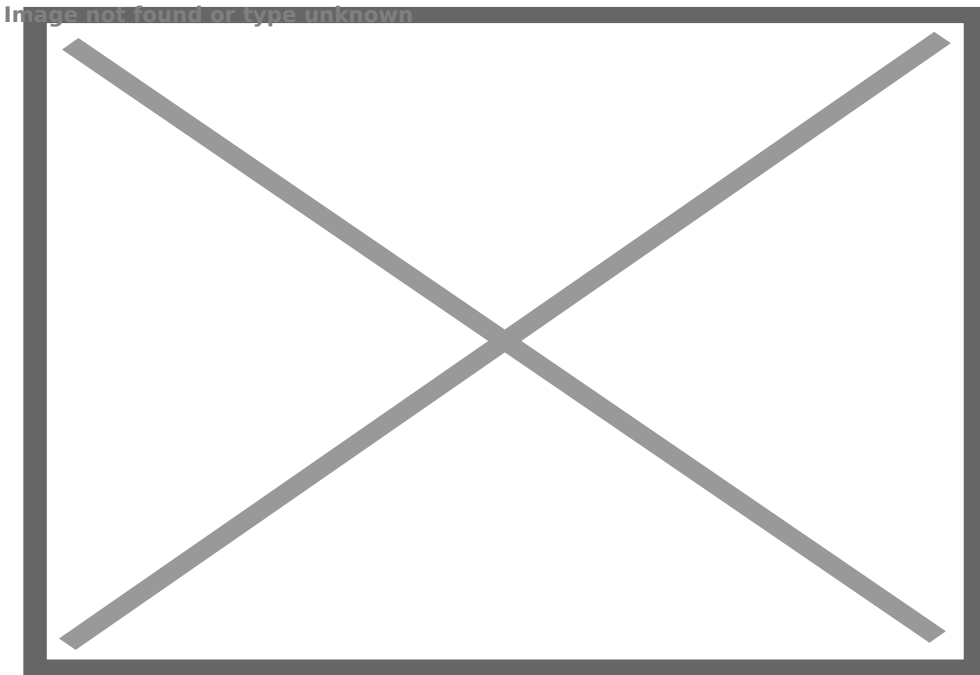


Top 50 thương hiệu hàng đầu Việt Nam được định giá 7,26 tỷ USD

15:46 16/09/2016

Tác giả: Ngọc Bích

Tổng giá trị thương hiệu của Top 50 thương hiệu hàng đầu Việt Nam được ghi nhận đạt 7,26 tỷ USD.



Đó là con số được công bố bởi Brand Finance trong khuôn khổ chương trình Brand Finance Forum 2016 được tổ chức bởi Brand Finance và Công ty tư vấn thương hiệu Mibrand.

Rất nhiều thương hiệu lớn mặt trong danh sách này, cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam đã dần bắt kịp với xu thế toàn cầu về đầu tư vào giá trị vô hình trong doanh nghiệp mà tiêu biểu là giá trị thương hiệu.

Theo kết quả công bố, Top 10 thương hiệu giá trị nhất Việt Nam năm 2016 lần lượt gồm: Vinamilk, Viettel, Petro Việt Nam, Mobifone, Vinhomes, Sabeco, Masan Consumer, FPT, Vinaphone, và Vietinbank.

Tốc độ tăng trưởng trung bình của giá trị thương hiệu Việt trong Top 50 là 20%, trong khi các công ty hàng đầu đạt được tốc độ tăng trưởng thương hiệu thậm chí cao hơn.

Ông Lại Tiến Mạnh, Giám đốc Công ty tư vấn Thương hiệu Mibrand – Đại diện của Brand Finance tại Việt Nam chia sẻ: “Nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa ý thức được đầy đủ giá trị tài sản vô

hình là thương hiệu và đã bỏ lỡ rất nhiều cơ hội trong quá trình mua bán sáp nhập, khi mà giá trị thương hiệu chưa được tính toán đầy đủ vào giá trị thương vụ.”

Theo ông Samir Dixit – Giám đốc điều hành Brand Finance Châu Á Thái Bình Dương, thương hiệu là các yếu tố tác động dẫn tới thành công quan trọng và vô hình lớn nhất, duy nhất đem đến lãi cổ phiếu và doanh số kinh doanh. Nếu trên 50% giá trị công ty nằm trong tài sản vô hình, không quản lý thương hiệu như một tài sản kinh doanh chiến lược không phải là một sự lựa chọn mà là một sự cần thiết.

“Trong khi các thương hiệu trong nước hết sức khó khăn để triển khai một hạng mục, họ hiếm khi thấy lợi nhuận từ việc này. Tư duy thương nhân không tập trung vào đầu tư vào thương hiệu. Đây chính là thời điểm các thương hiệu trong nước rơi vào sự xâm lấn của những thương hiệu nước ngoài mạnh hơn hoặc bị những đối thủ nước ngoài mua với giá rất rẻ. Cách duy nhất để khắc phục hiện tượng này là đầu tư vào thương hiệu và hiểu biết rõ về giá trị thương hiệu của mình cũng như yếu tố tác động giá trị chứ không chỉ là lao vào bán hàng” ông Samir Dixit nói.

Nguồn: Infonet

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/top-50-thuong-hieu-hang-dau-viet-nam-duoc-dinh-gia-726-ty-usd>