịu ảnh hưởng bởi bất ổn địa chính trị và xu hướng điều chỉnh chính sách kinh tế, thương mại giữa các nền kinh tế lớn. Cùng với đó, biến động của giá nguyên nhiên vật liệu, chi phí vận tải, cùng với tác động của thiên tai và thời tiết cực đoan đã ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng toàn cầu và giá hàng hóa trên thị trường thế giới.

Ở trong nước, hoạt động sản xuất hàng hóa và dịch vụ duy trì tăng trưởng và chịu áp lực từ biến động giá nguyên nhiên vật liệu; tỷ giá; cạnh tranh trên thị trường thương mại quốc tế; ảnh hưởng bão, lụt và rủi ro dịch bệnh tại một số địa phương đã gây gián đoạn nguồn cung cục bộ và phát sinh chi phí sản xuất.

Những biến động về lạm phát kể trên sẽ ảnh hưởng ít nhiều đến tình hình kinh doanh và lợi nhuận của Công ty trong thời gian tới. Công ty luôn chủ động cập nhật các thông tin về lạm phát cũng như giá cả trên thị trường để kịp thời đưa ra những chính sách, kế hoạch kinh doanh phù hợp.

1.3. Lãi suất

Lãi suất là một yếu tố rất nhạy cảm đối với nền kinh tế, ảnh hưởng trực tiếp đến tiết kiệm, và đầu tư, sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp

Rủi ro về lãi suất đối với một doanh nghiệp xuất hiện khi chi phí trả lãi vay của doanh nghiệp cao hơn khả năng tạo ra lợi nhuận. Mức rủi ro về lãi suất là khác nhau giữa các ngành tùy theo cơ cấu nợ vay của các ngành đó. Mức lãi suất càng cao thì doanh nghiệp càng khó khăn trong việc huy động vốn đáp ứng nhu cầu sản xuất kinh doanh.

Tận dụng cơ hội Fed đảo chiều chính sách, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã duy trì được chính sách tiền tệ nới lỏng, giữ lãi suất thấp trong năm 2025. Quan trọng là hỗ trợ kịp thời thanh khoản khi thị trường cần. Trong giai đoạn này, NHNN không ạt bơm tiền, nhưng cũng chưa thực hiện các biện pháp thắt chặt thanh khoản mạnh mẽ qua kênh OMO hoặc phát hành tín phiếu quy mô lớn, khiến lượng tiền lưu thông trên thị trường liên ngân hàng vẫn dồi dào.

1.4. Tỷ giá

Tỷ giá hối đoái tác động đáng kể đến nền kinh tế và thị trường chứng khoán thông qua việc tác động tới các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, cán cân thanh toán và sự di chuyển của các nguồn vốn đầu tư. Theo cơ chế quản lý hiện tại, tỷ giá phản ánh quan hệ cung cầu giữa các đơn vị tiền tệ khác nhau và đặt dưới sự quản lý, điều tiết của Nhà nước. Tuy nhiên, nhìn chung công tác quản lý tỷ giá là một vấn đề khó khăn và đôi khi tỷ giá biến động trái chiều với ý muốn chủ quan của các nhà quản lý.

Trong hoạt động của mình, Công ty kinh doanh các sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài (TPCN Nhật Bản) hoặc sản phẩm/nguyên liệu chính nhập khẩu từ nước ngoài (nhân sâm Wisconsin Hoa Kỳ). Giá cả các mặt hàng có nguồn gốc từ nhập khẩu nêu trên có thể bị tác động bởi những biến động về tỷ giá. Do đó, biến động về tỷ giá sẽ làm tác động không nhỏ đến chi phí đầu vào của Công ty và ảnh hưởng đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Để giảm thiểu ảnh hưởng của loại rủi ro này, Công ty đã tiến hành phân tích, đánh giá và dự báo biến động giá cả sản phẩm đầu vào, từ đó chủ động nhập khẩu và tồn trữ vào thời điểm thích hợp.

2. Rủi ro về luật pháp

Công ty Cổ phần Tập đoàn Green+ là Công ty cổ phần đại chúng, hoạt động trong lĩnh vực TPCN, rượu. Công ty luôn đảm bảo tuân thủ các văn bản pháp luật do Nhà nước quy định, trong đó trọng yếu là Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Luật thuế Tiêu thụ đặc biệt, các luật về Thuế và các văn bản pháp luật chuyên ngành khác. Bất cứ sự thay đổi nào về pháp luật và môi trường pháp lý liên quan đều có tác động đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Nhận thức rõ vấn đề này, Công ty luôn chú trọng quan tâm tới việc cập nhật pháp luật. Công ty thường xuyên có kế hoạch tập huấn, cập nhật kiến thức cho tập thể cán bộ công nhân viên Công ty về các quy định của pháp luật cũng như ý thức chấp hành pháp luật.

3. Rủi ro đặc thù

3.1. Rủi ro biến động giá của các yếu tố đầu vào

Đối với hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm chức năng và thảo dược của Việt Nam hiện nay, nguồn dược phẩm và nguyên liệu đầu vào của hầu hết các đơn vị sản xuất trong nước đều phụ thuộc rất lớn vào nguồn nhập khẩu nước ngoài, trong khi giá cả luôn biến động. Sự biến động của các yếu tố đầu vào này đã tác động đến giá thuốc và làm ảnh hưởng đến tâm lý người tiêu dùng. Đây là một trong những nhân tố

rủi ro ảnh hưởng nhiều đến giá thành sản xuất và khả năng sinh lời của các Công ty được nói chung.

Đối với Công ty cổ phần Tập đoàn Green+, bên cạnh các sản phẩm TPCN sản xuất tại Nhật Bản, Công ty còn sản xuất và kinh doanh các sản phẩm với nguồn nguyên liệu chính là sâm Wisconsin Hoa Kỳ và các loại nấm - dược liệu có nguồn gốc trong nước. Công ty hiện là đối tác chính thức và được sự hỗ trợ thường xuyên của Hội đồng nhân dân bang Wisconsin, cơ quan Nông nghiệp Mỹ tại Việt Nam... do đó có tính chủ động cao đối với nguồn nguyên liệu cho sản xuất, giảm thiểu rủi ro về những biến động giá của các yếu tố đầu vào.

3.2. Rủi ro ngành

Thị trường TPCN năm 2025 cũng đối mặt với nhiều thách thức lớn, từ sự cạnh tranh khốc liệt đến những quy định pháp lý ngày càng nghiêm ngặt. Sự phát triển nhanh chóng của ngành kéo theo sự gia tăng cạnh tranh. Các doanh nghiệp cần phải đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển, cải tiến sản phẩm và dịch vụ để duy trì và nâng cao vị thế của mình trên thị trường.

Ngành rượu là ngành chịu thuế Tiêu thụ đặc biệt, với xu hướng chịu mức thuế suất ngày càng tăng

Việc thích nghi môi trường, luật... yêu cầu tăng tốc đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm là hết sức cần thiết cho sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp trong nước nói chung và Công ty cổ phần Tập đoàn Green+ nói riêng.

3.3 Rủi ro hàng giả, hàng nhái

Vấn đề về hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu là vấn đề mà các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa nói chung rất quan tâm vì nó liên quan trực tiếp đến sức khỏe người tiêu dùng, bên cạnh đó nó cũng ảnh hưởng không nhỏ đến uy tín của các Công ty.

Theo thống kê của Cục Sở hữu trí tuệ cho thấy mỗi năm có hơn 3.000 trường hợp vi phạm nhãn hiệu hàng hóa và cạnh tranh không lành mạnh. Bên cạnh những nỗ lực của Công ty trong việc chống hàng giả, hàng nhái, thì sự hỗ trợ của cơ quan quản lý Nhà nước là rất cần thiết nhằm hạn chế và loại bỏ hàng giả, hàng nhái các mặt hàng thuốc tân dược, TPCN nhằm đảm bảo sức khỏe cho người tiêu dùng. Cho tới thời điểm này, Các cơ quan quản lý chuyên ngành thuộc Chính phủ và chính quyền địa phương đã và đang thực hiện nhiều biện pháp để chống tệ nạn hàng giả, hàng nhái nói chung và trong lĩnh vực thuốc y tế nói riêng nhưng dường như hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu vẫn xuất hiện ngày càng phổ biến và tinh vi trên thị trường hơn.

Việc áp dụng truy xuất nguồn gốc nhằm đảm bảo chất lượng, an toàn và sự minh bạch của sản phẩm, hàng hóa càng được quan tâm nhiều hơn và là quy định bắt buộc ở nhiều quốc gia trên thế giới.

Đối với Green+, các sản phẩm đều được đăng ký sở hữu trí tuệ và áp dụng nhiều biện pháp phòng vệ hàng nhái. Các sản phẩm rượu sâm được sử dụng tem thuế đặc thù, nhằm minh bạch về thuế cũng như chống hàng nhái hàng giả. Trong môi trường minh bạch, không có hàng nhái hàng giả, sản phẩm của Green+ sẽ gia tăng được khả năng cạnh tranh.

4. Rủi ro khác

Ngoài các rủi ro nêu trên, một số rủi ro mang tính bất khả kháng tuy rất hiếm khi xảy ra, nhưng nếu xảy ra cũng sẽ ảnh hưởng đến tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty. Các rủi ro khác có thể kể đến như chiến tranh, dịch bệnh, thiên tai, khủng bố... Công ty đã thực hiện các phương án giúp giảm thiểu các thiệt hại do các rủi ro này gây ra như chủ động mua bảo hiểm, xây dựng các kịch bản ứng phó với khủng hoảng.

2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TRONG NĂM 2025

2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh

(Đvt: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Riêng			Hợp Nhất		
	Năm 2024	Năm 2025	Tỷ lệ %	Năm 2024	Năm 2025	Tỷ lệ %
Tổng giá trị tài sản	751,452	698,563	(7.04)	771,272	716,911	(7.0)
Doanh thu thuần	52,248	109,016	108.65	80,590	152,839	89.6
Lợi nhuận gộp	10,336	21,091	104.06	10,529	21,655	105.7
Lợi nhuận trước thuế	6,867	2,645	(61.48)	6,486	4,209	(35.1)
Lợi nhuận sau thuế	5,983	1,581	(73.57)	4,369	1,943	(55.5)

2.2. Chỉ số tài chính

Khả năng sinh lợi	ĐVT	2024.R	2025.R	2024.HN	2025.HN
Biên lợi nhuận gộp	%	19.78	19.35	13.06	14.17
Biên lợi nhuận thuần	%	11.45	1.45	5.42	1.10
Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA)	%	0.80	0.23	0.57	0.23
Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)	%	1.03	0.27	0.73	0.28
Thu nhập ròng trên mỗi cổ phần (EPS)	Đồng/cp			76	36

Năng lực hoạt động	ĐVT	2024.R	2025.R	2024.HN	2025.HN
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	%	6.95	15.61	10.45	21.32
Doanh thu thuần/Vốn lưu động	%	13.01	47.89	16.76	50.08

Nhận xét: các chỉ số doanh thu, lợi nhuận gộp năm 2025 tăng so với năm 2024. Tuy nhiên lợi nhuận sau thuế 2025 giảm so với 2024, kéo theo các chỉ số hiệu quả sinh lời bị suy giảm

Khả năng thanh toán	ĐVT	2024.R	2025.R	2024.HN	2025.HN
Thanh toán hiện hành	Lần	2.50	2.11	2.89	2.71
Thanh toán nhanh	Lần	2.37	2.01	2.76	2.62

Hệ số nợ	ĐVT	2024.R	2025.R	2024.HN	2025.HN
Tổng nợ/Tổng tài sản	%	22.73	16.71	22.92	16.86
Tổng nợ/Vốn chủ sở hữu	%	29.42	20.06	29.74	20.28

Nhận xét: Cơ cấu nợ trên tổng tài sản và trên vốn chủ sở hữu có xu hướng giảm mạnh do giảm các khoản phải thu và công nợ nội bộ, qua đó cải thiện các chỉ số về thanh toán

2.3. TỔ CHỨC - NHÂN SỰ

2.3.1 Ban điều hành

Họ và tên	Chức vụ	Ngày bổ nhiệm/miễn nhiệm
Ông Lê Đình Phong	Tổng Giám đốc	Bổ nhiệm ngày 30/05/2023
Ông Nguyễn Công Thành	Phó Tổng Giám đốc	Bổ nhiệm ngày 03/07/2018
Ông Nguyễn Quốc Việt	Phó Tổng Giám đốc kiêm Kế toán trưởng	Bổ nhiệm ngày 31/01/2023

2.3.2 Cơ cấu người lao động giai đoạn 2023 - 2025

Phân loại	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
Phân theo trình độ chuyên môn	35	37	39
Đại học và trên đại học	16	18	20
Cao đẳng, trung học chuyên nghiệp	08	08	08
Lao động phổ thông	11	11	11
Phân theo thời hạn hợp đồng	35	37	39
Không xác định thời hạn	21	23	31
Có thời hạn	14	14	8

2.3.3 Thu nhập:

- Tổng quỹ lương: 7.832.000.000 đồng
- Mức lương bình quân: 16,7 triệu đồng/tháng/người

2.3.4 Chính sách nhân sự:

- Tạo điều kiện cho CBNV được làm việc tốt nhất, được phát triển nghề nghiệp và gắn bó lâu dài với Công ty.
- Đảm bảo trình độ chuyên môn trong công việc cũng như tác phong làm việc.
- Xây dựng môi trường làm việc lành mạnh, đoàn kết.

- Mọi chế độ về bảo hiểm, chính sách, quy định được xây dựng và thực hiện đầy đủ dựa theo quy định của Luật lao động hiện hành.

2.4. CỔ ĐÔNG

(Căn cứ danh sách cổ đông do VSDC chốt tại ngày 08/04/2025)

2.4.1 Cơ cấu theo phân loại cổ đông

Stt	Danh mục	Cổ đông trong nước		
		Số lượng cổ phiếu	Giá trị (VND)	Tỷ lệ (%)
	Tổng vốn	54,072,143	540,721,430,000	100%
1	Cổ đông nhà nước	0	0	0.00%
2	Cổ đông nội bộ	16,944,200	169,442,000	31.34%
	Hội đồng quản trị	16,816,800	168,168,000,000	31.10%
	Ban Tổng Giám đốc (*)	100,100	1,001,000,000	0.19%
	Ban Kiểm soát	27,300	273,000,000	0.05%
	Kế toán trưởng	2,600	26,000,000	0.00%
3	Cổ đông trong Công ty	393,204	3,932,040,000	0.72%
	Cổ phiếu quỹ	-	0	0.00%
	Cán bộ Công nhân viên	393,204	3,932,040,000	0.72%
4	Ngoài Công ty	36,734,739	367,347,390,000	67.94%
	Cá nhân	36,097,709	360,977,090,000	66.76%
	Tổ chức	637,030	6,370,300,000	1.18%

(*) Phó tổng giám đốc tài chính kiêm kế toán trưởng

2.4.2 Cơ cấu tỷ lệ sở hữu

Danh mục	Cổ đông trong nước		
	Số lượng cổ phiếu	Giá trị (VND)	Tỷ lệ (%)
Tổng vốn	54,072,143	540,721,430,000	100%
Cổ đông sáng lập	16,812,900	168,129,000,000	31.09%
Cổ đông sở hữu từ 5% trở lên cổ phiếu có quyền biểu quyết	12,480,000	124,800,000,000	23.08%
Cổ đông sở hữu dưới 5% cổ phiếu có quyền biểu quyết	24,779,243	247,792,430,000	45.83%

3. BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC

3.1. Kết quả hoạt động kinh doanh năm 2025

a. Kết quả hoạt động kinh doanh năm 2025 so với năm 2024

(Đvt: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Riêng			Hợp Nhất		
	Năm 2024	Năm 2025	Tỷ lệ %	Năm 2024	Năm 2025	Tỷ lệ %
Tổng giá trị tài sản	751,452	698,563	(7.04)	771,272	716,911	(7.0)
Doanh thu thuần	52,248	109,016	108.65	80,590	152,839	89.6
Lợi nhuận gộp	10,336	21,091	104.06	10,529	21,655	105.7
Lợi nhuận sau thuế	5,983	1,581	(73.57)	4,369	1,943	(55.5)

Doanh thu bán hàng thực hiện 2025 tăng mạnh so với 2024, làm cho lợi nhuận gộp tăng theo. Tuy nhiên đóng góp của doanh thu tài chính 2025 lại giảm mạnh so với 2024, đồng thời chi phí tài chính, chi phí quản lý... năm 2025 tăng, dẫn đến lợi nhuận sau thuế 2025 giảm so với 2024.

b. Kết quả thực hiện kế hoạch năm 2025

(Đvt: Triệu đồng)

Chỉ Tiêu	Riêng			Hợp nhất		
	Kế hoạch	Thực hiện	Tỷ lệ	Kế hoạch	Thực hiện	Tỷ lệ
Doanh thu thuần	120,000	109,016	90.8	170,000	152,839	89.9
Lợi nhuận sau thuế	36,000	1,581	4.39	54,000	1,943	3.60

Mặc dù doanh thu đạt gần 90% kế hoạch, nhưng LNST chỉ đạt 3,6 % kế hoạch. Do cơ cấu các sản phẩm chủ lực chủ yếu mới phát triển ở giai đoạn đầu, phải áp dụng nhiều chương trình nhằm bán hàng và mở rộng thị trường, làm cho biên lợi nhuận gộp đạt mức không cao

3.2. Kế hoạch kinh doanh năm 2026

(Đvt: Triệu đồng)

Chỉ Tiêu	Thực Hiện 2025		Kế Hoạch 2026	
	Công Ty Mẹ	Hợp Nhất	Công Ty Mẹ	Hợp Nhất
Doanh thu thuần	109,016	152,839	150,000	200,000
Lợi nhuận sau thuế	1,581	1,943	35,000	42,000

a. Định hướng chi tiết từng ngành hàng

- Ngành sâm Wisconsin Hoa Kỳ:
 - Bán nguyên liệu cho các nhà máy sản xuất,
 - Bán các sản phẩm sâm đã qua sơ chế (nguyên củ, cắt lát)
 - Bán các sản phẩm được tinh chế từ sâm (6 sản phẩm) và phát triển thêm các sản phẩm mới từ sâm.
- Ngành rượu và Sản lượng bán hàng dự kiến:
 - Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 19% Vol: 40,000 chai.
 - Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 34% Vol: 15,000 chai.

- Rượu sâm Wisconsin Linh chi 19% Vol: 10,000 chai.
- Rượu sâm Wisconsin Thiên thần 19% Vol: 5,000 chai.
- Rượu sâm Wisconsin Tổ nữ 19% Vol: 5,000 chai.
- Rượu sâm Wisconsin Hercules 40% Vol: 15,000 chai.
- Rượu sâm Wisconsin Victory 34% Vol: 10,000 chai.
- Rượu sâm Wisconsin Khai vị 19% Vol: 10,000 chai.
- Các dòng rượu phát triển mới trong năm 2026: 18,000 chai

Trong đó, 2 dòng Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 34% Vol và Rượu sâm Wisconsin Hercules 40% Vol dự kiến sẽ xuất khẩu đi Mỹ, Nga vào Quý 4/2026

- Ngành TPCN: tập trung kinh doanh các mặt hàng TPCN Nhật đạt hiệu quả cao (Collagen, Nano Fucoidan...)

b. Định hướng điều hành thực hiện kế hoạch

- Chú trọng nghiên cứu - phát triển mạnh các sản phẩm rượu sâm.
- Đẩy mạnh việc xây dựng hệ thống phân phối rượu trên cả nước thông qua các đối tác thương mại
- Tăng cường nhân sự khối kinh doanh, phát triển thị trường.

4. BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

4.1. Hoạt động của Hội đồng Quản trị trong kỳ

- Trong năm 2025, HĐQT đã tiến hành 9 cuộc họp, ban hành 11 Nghị quyết để giải quyết các vấn đề thuộc chức năng, thẩm quyền của HĐQT.
- Các cuộc họp của HĐQT đã mời Ban Tổng giám đốc tham gia dự họp để trao đổi, thảo luận và tạo sự nhất trí cao trong các chiến lược, định hướng kinh doanh, chỉ đạo của HĐQT với Ban điều hành.
- Tỷ lệ tham dự họp của các thành viên:

STT	Họ tên	Chức vụ	Ngày bắt đầu là TV HĐQT	Số buổi họp tham dự
1	Đặng Đức Thành	Chủ tịch	15/05/2025	09/09 (100%)
2	Lâm Thị Diệu Hương	Thành viên	15/05/2025	09/09 (100%)
3	Đặng Bích Hồng	Thành viên	15/05/2025	07/09 (78%)
4	Phạm Hoàng Lương	TV độc lập	15/05/2025	09/09 (100%)

4.2. Công tác chỉ đạo BDH

- Theo dõi việc hoàn thành các chỉ tiêu trọng yếu trong năm mà Tổng Giám đốc và Ban Điều hành đã cam kết theo đúng tinh thần Nghị quyết ĐHĐCĐ và Nghị quyết HĐQT.

- Thường xuyên chỉ đạo hoạt động của Ban Tổng Giám đốc và kịp thời giải quyết những vấn đề phát sinh thuộc thẩm quyền của HĐQT nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của Ban Tổng Giám đốc.
- Đánh giá chung: trong năm 2025, Hội đồng Quản trị đánh giá cao nỗ lực và quyết tâm của Ban điều hành. Kết quả thực hiện gần đạt mục tiêu doanh số kế hoạch, tuy nhiên không hoàn thành chỉ tiêu lợi nhuận kế hoạch. Nguyên nhân do Công ty chuyển đổi nhanh qua ngành hàng rượu sâm. Ngành hàng mới cần chi phí đầu tư và chi tiêu cho việc mở rộng thị trường. Ban điều hành đã tuân thủ nghiêm chỉnh các quy chế, quy định trong hoạt động điều hành, phân cấp quản trị theo Điều lệ, Quy chế quản trị, các quy chế nội bộ của GREEN+ cũng như các quyết định của HĐQT.

4.3. Hợp tác quản trị doanh nghiệp với BKS

HĐQT thường xuyên lấy ý kiến Ban kiểm soát về các vấn đề liên quan:

- Việc tuân thủ theo quy định của Luật, trưng cầu ý kiến tiếp thu giải quyết tốt các yêu cầu của Ban kiểm soát;
- Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, trong tổ chức công tác kế toán, thống kê và lập báo cáo tài chính;
- Tham gia, đóng góp ý kiến trong việc ban hành các quy định nội bộ của Công ty, đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật và hạn chế rủi ro;
- HĐQT và BKS có sự đồng thuận cao về các vấn đề quản trị.

4.4. Kế hoạch, định hướng năm 2026

Năm 2026, HĐQT chỉ đạo Ban điều hành thực hiện theo định hướng/kế hoạch:

a. Ngành sâm Wisconsin Hoa Kỳ

- Đẩy mạnh hoạt động hợp tác, phối hợp với Hội đồng Sâm bang Wisconsin Hoa Kỳ trong việc quảng bá Sâm Wisconsin Hoa Kỳ và ổn định nguồn nguyên liệu đầu vào cho hoạt động sản xuất ngành hàng Rượu sâm Wisconsin
- Nghiên cứu - phát triển sản phẩm từ nhân sâm Wisconsin, từng bước nâng cao thương hiệu và giá trị nhân sâm Wisconsin.
- Đẩy mạnh việc bán sâm nguyên liệu cho các nhà máy, đối tác

b. Ngành rượu sâm Wisconsin

- Hội đồng Quản trị xác định đây là ngành được định hướng chiến lược của Green+, và là một định hình mới trong ngành rượu: rượu cho sức khỏe.
- Các dòng sản phẩm như Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 19% vol, Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ 34% vol, Rượu sâm Wisconsin Linh Chi 19% vol, Rượu sâm Wisconsin Hercules 40% vol... trong năm 2025 đã được khách hàng đón nhận rất tích cực. Theo đó, theo đó từ 2026 sẽ được đẩy mạnh sản lượng tiêu thụ thông qua việc hoàn thiện hệ thống đối tác phân phối, cũng như áp dụng hoạt động đổi mới sáng tạo trong marketing bán hàng
- Hội đồng Quản trị đang chỉ đạo sát sao Ban điều hành việc phối hợp cùng đối tác tại Nga và Mỹ, mục tiêu xuất khẩu 2 dòng Rượu sâm Wisconsin Hoa Kỳ

34% vol và Rượu sâm Wisconsin Hercules 40% vol sang các thị trường này vào Quý 4/2026

- Bên cạnh đó, Green+ tiếp tục nghiên cứu phát triển các dòng rượu sâm kết hợp với nhiều loại dược liệu tốt cho sức khỏe theo Đề án sáng tạo 101 dòng rượu sâm kết hợp thảo dược.
- c. **TPCN Nhật Bản:** Năm 2026 tiếp tục phát triển kinh doanh các mặt hàng có đã có thị trường (Collagen, Fucoidan...), loại bỏ các mặt hàng không hiệu quả
- d. **Ngành nghề còn lại:** không thuộc định hướng chiến lược lâu dài sẽ giảm dần tỷ trọng đóng góp

5. BÁO CÁO TÀI CHÍNH ĐÃ KIỂM TOÁN 2025

Báo cáo tài chính Riêng và Hợp nhất đã kiểm toán cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (đính kèm sau đây)

Nơi nhận:

- SGDCKHN;
- CBTT;
- Lưu.

Vĩnh Long, ngày 20 tháng 04 năm 2026

CHỦ TỊCH HĐQT



ĐẶNG ĐỨC THÀNH