

# KIẾN TẠO HẠNH PHÚC QUA ẨM THỰC

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN  
2025



# MỤC LỤC

<b>01</b>	<b>THÔNGIỆP CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC</b>	<b>5</b>		
<b>02</b>	<b>CÂU CHUYỆN CỦA GOLDEN GATE</b>	<b>9</b>		
	Giới thiệu chung về tập đoàn	10		
	Quá trình hình thành và phát triển	16		
	Thành tựu nổi bật	20		
	Nền tảng và trụ cột	22		
	Tầm nhìn và sứ mệnh	34		
<b>03</b>	<b>HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ CHIẾN LƯỢC</b>	<b>37</b>		
	Tổng quan hoạt động kinh doanh 2025	38		
	Tình hình đầu tư và thực hiện các dự án	40		
	Kết quả nổi bật trong năm	41		
	Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh	44		
	Tầm nhìn và mục tiêu 2026	46		
	Các chỉ số tài chính	48		
<b>04</b>	<b>BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG</b>		<b>51</b>	
	Mục tiêu phát triển bền vững		52	
	Phát triển cộng đồng và trách nhiệm xã hội của Golden Gate		54	
	Tác động lên môi trường		56	
	Nguồn nhân lực chất lượng cao & Hệ thống quản trị nhân sự khác biệt		60	
<b>05</b>	<b>QUẢN TRỊ CÔNG TY VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ</b>		<b>65</b>	
	Mô hình quản trị công ty		66	
	Đánh giá của Hội đồng quản trị		68	
	Các kế hoạch, định hướng của Hội đồng quản trị		69	
	Cơ cấu Hội đồng quản trị và hoạt động quản trị công ty		70	
	Các giao dịch, thù lao và các khoản lợi ích của Hội đồng quản trị, Ban giám đốc		78	
<b>06</b>	<b>BÁO CÁO TÀI CHÍNH &amp; THÔNG TIN CHUNG</b>		<b>85</b>	
	Công ty con và Công ty liên kết		86	
	Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu		87	
	Báo cáo tài chính hợp nhất		88	



# 01 THÔNGIỆP CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC



## HÀNH TRÌNH KIẾN TẠO HẠNH PHÚC QUA ẨM THỰC

NĂM



### Kính gửi Quý Cổ đông,

Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate (Golden Gate) khởi đầu từ nhà hàng lẩu nấm Ashima đầu tiên tại số 44 Phan Đình Phùng – một không gian nhỏ, nơi chúng tôi chỉ tập trung làm một việc duy nhất: phục vụ những bữa ăn tử tế, chín chu và chân thành. Trong quá trình phát triển, chúng tôi nhận ra rằng ẩm thực không chỉ dừng lại ở món ăn hay dịch vụ. Mỗi bữa ăn tại Golden Gate đều gắn với những điểm chạm rất riêng trong đời sống của khách hàng: một bữa cơm gia đình sum vầy, một buổi hội ngộ bạn bè, một dịp tốt nghiệp, sinh nhật hay kỷ niệm đáng nhớ. Từ sự quan sát và thấu hiểu ấy, sứ mệnh của Golden Gate được hình thành và phát triển thành “Kiến tạo hạnh phúc qua ẩm thực”. Hạnh phúc, với chúng tôi, không phải là khái niệm trừu tượng, mà là những trải nghiệm được tạo nên từ không gian, con người và cảm xúc – nơi ẩm thực trở thành chất xúc tác cho sự gắn kết và kỷ ức.

Cho đến nay, khi bước sang cột mốc 20 năm phát triển, Golden Gate đã sở hữu và vận hành hơn 35 thương hiệu được khách hàng tin tưởng và đón nhận, với mạng lưới hơn 560 nhà hàng hiện diện tại 48 tỉnh, thành phố trên cả nước, phục vụ trên 20 triệu lượt khách mỗi năm cùng đội ngũ hơn 15.000 nhân sự.

Vượt lên trên những con số về quy mô, giai đoạn này đánh dấu một bước trưởng thành quan trọng: chúng tôi đã kiến

tạo thành công một hệ sinh thái ẩm thực đa thương hiệu tự phát triển, quy mô lớn, được vận hành trên nền tảng quản trị bền vững, ứng dụng công nghệ và dữ liệu làm trụ cột. Chính cấu trúc này cho phép Golden Gate bước vào giai đoạn tiếp theo, nơi chúng tôi không chỉ mở rộng có hiệu quả cao, mà còn liên tục nâng cao trải nghiệm ở quy mô ngày càng lớn.

Giai đoạn 2020 – 2025, chúng tôi đã đối mặt với những thách thức chưa từng có: đại dịch COVID-19 hoành hành khiến toàn bộ hoạt động gần như tê liệt, tiếp đó là biến động vĩ mô làm suy yếu sức mua của thị trường. Nhưng vượt qua tất cả khó khăn đó, năm 2025 chúng tôi vẫn ghi nhận mức doanh thu hợp nhất đạt 7.692 tỷ đồng, tăng trưởng 16% so với cùng kỳ và mức EBITDA hợp nhất đạt 731 tỷ đồng, tăng trưởng 31% so với năm 2024.

Kết quả kinh doanh bứt phá trong năm 2025 đến từ việc thay đổi cấu trúc tổ chức. Thay vì mô hình kim tự tháp truyền thống, Golden Gate chuyển sang vận hành phẳng, trao quyền quyết định cho đội ngũ tuyến đầu - những người trực tiếp phục vụ và thấu hiểu nhu cầu của khách hàng sâu sắc nhất. Trung tâm lúc này đóng vai trò định hướng, hỗ trợ quản trị kinh doanh vận hành dựa trên nền tảng dữ liệu.

Với nền tảng đã được gầy dựng trong suốt hai thập kỷ qua, Golden Gate bước vào giai đoạn phát triển tiếp theo với sự tập trung rõ ràng vào những nền tảng và giá trị cốt lõi – không chỉ để mở rộng quy mô, mà để nâng cao chất lượng tăng trưởng và giá trị dài hạn:

Trước hết, chúng tôi đặt **trải nghiệm khách hàng** làm trung tâm của mọi quyết định. Trong một thị trường ngày càng cạnh tranh và phân hóa, khả năng thấu hiểu hành vi tiêu dùng, cá nhân hóa dịch vụ và duy trì sự nhất quán về chất lượng trên toàn hệ thống sẽ là yếu tố quyết định sự gắn kết lâu dài của khách hàng với từng thương hiệu trong hệ sinh thái Golden Gate.

Song song với tăng trưởng quy mô, việc xây dựng một **nền tảng vận hành** (platform) vững mạnh là yếu tố then chốt để đảm bảo tính bền vững và khả năng mở rộng hệ thống. Ở quy mô hàng trăm nhà hàng, thách thức không chỉ là vận hành hiệu quả từng điểm bán, mà còn là duy trì sự đồng nhất về chất lượng và trải nghiệm khách hàng. Golden Gate đã xây dựng một platform vận hành lấy dữ liệu, thuật toán và công nghệ làm cốt lõi, kết hợp với chuẩn hóa quy trình và kiểm soát hệ thống. Nền tảng này giúp chúng tôi mở rộng nhanh, hiệu quả, nhất quán, và sẽ tiếp tục được cải tiến để củng cố lợi thế cạnh tranh trong giai đoạn tới.

Động lực thứ ba là **mở rộng có chọn lọc**. Bên cạnh việc củng cố vị thế tại các đô thị lớn, chúng tôi từng bước mở rộng hiện diện đến các tỉnh, thành phố nhỏ hơn mà Golden Gate chưa đặt chân tới, nơi nhu cầu tiêu dùng đang tăng trưởng mạnh mẽ cùng sự phát triển của hạ tầng và thu nhập người dân. Đồng thời, chúng tôi tiếp tục phát triển các concept và thương hiệu mới, đáp ứng những xu hướng ẩm thực và phong cách tiêu dùng đang thay đổi. Mọi quyết định đầu tư – dù là mở nhà hàng tại thị trường mới hay ra mắt một concept mới – đều được xem xét trên cơ sở phân tích hiệu quả, khả năng sinh lời và tiềm năng dài hạn.

Bên cạnh ẩm thực, Golden Gate xác định lĩnh vực đồ uống – với trọng tâm là **The Coffee House** – giúp công ty mở rộng sang phân khúc có tần suất tiêu dùng cao, gia tăng mức độ gắn kết với khách hàng trong đời sống hàng ngày, đồng thời tạo sự cộng hưởng về thương hiệu, vận hành và dữ liệu trong toàn hệ sinh thái. Trong năm qua, những nỗ lực tái định vị thương hiệu, làm mới không gian nhà hàng, sản phẩm và nâng cao trải nghiệm khách hàng tại The Coffee House đã mang lại những tín hiệu tích cực rõ rệt, sẵn sàng trở thành động lực tăng trưởng thứ 4 của Golden Gate.

Trong bối cảnh thị trường nhiều biến động, cơ hội luôn thuộc về những tổ chức dám nghĩ lớn, hành động kỷ luật và kiên định với tầm nhìn dài hạn – và chúng tôi lựa chọn con đường đó. Với nền tảng quản trị vững chắc, đội ngũ đầy khát vọng và sự đồng hành của Quý Cổ đông, Golden Gate tự tin bước vào giai đoạn tăng trưởng mới, nơi quy mô được mở rộng, giá trị được nâng cao và vị thế ngày càng được khẳng định. “Không có cách nào để doanh nghiệp tốt lên 100%, nhưng có 100 cách để doanh nghiệp tốt lên 1% mỗi ngày” – và chúng tôi kiên trì theo đuổi những cải tiến nhỏ, có kỷ luật, mỗi ngày, để tạo nên tăng trưởng bền vững.

Xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Quý Cổ đông, Quý Đối tác và Quý Khách hàng đã luôn tin tưởng, đồng hành và tiếp thêm động lực để Golden Gate không ngừng hoàn thiện, vững bước trên hành trình tăng trưởng bền vững.

**Trân trọng,  
Tổng Giám đốc & Nhà Sáng Lập,**



**ĐÀO THỂ VINH**



# 02 CÂU CHUYỆN CỦA GOLDEN GATE

01	Giới thiệu chung về tập đoàn	10
02	Quá trình hình thành và phát triển	16
03	Thành tựu nổi bật	20
04	Nền tảng và trụ cột	22
05	Tầm nhìn và sứ mệnh	34

# GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TẬP ĐOÀN

## NGÀNH NGHỀ KINH DOANH CHÍNH

Cung cấp dịch vụ ăn uống  
(không bao gồm kinh doanh phòng hát karaoke, quán bar  
và vũ trường)

## MÃ NGÀNH VSIC 5610

Nhà hàng và dịch vụ ăn  
uống phục vụ lưu động  
(chi tiết: dịch vụ ăn uống,  
phục vụ lưu động khác;  
dịch vụ ăn uống khác;  
dịch vụ phục vụ đồ uống)

Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate là một trong những đơn vị dẫn đầu trong lĩnh vực nhà hàng và dịch vụ ăn uống tại Việt Nam, với mạng lưới thương hiệu đa dạng và mô hình vận hành hiệu quả. Trong hơn hai thập kỷ phát triển, Golden Gate đã xây dựng hệ sinh thái F&B gồm hơn 35 thương hiệu được yêu thích, với mạng lưới hơn 560 nhà hàng trên toàn quốc, đáp ứng nhu cầu ẩm thực phong phú của khách hàng trên toàn quốc. Hướng đến chiến lược tăng trưởng bền vững, chúng tôi tập trung vào đổi mới trải nghiệm khách hàng, tối ưu vận hành và mở rộng thị trường có chọn lọc.



35+

Thương hiệu  
được  
yêu thích

560+

Nhà hàng  
trên  
toàn quốc

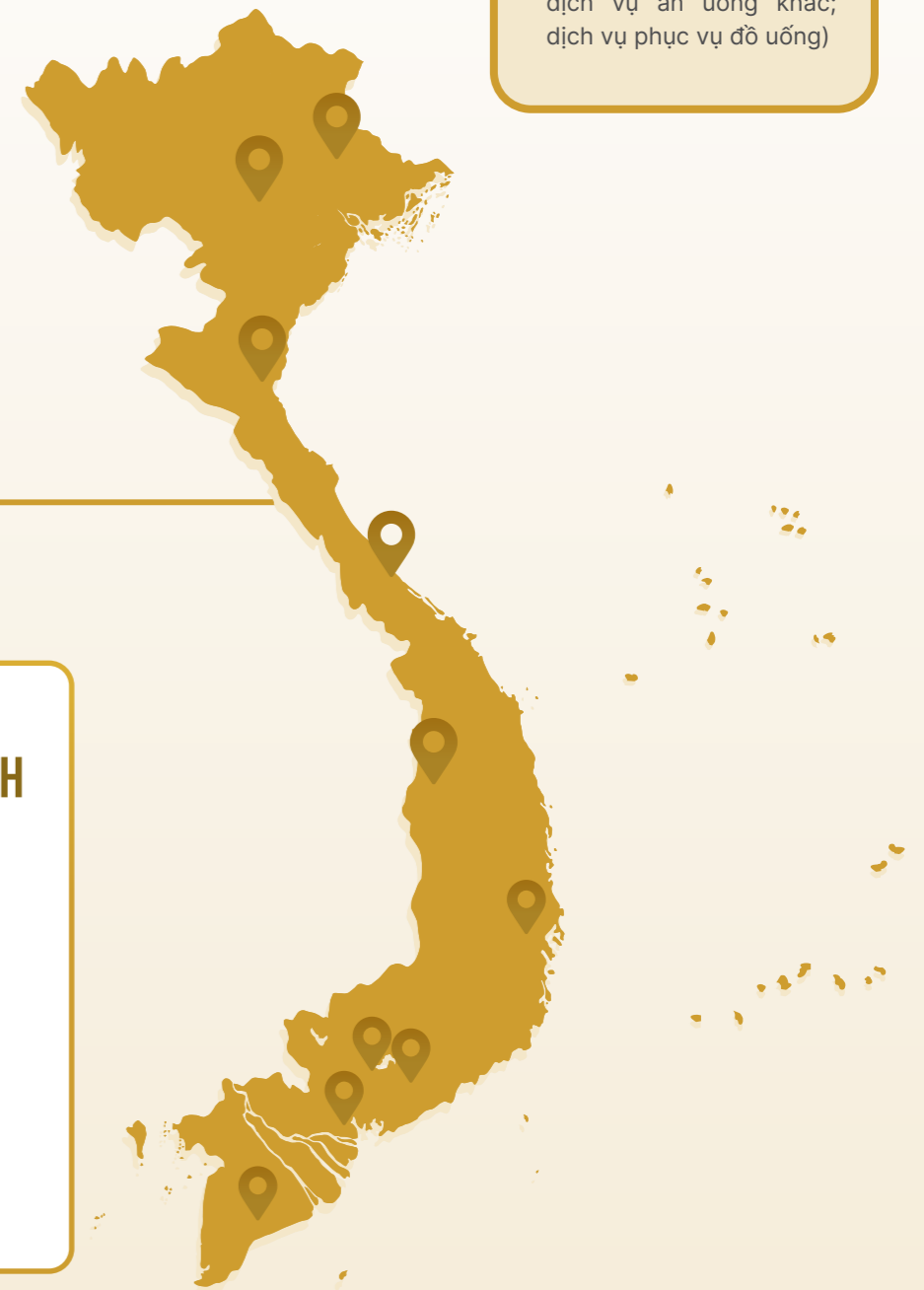
## GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TẬP ĐOÀN

Tên	Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate
Tên Tiếng Anh	Golden Gate Group Joint Stock Company
Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số	0102721191
Vốn điều lệ	77.933.140.000 đồng (tại ngày 31/12/2025)
Vốn đầu tư của chủ sở hữu	1.612.547.464.280 đồng (tại ngày 31/12/2025)
Trụ sở chính	Số 60 phố Giang Văn Minh, Phường Ba Đình, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
Số điện thoại	0243 722 6354
Số fax	0243 722 6352
Website	ggg.com.vn

## ĐỊA BÀN KINH DOANH HIỆN CÓ TẠI

48

Tỉnh, thành phố trên cả nước



# GOLDEN GATE NĂM 2025 QUA CÁC CON SỐ

## 23 TRIỆU

THỰC KHÁCH ĐƯỢC PHỤC VỤ  
TẠI HỆ THỐNG NHÀ HÀNG  
CỦA GOLDEN GATE



## 560 NHÀ HÀNG



## 35 THƯƠNG HIỆU

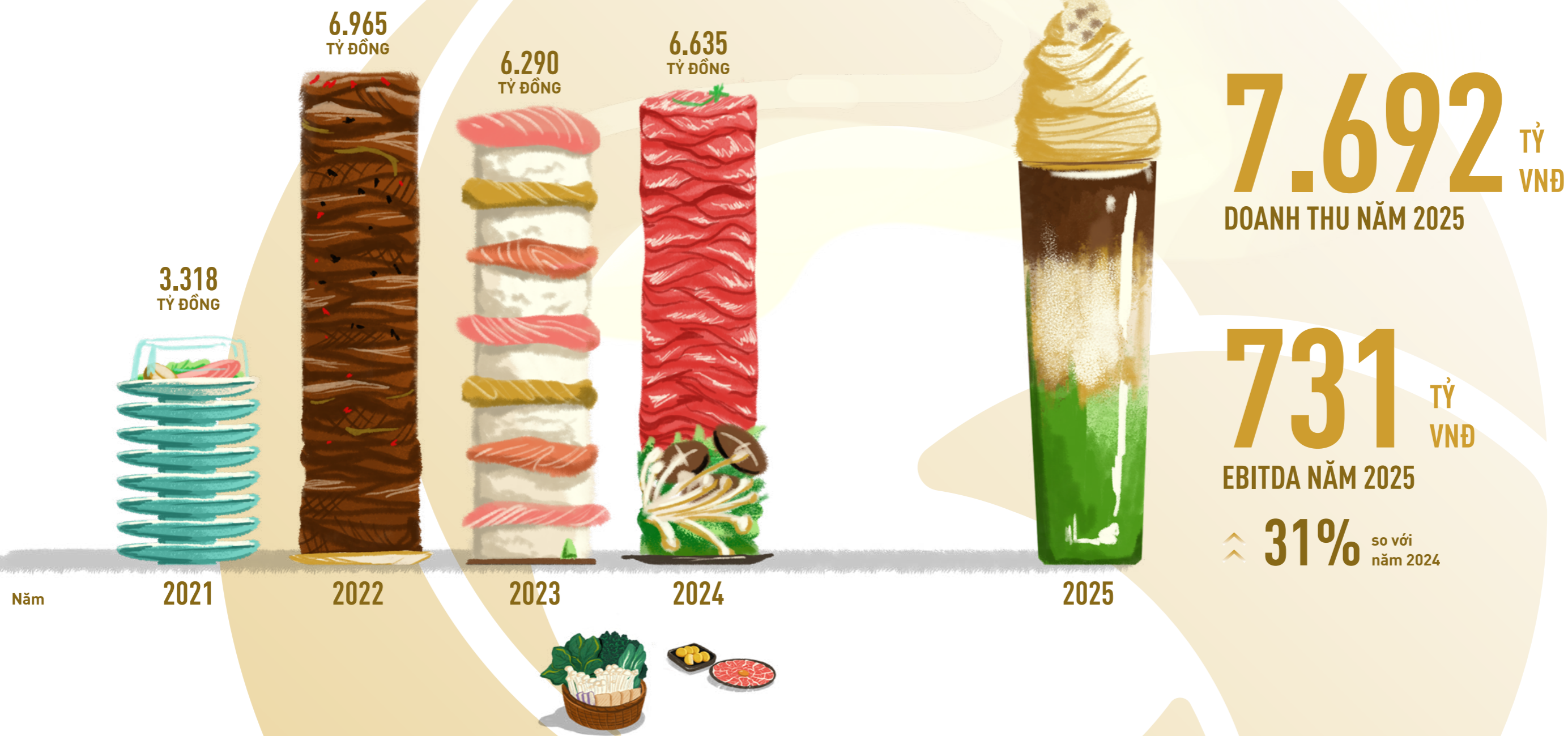
THE COFFEE HOUSE

## 10 TRIỆU

LỖY NƯỚC UỐNG  
CỦA THE COFFEE HOUSE  
ĐƯỢC TIÊU THỤ



# DOANH THU 5 NĂM GẦN NHẤT



# QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN

Nhìn lại hành trình 20 năm của Golden Gate, chúng tôi nhận ra rằng chặng đường phát triển của Golden Gate chưa bao giờ là một đường thẳng đơn điệu, mà là chuỗi những nỗ lực không ngừng nghỉ để chinh phục những đỉnh cao mới. Đó là hành trình của sự thử nghiệm, mở rộng, thích ứng và bứt phá – mỗi giai đoạn đều để lại dấu ấn riêng trong cách Golden Gate trưởng thành



2008 – 2018

## GIAI ĐOẠN NHÂN RỘNG KIẾN TẠO HỆ SINH THÁI

Đây là giai đoạn khi chúng tôi có được sự tham gia của nhà đầu tư Mekong Capital, mang lại nguồn lực tài chính, kinh nghiệm quản trị và góc nhìn dài hạn. Sự hợp tác này giúp Golden Gate chuyển mình mạnh mẽ - từ một doanh nghiệp khởi nghiệp năng động sang một tổ chức vận hành chuyên nghiệp, có nền tảng vững chắc cho việc mở rộng quy mô và phát triển bền vững trong tương lai. Giai đoạn này chứng kiến sự ra đời liên tiếp của nhiều thương hiệu lớn như **Gogi House**, **Kichi Kichi**, **SumoBBQ**, **iSushi**, **Manwah** – mỗi thương hiệu là một thử nghiệm về phong cách ẩm thực, mô hình phục vụ và phân khúc khách hàng. Thay vì tập trung vào một thương hiệu duy nhất, chúng tôi lựa chọn phát triển một hệ sinh thái đa thương hiệu, đa phong cách ẩm thực – từ Lẩu, Nướng đến các mô hình Á, Âu – nhằm đồng hành cùng khách hàng trong nhiều nhu cầu, khoảnh khắc và trải nghiệm khác nhau.

2018 – 2019

## GIAI ĐOẠN GẶT HÁI THÀNH QUẢ

Sau hơn một thập kỷ kiên định xây dựng nền móng, đây là giai đoạn Golden Gate vươn mình để hái những “trái ngọt” từ tầm nhìn dài hạn. Hệ thống thương hiệu vận hành ổn định, mô hình kinh doanh được chứng minh về hiệu quả và khả năng mở rộng. Hiệu quả vận hành cải thiện rõ rệt, lợi nhuận tăng trưởng tích cực, đồng thời doanh nghiệp củng cố vị thế là một trong những nền tảng F&B hàng đầu tại Việt Nam, với danh mục thương hiệu đa dạng và quy mô lớn.

2020 – 2021

## GIAI ĐOẠN THỬ THÁCH CHƯA TỪNG CÓ

Đại dịch COVID-19 xuất hiện như một phép thử khắc nghiệt nhất đối với ngành F&B. Hoạt động kinh doanh bị gián đoạn với nhiều nhà hàng phải đóng cửa, chuỗi cung ứng đứt gãy và hành vi tiêu dùng thay đổi sâu sắc. Trong bối cảnh đó, ưu tiên hàng đầu của Golden Gate không phải là tăng trưởng, mà là khả năng sống sót và phục hồi: giữ vững hệ thống, bảo vệ thương hiệu, duy trì đội ngũ nòng cốt và năng lực vận hành cốt lõi. Những quyết định khó khăn nhưng kịp thời trong giai đoạn này đã giúp Golden Gate rèn luyện khả năng thích ứng, tối ưu chi phí và nâng cao tính linh hoạt trong vận hành – đặt nền móng cho giai đoạn phục hồi sau khủng hoảng.

2005 – 2008

## GIAI ĐOẠN THÀNH LẬP

Golden Gate bắt đầu những bước chân đầu tiên với nhà hàng lẩu nấm Ashima tại địa chỉ 44 Phan Đình Phùng, Hà Nội với tâm thế thận trọng và thử nghiệm. Từ ý tưởng lẩu nấm ban đầu, Ashima từng bước chinh phục khách hàng, mở thêm các cửa hàng tiếp theo. Giai đoạn này không tạo ra tăng trưởng đột phá, nhưng đặt nền móng quan trọng về cách làm chuỗi, tư duy vận hành và niềm tin rằng con đường Golden Gate lựa chọn là khả thi.



2023 - 2025

## GIAI ĐOẠN TĂNG TRƯỞNG THẬN TRỌNG

Bước vào giai đoạn 2023-2025, khi nền kinh tế đối mặt với nhiều bất định và thị trường F&B trải qua quá trình sàng lọc khốc liệt, Golden Gate lựa chọn một hướng đi khác biệt: đi chậm lại để đi xa hơn. Thay vì mở rộng ồ ạt, doanh nghiệp tập trung tái cấu trúc từ bên trong, củng cố nền tảng vận hành và theo đuổi tăng trưởng một cách có chọn lọc, kỷ luật và bền vững. Đây là giai đoạn Golden Gate chuyển trọng tâm từ tăng trưởng theo chiều rộng sang phát triển chiều sâu của hệ sinh thái. Danh mục thương hiệu được rà soát và tối ưu, từng mô hình được đặt lại vai trò chiến lược rõ ràng, trong khi hiệu quả vận hành tại mỗi nhà hàng trở thành ưu tiên hàng đầu. Chuẩn hóa quy trình, kiểm soát chi phí và nâng cao chất lượng trải nghiệm khách hàng được triển khai đồng bộ trên toàn hệ thống. Một dấu mốc quan trọng trong giai đoạn này là sự ra đời của nhà máy thực phẩm Golden Gate vào đầu năm 2024 sản xuất nước lẩu/cốt canh, các loại đồ viên thả lẩu và kem nhằm làm chủ chuỗi cung ứng và kiểm soát chất lượng sản phẩm cốt lõi. Việc sở hữu năng lực sản xuất ở quy mô lớn không chỉ đảm bảo sự đồng nhất hương vị trên toàn hệ thống, mà còn tạo nền tảng vững chắc cho khả năng mở rộng quy mô, tối ưu chi phí và phát triển các mô hình mới trong dài hạn. Ngoài ra, năm 2025 cũng đánh dấu một bước đi chiến lược trong hành trình mở rộng sang lĩnh vực đồ uống có quy mô lớn của Tập đoàn thông qua thương vụ mua lại chuỗi cà phê thương hiệu The Coffee House. The Coffee House mang đến cho Tập đoàn một nền tảng sẵn có về thương hiệu, mạng lưới cửa hàng và tệp khách hàng trung thành trong phân khúc đồ uống đô thị, đồng thời mở ra dư địa để Golden Gate áp dụng năng lực vận hành chuỗi, quản trị chi phí và chuyển đổi số đã được kiểm chứng.

2022

## GIAI ĐOẠN TÁI PHỤC HỒI

Năm 2022 đánh dấu một cột mốc đặc biệt trong hành trình của Golden Gate. Không chỉ vượt qua đại dịch, doanh nghiệp còn ghi nhận kết quả kinh doanh tăng trưởng vượt bậc, với doanh thu gấp đôi năm trước và lợi nhuận phục hồi mạnh mẽ, vượt xa kỳ vọng ban đầu. Đây là kết quả của sự gắn kết của đội ngũ, năng lực vận hành đồng bộ và niềm tin bền chặt từ khách hàng. Đồng thời, khả năng thích ứng bền bỉ và sự phục hồi ấn tượng cũng thu hút thêm sự đồng hành của các nhà đầu tư, củng cố nền tảng tài chính cho giai đoạn phát triển dài hạn tiếp theo.



TRONG BỐI CẢNH NHIỀU DOANH NGHIỆP F&B BUỘC PHẢI THU HẸP HOẠT ĐỘNG HOẶC RỜI BỎ THỊ TRƯỜNG, GIAI ĐOẠN 2023-2025 TRỞ THÀNH PHÉP THỬ QUAN TRỌNG, QUA ĐÓ LÀM NỔI BẬT BẢN LĨNH VẬN HÀNH, KHẢ NĂNG THÍCH ỨNG VÀ TẦM NHÌN DÀI HẠN CỦA GOLDEN GATE.

Chính những lựa chọn thận trọng nhưng quyết đoán trong giai đoạn này đã đặt nền móng cho chu kỳ tăng trưởng tiếp theo - vững vàng hơn, bền bỉ hơn và sẵn sàng bút phá khi thị trường hồi phục.



TOP

**500** DOANH NGHIỆP LỢI NHUẬN  
TỐT NHẤT VIỆT NAM  
của Vietnam Report



TOP

**5** DOANH NGHIỆP  
F&B UY TÍN NHẤT  
theo Vietnam Report

TOP

**100** DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN ĐÓNG GÓP  
NGÂN SÁCH LỚN NHẤT VIỆT NAM

TOP

**10** NHÀ TUYỂN DỤNG  
GEN Z YÊU THÍCH NHẤT  
được trao bởi việc làm 24h



GIẢI  
**ENTERPRISE  
OF CHOICE  
2025** do CareerViet  
binh chọn

**THÀNH TỰU NỔI BẬT**

TOP

**500** DOANH NGHIỆP LỚN NHẤT  
VIỆT NAM (VNR500)  
của Vietnam Report



DOANH NGHIỆP CÓ  
THƯƠNG VỤ M&A TIÊU BIỂU  
NĂM 2024 - 2025

Nhiều năm liền được  
Thuế Thành phố Hà Nội vinh danh là  
**CÔNG TY THỰC HIỆN TỐT  
CHÍNH SÁCH,  
PHÁP LUẬT THUẾ**



# NỀN TẢNG VÀ TRỤ CỘT

DANH MỤC ĐA THƯƠNG HIỆU TỰ PHÁT TRIỂN VÀ VẬN HÀNH

SỐ HÓA TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG VÀ HỆ THỐNG VẬN HÀNH



NHÀ MÁY VÀ BẾP TRUNG TÂM

Sự phát triển của Golden Gate trong suốt hai thập kỷ qua được xây dựng trên một nền tảng cốt lõi, cho phép Tập đoàn mở rộng quy mô một cách bền vững trong một ngành có mức độ cạnh tranh và biến động cao. Thay vì dựa vào một động lực tăng trưởng đơn lẻ, Golden Gate đầu tư có hệ thống vào nhiều trụ cột song hành: từ danh mục đa thương hiệu tự phát triển với định vị rõ ràng, năng lực vận hành và chuỗi cung ứng được chuẩn hóa, đến ứng dụng công nghệ và số hóa trải nghiệm khách hàng.

# DANH MỤC ĐA THƯƠNG HIỆU

Trải qua 20 năm bền bỉ, chúng tôi đã tự sáng lập, phát triển và trực tiếp vận hành một danh mục thương hiệu độc đáo — nơi mỗi thương hiệu là một câu chuyện riêng, một trải nghiệm ẩm thực khác biệt, nhưng cùng chung một triết lý.

Sự đa dạng trong danh mục thương hiệu giúp Golden Gate phục vụ đa dạng nhu cầu và sở thích của khách hàng, đồng thời tạo nên một hệ sinh thái ẩm thực phong phú và khác biệt trên thị trường.

Bên cạnh đó, việc tự phát triển và trực tiếp vận hành các thương hiệu mang lại cho chúng tôi sự chủ động và linh hoạt cao trong việc thích ứng với biến động thị trường — một lợi thế mà các mô hình nhượng quyền khó có được — qua đó góp phần xây dựng nên một di sản thương hiệu riêng biệt, khó sao chép tại Việt Nam.

## KIẾN TẠO HẠNH PHÚC CHO KHÁCH HÀNG QUA TỪNG BỮA ĂN.



## GOGI HOUSE



GoGi House không đơn thuần là một chuỗi nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc. Thương hiệu này đã đóng vai trò then chốt trong việc định nghĩa và đại chúng hóa trải nghiệm nướng BBQ Hàn Quốc tại Việt Nam, đưa phong cách ẩm thực trải nghiệm nướng tại bàn trở thành một lựa chọn quen thuộc đối với người tiêu dùng.

GoGi là đơn vị tiên phong trong việc mở rộng và chuẩn hóa hệ thống trên quy mô toàn quốc. Nhờ khả năng mở rộng đồng bộ và nhất quán, GoGi dần chiếm lĩnh vị trí mặc định trong tâm trí người tiêu dùng: “đi ăn thịt nướng Hàn Quốc” gần như đồng nghĩa với GoGi. Đây là lợi thế thương hiệu mang tính cấu trúc, khó sao chép bằng các yếu tố ngắn hạn như giá hay khuyến mại.

GoGi House định vị ở phân khúc trung – cao cấp, hướng đến nhóm khách hàng có thu nhập ổn định và nhu cầu trải nghiệm ẩm thực trong các dịp tụ họp. Mức giá đa dạng và trải nghiệm được thiết kế để phù hợp với tầng lớp trung lưu đang tăng trưởng tại Việt Nam. Việc chiếm lĩnh thị phần này cho phép GoGi tăng trưởng nhanh về quy mô, duy trì lưu lượng khách cao và đồng thời bảo vệ được biên lợi nhuận.

Ở góc độ vận hành, GoGi được thiết kế ngay từ đầu như một thương hiệu vận hành theo hệ thống thay vì phụ thuộc vào tay nghề đầu bếp tại từng cửa hàng. Thực đơn, công thức tẩm ướp và chuỗi cung ứng nguyên liệu được chuẩn hóa và quản lý tập trung, giúp kiểm soát chi phí hiệu quả, đảm bảo chất lượng đồng đều trên toàn hệ thống và tạo nền tảng cho việc nhân rộng quy mô một cách hiệu quả. Đây là yếu tố cốt lõi giúp GoGi duy trì tính ổn định ngay cả khi mở rộng nhanh.



## KICHI KICHI



Kichi-Kichi với mô hình lẩu băng chuyền, là một trong số hiếm những thương hiệu F&B tại Việt Nam có thể tồn tại và mở rộng suốt gần hai thập kỷ, đồng thời vẫn duy trì được sức hút mạnh mẽ với các thế hệ khách hàng mới.

Trong một ngành có vòng đời thương hiệu ngắn và xu hướng thay đổi nhanh, việc Kichi vẫn giữ được vị thế dẫn đầu sau hơn 17 năm vận hành cho thấy định vị thương hiệu đã được xây dựng đúng ngay từ nền tảng. Thương hiệu có khả năng thâm nhập sâu vào phân khúc khách hàng phổ thông với mức chi tiêu hợp lý nhưng tần suất cao, trở thành lựa chọn quen thuộc cho nhiều nhóm khách hàng trong đời sống hàng ngày. Việc duy trì được lưu lượng khách ổn định qua nhiều chu kỳ kinh tế cho thấy Kichi không phải là một xu hướng nhất thời, mà là một thói quen tiêu dùng đã được thiết lập.

Ngay từ đầu, Kichi Kichi không cạnh tranh bằng sự phức tạp của món ăn, mà bằng đổi mới cách thức trải nghiệm và phục vụ ẩm thực. Trải nghiệm băng chuyền cho phép tốc độ phục vụ nhanh, giảm phụ thuộc vào nhân sự và tối ưu vòng quay bàn, trong khi vẫn giữ được yếu tố trải nghiệm và tính giải trí.



## ISUSHI



iSushi ra đời từ một bài toán lớn của thị trường: ẩm thực Nhật Bản luôn được yêu thích bởi chất lượng và sự tinh tế, nhưng thường gắn với mức giá cao và khó tiếp cận. Thay vì cạnh tranh trực diện với phân khúc cao cấp, iSushi chọn một hướng đi khác: đưa trải nghiệm ẩm thực Nhật đến gần hơn với số đông, nhưng vẫn giữ tinh thần nguyên bản.

Thông qua mô hình buffet được thiết kế có kiểm soát, iSushi đã biến một trải nghiệm vốn đắt đỏ và khó dự đoán chi phí thành một mô hình có khả năng mở rộng, với hiệu quả kinh tế được quản trị chặt chẽ. Cách tiếp cận này cho phép thương hiệu mở rộng đáng kể tệp khách hàng, đưa ẩm thực Nhật từ một lựa chọn “đặc biệt” trở thành một trải nghiệm có thể lặp lại, phù hợp cho các dịp gặp gỡ, kỷ niệm và khám phá ẩm thực.

Ở góc độ vận hành, iSushi đang thực hiện một trong những bài toán khó nhất trong ngành F&B: chuẩn hóa và mở rộng ẩm thực Nhật Bản ở quy mô chuỗi. Thực đơn được thiết kế kỹ lưỡng, danh mục nguyên liệu được quản lý tập trung và chiến lược nguồn cung được tối ưu nhằm giảm thiểu biến động chi phí nhập khẩu cũng như sự phụ thuộc quá lớn vào tay nghề cá nhân của đầu bếp. Đồng thời, mô hình buffet giúp kiểm soát cơ cấu tiêu thụ món ăn, từ đó tạo ra lợi thế thực thi mang tính hệ thống, khó sao chép khi chưa có đủ quy mô và năng lực vận hành.

Chính sự kết hợp giữa định vị giá hợp lý và kỷ luật vận hành cao đã tạo nên “hào lũy” cho iSushi. Thương hiệu không chỉ giải quyết được bài toán tiếp cận của khách hàng, xây dựng được năng lực mở rộng bền vững trong một phân khúc vốn nổi tiếng là phức tạp và rủi ro, mà còn đóng vai trò là điểm chạm ẩm thực Nhật Bản trung – cao cấp, bổ sung chiều sâu cho hệ sinh thái đa thương hiệu của Tập đoàn.



## MANWAH



Manwah đánh dấu bước đi chiến lược của Golden Gate trong việc khai mở và dẫn dắt phân khúc lẩu Đài Loan tại Việt Nam theo hướng tiếp cận khác biệt. Trong bối cảnh thị trường lẩu phổ biến với các mô hình đại chúng, Manwah lựa chọn phát triển mô hình buffet lẩu Đài Loan với trải nghiệm “đa tầng lựa chọn” – nơi khách hàng không chỉ thưởng thức sự đa dạng phong phú của hàng chục món nhúng, mà còn cảm nhận được sự tinh tế trong từng vị nước lẩu và tính nhất quán trong toàn bộ hành trình trải nghiệm.

Thay vì cạnh tranh đơn thuần về giá hay số lượng món, Manwah tập trung cân bằng giữa độ phong phú của buffet và chất lượng ẩm thực, từ nước lẩu chuẩn vị, nguyên liệu chọn lọc đến cách vận hành trải nghiệm, nhằm mang đến một bữa tiệc lẩu trọn vẹn, phù hợp cho nhiều đối tượng khách hàng và các dịp sum vầy.

Là một trong những thương hiệu tiên phong định hình phân khúc lẩu Đài Loan cao cấp, Manwah tạo dấu ấn rõ nét thông qua các dòng nước lẩu đặc trưng như collagen hay mala Đài Loan, kết hợp cùng danh mục nguyên liệu được tuyển chọn kỹ lưỡng. Cách tiếp cận này giúp Manwah nhanh chóng xây dựng sự khác biệt rõ ràng trên thị trường và được đón nhận tích cực bởi nhóm khách hàng tìm kiếm trải nghiệm tinh tế nhưng vẫn gần gũi.

Về định vị, Manwah được đặt ở phân khúc cao cấp để tiếp cận – mức giá cao hơn lẩu đại chúng nhưng vẫn nằm trong ngưỡng phù hợp cho các dịp sum họp gia đình, gặp gỡ đối tác hay những bữa ăn mang tính trải nghiệm. Sự cân bằng này cho phép thương hiệu vừa đạt giá trị hóa đơn cao hơn, vừa duy trì được sản lượng đủ lớn để mở rộng quy mô hiệu quả.

Quan trọng hơn, Manwah không chỉ mang đến một trải nghiệm cao cấp, mà còn chứng minh khả năng nhân rộng trải nghiệm đó ở quy mô chuỗi. Nền tảng vận hành được chuẩn hóa giúp thương hiệu duy trì chất lượng và sự nhất quán trong quá trình mở rộng, đồng thời cho phép Golden Gate phát triển phân khúc cao cấp một cách bền vững. Nhờ đó, Manwah trở thành điểm tựa quan trọng trong chiến lược mở rộng dài hạn của Tập đoàn, nơi tăng trưởng quy mô luôn song hành cùng chuẩn mực trải nghiệm.



## THE COFFEE HOUSE



Được thành lập từ năm 2014, The Coffee House nhanh chóng trở thành một trong những chuỗi cà phê nội địa có độ nhận diện thương hiệu cao nhất, với mạng lưới hơn 100 cửa hàng tại các vị trí đắc địa, lưu lượng cao. Thương hiệu này đã xây dựng được chỗ đứng vững chắc trong tâm trí người tiêu dùng đô thị, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ, nhờ không gian hiện đại, dễ tiếp cận và trải nghiệm nhất quán.

Nhận thấy thị trường cà phê Việt Nam đang dịch chuyển rõ nét từ cà phê truyền thống sang cà phê máy, đặc biệt trong nhóm khách hàng trẻ, The Coffee House — sau khi gia nhập Golden Gate — đã xác lập một định hướng chiến lược rõ ràng: trở thành “chuỗi Espresso của người Việt dẫn đầu về chất lượng cà phê”, nơi mỗi ly cà phê không chỉ là sản phẩm, mà còn là một phần của nhịp sống đô thị hiện đại.

Song song với chiến lược sản phẩm, The Coffee House đang triển khai tái định vị không gian cửa hàng thông qua việc nâng cấp và đồng bộ hóa thiết kế trên toàn hệ thống, nhằm mang đến trải nghiệm nhất quán, đáp ứng linh hoạt các nhu cầu gặp gỡ, làm việc và thư giãn của khách hàng đô thị.

Ở góc độ chiến lược, The Coffee House không chỉ mở rộng danh mục của Golden Gate sang ngành hàng đồ uống, mà còn bổ sung một điểm chạm có tần suất sử dụng cao trong hệ sinh thái. Nếu các thương hiệu nhà hàng gắn liền với những dịp tụ họp, thì The Coffee House hiện diện trong những khoảnh khắc thường nhật, từ thói quen cà phê mỗi sáng đến các cuộc gặp gỡ và làm việc hàng ngày. Điều này giúp thương hiệu nhanh chóng xây dựng sự gắn kết với nhóm khách hàng trẻ và dân văn phòng tại các đô thị lớn.



# HỆ THỐNG VẬN HÀNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

## THE GOLDEN SPOON

Ở phía khách hàng, các giải pháp đặt món qua máy tính bảng, mã QR và ứng dụng The Golden Spoon đã định hình lại trải nghiệm dùng bữa. Việc số hóa quy trình gọi món giúp giảm phụ thuộc vào nhân sự phục vụ, hạn chế sai sót trong tiếp nhận đơn hàng và tăng tính minh bạch trong chi tiêu của khách hàng. Quan trọng hơn, nền tảng ứng dụng The Golden Spoon tạo ra một kênh kết nối trực tiếp với hàng triệu khách hàng, cho phép Golden Gate hiểu rõ hơn hành vi tiêu dùng và cá nhân hóa trải nghiệm theo từng nhóm khách.

## ROBOT

Bên cạnh đó, Tập đoàn cũng từng bước triển khai các giải pháp tự động hóa tại điểm bán, tiêu biểu là hệ thống robot phục vụ tại một số nhà hàng. Các robot được tích hợp vào quy trình vận hành nhằm đảm nhiệm các tác vụ lặp lại như vận chuyển món ăn từ bếp ra bàn, thu dọn cơ bản và hỗ trợ điều phối trong giờ cao điểm.

Việc ứng dụng robot không chỉ giúp giảm tải áp lực cho đội ngũ nhân sự, đặc biệt trong các khung giờ có lưu lượng khách lớn, mà còn góp phần nâng cao tốc độ phục vụ và tính nhất quán trong trải nghiệm tại từng điểm bán. Trong bối cảnh ngành F&B đối mặt với bài toán chi phí lao động và tỷ lệ biến động nhân sự cao, mô hình vận hành có sự hỗ trợ của tự động hóa giúp Golden Gate duy trì hiệu quả hoạt động ổn định hơn.

Quan trọng hơn, robot được triển khai như một công cụ hỗ trợ, không thay thế con người. Việc giảm bớt các công việc mang tính thủ công cho phép nhân viên tập trung vào các hoạt động tạo giá trị cao hơn như tương tác, tư vấn và chăm sóc khách hàng. Đồng thời, yếu tố công nghệ tại nhà hàng cũng góp phần mang lại trải nghiệm mới mẻ, hiện đại hơn cho khách hàng, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ.

Trong một ngành phụ thuộc nhiều vào con người như F&B, chúng tôi sớm nhận ra rằng công nghệ không nhằm thay thế con người, mà để giảm tải các thao tác thủ công, hỗ trợ công việc hằng ngày và tạo điều kiện để đội ngũ tập trung vào điều quan trọng nhất: trải nghiệm của khách hàng. Bắt đầu từ năm 2018, Tập đoàn đã chủ động đầu tư phát triển các nền tảng công nghệ nội bộ, xem số hóa không phải chức năng hỗ trợ mà là xương sống của mô hình vận hành chuỗi. Chúng tôi hiện đang sở hữu một đội ngũ công nghệ nội bộ quy mô lớn cùng ngân sách duy trì dài hạn khoảng 100 tỷ đồng dành riêng cho số hóa, cho phép Tập đoàn chủ động phát triển các giải pháp phù hợp với đặc thù vận hành chuỗi nhà hàng tại Việt Nam.

## KITCHEN DISPLAY SYSTEM – KDS

Ở tầng vận hành, hệ thống hiển thị nhà bếp (kitchen display system – KDS) đóng vai trò trung tâm trong việc điều phối thực thi tại bếp. Toàn bộ đơn hàng được chuyển trực tiếp từ hệ thống đặt món vào bếp theo thời gian thực, giúp rút ngắn thời gian xử lý, giảm lỗi thao tác và tăng cường phối hợp giữa tiền sảnh và hậu sảnh. Quan trọng hơn, hệ thống cho phép Golden Gate chuẩn hóa nhịp vận hành bếp, kiểm soát thời gian chế biến và duy trì chất lượng dịch vụ ổn định ngay cả trong điều kiện cao điểm hoặc khi mở rộng nhanh.

## G-HERO & G-STARS

Dữ liệu vận hành từ bếp và sản phẩm tập hợp và phân tích thông qua các nền tảng quản trị hiệu suất. G-HERO cung cấp cái nhìn thời gian thực về hiệu quả hoạt động của từng nhà hàng, từng ca làm việc, tạo cơ sở cho việc so sánh, đánh giá và cải thiện liên tục trên toàn hệ thống. Song song với đó, G-STARS giải quyết bài toán điều phối lao động ở quy mô lớn, kết nối nhu cầu nhân sự theo thời gian thực với nguồn lực sẵn có, giúp tối ưu chi phí nhân công và nâng cao năng suất vận hành.

**Khi được kết nối thành một thể thống nhất, các nền tảng này hình thành một chuỗi vận hành khép kín, từ trải nghiệm khách hàng, thực thi tại bếp, đến quản trị hiệu suất và nguồn lực. Hệ thống cho phép Golden Gate không chỉ phản ứng với biến động, mà còn chủ động điều chỉnh vận hành dựa trên dữ liệu, duy trì hiệu quả và tính linh hoạt khi mở rộng mạng lưới trên phạm vi toàn quốc.**

# NHÀ MÁY VÀ BẾP TRUNG TÂM

Ở Golden Gate, một trong những trái tim vận hành giúp duy trì chất lượng đồng nhất chính là bếp trung tâm và nhà máy thực phẩm:

## GOLDEN GATE FOODS

Bếp trung tâm là nơi sơ chế tập trung nguyên vật liệu, cùng với hệ thống bếp nóng được áp dụng để chế biến các sản phẩm qua gia nhiệt, giúp đảm bảo chất lượng đồng nhất trên toàn hệ thống. Nhờ bếp trung tâm, từng nguyên liệu tươi ngon được chuẩn hóa trước khi đến nhà hàng, giảm thiểu gánh nặng sơ chế cho nhân viên tại điểm, tạo nguồn lực để tăng giá trị trải nghiệm khách hàng tối đa.



Bước tiến lớn hơn là sự ra đời và phát triển của nhà máy thực phẩm Golden Gate Food tại khu công nghiệp Thạch Thất, Hà Nội để hoàn thiện chuỗi cung ứng khép kín.



Với quy mô

**20.000m<sup>2</sup>**

công suất  
thiết kế khoảng

**15.000 TẤN**

thực phẩm mỗi năm và hệ thống nổi nình chậm tự động khép kín, nhà máy này không chỉ là nơi sản xuất nước lẩu/cốt canh, sốt, các loại đồ viên thả lẩu và một số sản phẩm đóng gói, mà còn là trung tâm kiểm soát chất lượng và năng lực sản xuất của Tập đoàn. Từ đây, nguyên liệu và sản phẩm được chuẩn hóa, đồng nhất hương vị, sẵn sàng phục vụ hàng trăm nhà hàng trên khắp Việt Nam, đồng thời giảm thiểu chi phí trung gian và rủi ro vận hành.

Với nhà máy, Golden Gate biến tầm nhìn về một hệ thống vận hành hiệu quả, linh hoạt và bền vững thành hiện thực, củng cố nền tảng cốt lõi giúp Tập đoàn không chỉ dẫn đầu về quy mô, mà còn duy trì chất lượng và trải nghiệm ẩm thực nhất quán – điều mà rất ít doanh nghiệp F&B nào trong nước làm được.



# TẦM NHÌN VÀ SỨ MỆNH

## KIẾN TẠO HẠNH PHÚC QUA ẨM THỰC

20 năm qua, chúng tôi bắt đầu và lớn lên với một sứ mệnh giản dị: “Nhân viên hạnh phúc – Khách hàng hài lòng.” Sứ mệnh đó đã dẫn dắt chúng tôi tạo nên hàng triệu khoảnh khắc ấm áp, những không gian ẩm thực nơi khách hàng cảm thấy được chào đón, quan tâm và trân trọng.

Nhìn lại chặng đường đã qua, chúng tôi tự hào vì đã thực hiện trọn vẹn lời hứa ấy. Nhưng hành trình 20 năm tiếp theo đòi hỏi một tầm nhìn lớn hơn – một sứ mệnh sâu sắc hơn để có thể mang đến nhiều giá trị hơn cho khách hàng và cộng đồng.

Chúng tôi tin rằng, hạnh phúc chính là cái lõi của mọi hoạt động sống. Golden Gate tồn tại để làm được điều đó - để giúp khách hàng có những trải nghiệm dịch vụ ẩm thực hạnh phúc, giúp nhân viên có cuộc sống sung túc, hạnh phúc, và tự hào; xa hơn là đóng góp cho sự thịnh vượng của cộng đồng và xã hội.

HƯỚNG TỚI TƯƠNG LAI,  
TẦM NHÌN ĐẾN NĂM

# 2030

CỦA CHÚNG TÔI LÀ:

là hình mẫu về

**TRẢI NGHIỆM DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG XUẤT SẮC**

Nơi nhân viên

**SỐNG SUNG TÚC VÀ TỰ HÀO**



Tập đoàn F&B Việt Nam sở hữu trên

**2.000+** CỬA HÀNG  
có vốn hóa tỷ đô



# 03 HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ CHIẾN LƯỢC

01	Tổng quan hoạt động kinh doanh 2025	38
02	Tình hình đầu tư và thực hiện các dự án	40
03	Kết quả nổi bật trong năm	41
04	Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh	44
05	Tầm nhìn và mục tiêu 2026	46
06	Các chỉ số tài chính	48

# TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH 2025

Năm 2025, trong bối cảnh thị trường F&B tiếp tục sàng lọc và sức cầu phục hồi chậm, Công ty vẫn ghi nhận những con số tăng trưởng vượt bậc.

Trên nền tảng này, Golden Gate tiếp tục duy trì đà tăng trưởng ổn định, với tổng doanh thu thuần năm 2025 đạt

**7.691** TỶ ĐỒNG

↑ **15,9%** SO VỚI NĂM 2024

↓ **5,3%** SO VỚI KẾ HOẠCH ĐỀ RA

Trong năm 2025, chiến lược của tập đoàn đã dịch chuyển từ mở rộng quy mô sang tối ưu hiệu quả từng điểm bán. Do đó, dù không đạt được kế hoạch kinh doanh đề ra trong Đại hội đồng cổ đông về mặt doanh thu, Công ty ghi nhận lợi nhuận sau thuế đạt 214 tỷ đồng, vượt 5% so với kế hoạch đã đề ra.

Nếu loại trừ kết quả của The Coffee House – đơn vị đang trong giai đoạn tái cấu trúc sau sáp nhập và ưu tiên tái định vị thương hiệu, tái đầu tư nền tảng vận hành hiệu quả, thì kết quả kinh doanh cốt lõi của Golden Gate càng thể hiện rõ nét hơn: lợi nhuận sau thuế loại trừ The Coffee House đạt 262 tỷ đồng, tương đương mức tăng 161% so với năm 2024.

Ngoài ra, năm 2025 cũng đánh dấu bước đi chiến lược quan trọng của Tập đoàn khi hoàn thành thương vụ mua lại chuỗi cà phê The Coffee House, đón nhận thêm

Lợi nhuận sau thuế ghi nhận sự cải thiện tích cực, đạt

**214** TỶ ĐỒNG

↑ **113%** SO VỚI NĂM 2024

↑ **5%** SO VỚI KẾ HOẠCH ĐỀ RA

**93** CỬA HÀNG

và nâng tổng số lượng nhà hàng của Công ty lên trên

EBITDA hợp nhất đạt

**731** TỶ ĐỒNG

**560** NHÀ HÀNG

phản ánh sự cải thiện rõ rệt về hiệu quả vận hành và cấu trúc chi phí ngày càng tối ưu hơn ở cấp độ toàn hệ thống

# TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ VÀ THỰC HIỆN CÁC DỰ ÁN



Nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô của hơn 560 nhà hàng trên toàn quốc, Golden Gate tiếp tục đầu tư nâng cao năng lực sản xuất thông qua việc khởi công xây dựng nhà máy thực phẩm thứ hai tại khu công nghiệp Tiên Tiến, bổ sung cho nhà máy thực phẩm hiện hữu đang hoạt động tại Thạch Thất, Hà Nội.

Từ giữa năm 2025, Tập đoàn đã chính thức khởi công xây dựng nhà máy mới tại khu công nghiệp Tiên Tiến, xã Thịnh Minh, tỉnh Phú Thọ, tập trung vào sản xuất thực phẩm chế biến sẵn và sản phẩm đông lạnh.

Dự kiến đi vào vận hành từ giữa năm 2026, nhà máy này sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường tính chủ động của chuỗi cung ứng, đảm bảo chất lượng đồng nhất và tạo nền tảng vững chắc cho kế hoạch mở rộng dài hạn của Tập đoàn.



# KẾT QUẢ NỔI BẬT TRONG NĂM



Năm 2025 tiếp tục khẳng định hiệu quả của chiến lược phát triển danh mục thương hiệu theo mô hình đa thương hiệu của Golden Gate, với sự tăng trưởng đồng thời ở nhóm thương hiệu chủ lực, các thương hiệu mới ra mắt và các mô hình đang trong giai đoạn tăng tốc.

## NHÓM THƯƠNG HIỆU TRỤ CỘT TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG

Năm 2025 tiếp tục khẳng định hiệu quả của chiến lược phát triển danh mục thương hiệu theo mô hình đa trụ cột của Golden Gate, với sự tăng trưởng đồng thời ở nhóm thương hiệu chủ lực, các thương hiệu mới ra mắt và các mô hình đang trong giai đoạn tăng tốc.

Tính đến ngày 31/12/2025, mạng lưới của nhóm trụ cột tiếp tục được củng cố với độ phủ rộng khắp trên toàn quốc với:



Trong năm, tổng doanh thu thuần của nhóm bốn thương hiệu này

↑ **5,2%** SO VỚI NĂM TRƯỚC

phản ánh sức hút ổn định của các thương hiệu dẫn dắt và khả năng duy trì tăng trưởng trên nền tảng quy mô lớn. Đáng chú ý, kết quả này đạt được trong bối cảnh Tập đoàn không đẩy mạnh mở rộng mạng lưới, mà tập trung vào nâng cao hiệu quả trên từng nhà hàng, qua đó củng cố chất lượng tăng trưởng và tối ưu hóa hiệu suất vận hành toàn hệ thống.



# KẾT QUẢ NỔI BẬT TRONG NĂM

## NHÓM CÁC THƯƠNG HIỆU MỚI RA MẮT TRONG NĂM 2025

Năm 2025 cũng ghi nhận sự ra mắt và đón nhận tích cực của các thương hiệu mới, góp phần mở rộng danh mục thương hiệu và tiếp cận thêm các phân khúc khách hàng đa dạng.



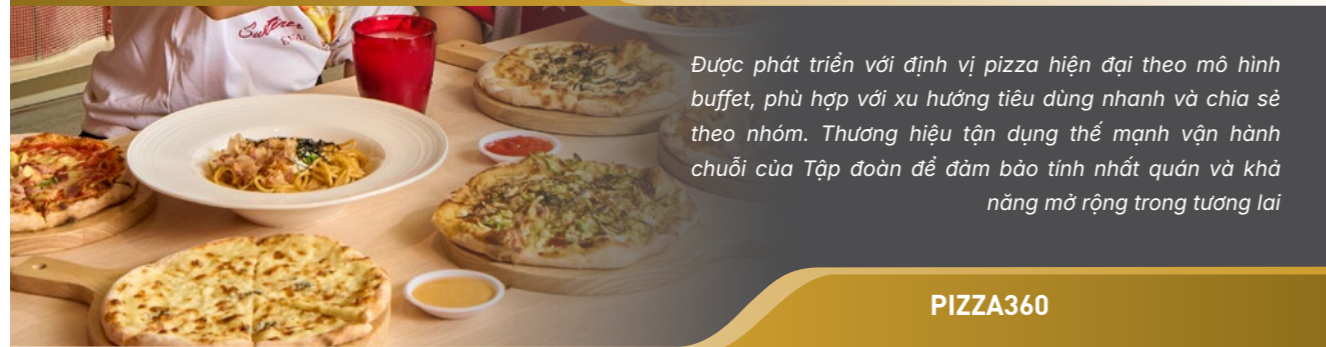
Được định vị là thương hiệu lẩu bò tươi Triều Châu, Dao Niu Guo tập trung vào chất lượng nguyên liệu với đặc trưng bò tươi trong ngày, đảm bảo độ tươi ngon và hương vị nguyên bản. Không gian nhà hàng được thiết kế đậm nét Trung Hoa hiện đại, kết hợp bày trí phù hợp với nhóm khách gia đình và giới trẻ. Dao Niu Guo nhanh chóng mở rộng và được khách hàng đón nhận nhờ concept ấn tượng cùng chất lượng sản phẩm ổn định.

DAO NIU GUO



Thương hiệu sushi băng chuyền với mô hình đồng giá, tối ưu tốc độ và trải nghiệm của khách hàng. Mô hình này hướng đến nhóm khách hàng trẻ, văn phòng và nhu cầu dùng bữa linh hoạt trong đô thị.

SUSHI X



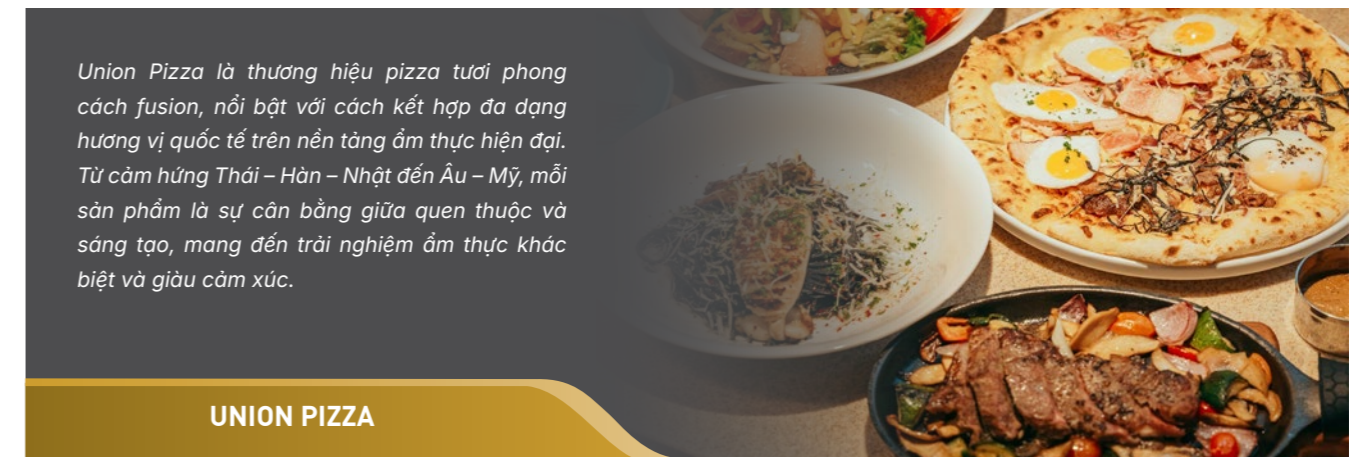
Được phát triển với định vị pizza hiện đại theo mô hình buffet, phù hợp với xu hướng tiêu dùng nhanh và chia sẻ theo nhóm. Thương hiệu tận dụng thế mạnh vận hành chuỗi của Tập đoàn để đảm bảo tính nhất quán và khả năng mở rộng trong tương lai.

PIZZA360

Ba thương hiệu mới không chỉ bổ sung thêm “động cơ tăng trưởng” cho danh mục hiện hữu mà còn thể hiện năng lực phát triển và thử nghiệm mô hình mới của Golden Gate trong bối cảnh thị trường thanh lọc và cạnh tranh cao

## NHÓM CÁC THƯƠNG HIỆU ĐANG TRONG GIAI ĐOẠN TĂNG TỐC

Bên cạnh nhóm chủ lực và các thương hiệu mới, một số mô hình tiếp tục cho thấy đà tăng trưởng tích cực và dần khẳng định vị thế



Union Pizza là thương hiệu pizza tươi phong cách fusion, nổi bật với cách kết hợp đa dạng hương vị quốc tế trên nền tảng ẩm thực hiện đại. Từ cảm hứng Thái – Hàn – Nhật đến Âu – Mỹ, mỗi sản phẩm là sự cân bằng giữa quen thuộc và sáng tạo, mang đến trải nghiệm ẩm thực khác biệt và giàu cảm xúc.

UNION PIZZA



Thương hiệu lẩu hấp thủy nhiệt mang đến trải nghiệm thanh lành, mộc mạc – duy trì sự hiện diện ổn định trên thị trường với 17 nhà hàng đang vận hành

CLOUD POT



Chuyên về ẩm thực truyền thống Việt Nam, thương hiệu mang đến không gian đậm bản sắc văn hóa, tôn vinh nguyên liệu địa phương và phong cách chế biến thuần Việt. Thương hiệu đã phát triển nhanh chóng trên cả hai miền Bắc – Nam, nâng tổng số nhà hàng lên 14, đồng thời liên tục đổi mới thực đơn để bắt kịp xu hướng tiêu dùng.

LÁCH CA LÁCH CÁCH

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Chặng đường 20 năm hình thành và phát triển chứng kiến Tập đoàn nhân rộng mô hình kinh doanh chuỗi khắp các tỉnh thành với tốc độ tăng trưởng ấn tượng. Để đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững, Công ty luôn chủ động xây dựng phương án đối phó với các nguy cơ rủi ro tiềm ẩn trong quá trình phát triển kinh doanh cụ thể như sau:



## RỦI RO THIẾU HỤT NGUỒN CUNG CẤP NGUYÊN LIỆU THỰC PHẨM ĐẦU VÀO

Nguyên vật liệu và thực phẩm đầu vào là yếu tố quan trọng quyết định việc duy trì khả năng cung cấp chất lượng sản phẩm dịch vụ của các nhà hàng. Nhận thức vai trò quan trọng của nguồn cung cấp đầu vào, Công ty đã đa dạng hóa các nguồn cung cấp đầu vào, đồng thời thiết lập mối quan hệ bền vững với các nhà cung cấp nội địa và quốc tế.



## RỦI RO BIẾN ĐỘNG TĂNG GIÁ NGUYÊN VẬT LIỆU VÀ THỰC PHẨM ĐẦU VÀO

Trong bối cảnh lạm phát giá hàng hóa tăng mạnh ảnh hưởng không nhỏ đến biên lợi nhuận của Công ty, Ban lãnh đạo Công ty chủ trương theo dõi chặt chẽ các thông tin và tình hình có liên quan của thị trường hàng hóa nhằm xây dựng kế hoạch sản xuất và mức hàng tồn kho một cách hợp lý phù hợp với thực tế hoạt động kinh doanh; Đồng thời, công ty cũng phòng ngừa rủi ro biến động tỷ giá bằng các hợp đồng kỳ hạn tỷ giá.



## RỦI RO THIẾU HỤT NGUỒN LAO ĐỘNG KHÔNG ĐÁP ỨNG NHU CẦU HOẠT ĐỘNG CỦA NHÀ HÀNG

Với mức tăng trưởng cao hàng năm, nhu cầu lực lượng lao động tại các nhà hàng ngày càng gia tăng trong khi đó theo thống kê trên thị trường tỷ lệ nghỉ việc của nhân viên nhà hàng cao. Nhận thức khó khăn và thách thức trên, Công ty đã triển khai hiệu quả giải pháp ứng dụng tuyển dụng trực tuyến online và thành lập cụm điều phối nhân sự theo khu vực cho phép tối ưu hóa lực lượng lao động tại các nhà hàng đồng thời giúp người lao động dễ dàng tiếp cận với Công ty. Bên cạnh đó, Công ty nghiên cứu giải pháp AI ứng dụng trong công việc kết hợp với lực lượng lao động truyền thống nhằm tối ưu hóa lao động ứng phó chủ động đối với rủi ro thiếu hụt nguồn lao động trong từng thời kỳ.



## RỦI RO HỆ THỐNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Nhận thức nguy cơ gián đoạn hệ thống công nghệ thông tin do dịch bệnh, lỗi hệ thống, tấn công của hacker và virus trong giai đoạn hiện nay, Công ty đã đầu tư hệ thống công nghệ tường lửa nhằm phát hiện cảnh báo trường hợp vi phạm an ninh đồng thời xây dựng phương án dự phòng và dữ liệu tập trung (Data Recovery – Data Center). Bên cạnh đó, Công ty dành ngân sách đầu tư hệ thống phần cứng phần mềm đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh ổn định và liên tục.



## RỦI RO VỀ GIAN LẬN

Rủi ro về gian lận là rủi ro mà không chỉ các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ nhà hàng mà cả các doanh nghiệp khác cũng gặp phải. Công ty đầu tư hệ thống quản lý hàng tồn kho theo thực tế hàng ngày đồng thời thường xuyên thực hiện công tác kiểm kê đầy đủ, đúng quy trình để đảm bảo không có gian lận, thất thoát trong hàng tồn kho. Các công tác kiểm tra, giám sát cũng được thực hiện theo dữ liệu rủi ro đảm bảo các gian lận về doanh thu, tiền được quản lý một cách chặt chẽ.



## RỦI RO VỀ KINH TẾ VĨ MÔ

Ngành kinh doanh nhà hàng chịu tác động đáng kể từ các yếu tố kinh tế vĩ mô. Trong năm 2025, môi trường kinh tế toàn cầu tiếp tục biến động dưới ảnh hưởng của xung đột chiến tranh Nga-Ukraina kéo dài và các điều chỉnh chính sách thương mại, thuế quan của Hoa Kỳ, qua đó gây áp lực lên chi phí, chuỗi cung ứng và tâm lý tiêu dùng.

Điều này dẫn đến xu hướng thắt chặt chi tiêu, ảnh hưởng đến cả lượng khách và mức chi tiêu trung bình. Trước bối cảnh đó, Công ty chủ động thích ứng bằng cách làm mới danh mục thương hiệu, tối ưu giá và phát triển các lựa chọn phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng.



## RỦI RO VỀ THIÊN TAI DỊCH BỆNH

Các sự kiện bất khả kháng như thiên tai, dịch bệnh hoặc các tình huống khẩn cấp về y tế công cộng, có thể gây gián đoạn hoạt động của hệ thống nhà hàng và chuỗi cung ứng. Để giảm thiểu tác động từ các rủi ro này, Công ty đã xây dựng kế hoạch duy trì hoạt động kinh doanh liên tục (Business Continuity Plan) cùng các quy trình ứng phó khẩn cấp nhằm đảm bảo khả năng vận hành trong các tình huống đặc biệt. Đồng thời, Công ty chủ động phát triển các mô hình bán hàng linh hoạt như dịch vụ giao hàng, bán hàng trực tuyến và các kênh phân phối thay thế nhằm duy trì khả năng phục vụ khách hàng và ổn định hoạt động kinh doanh.

# TẦM NHÌN VÀ MỤC TIÊU 2026

Bước sang năm 2026, Golden Gate định hình tầm nhìn trở thành Tập đoàn F&B hàng đầu Việt Nam, là hình mẫu dịch vụ xuất sắc, nơi nhân viên sống sung túc và tự hào

TRONG NĂM 2026, CÔNG TY ĐẶT MỤC TIÊU  
DOANH THU THUẦN HỢP NHẤT ĐẠT

9.814 TỶ ĐỒNG

≈ 28% SO VỚI  
NĂM 2025

EBIDTA HỢP NHẤT DỰ KIẾN ĐẠT

1.202 TỶ ĐỒNG

≈ 65% SO VỚI  
NĂM 2025

phản ánh hướng đi tăng trưởng đi kèm với  
hiệu quả



Trong giai đoạn trung và dài hạn, Tập đoàn định hướng phát triển trên nền tảng tăng trưởng có kỷ luật, hiệu quả và bền vững, lấy năng lực vận hành và chất lượng trải nghiệm làm trọng tâm. Thay vì theo đuổi mở rộng nhanh về quy mô, Tập đoàn tập trung xây dựng chiều sâu cho hệ sinh thái, nhằm đảm bảo khả năng thích ứng trước biến động thị trường và tạo giá trị dài hạn cho các bên liên quan. Các trụ cột chiến lược bao gồm:

#### Mở rộng chọn lọc và hiệu quả

Ưu tiên chất lượng điểm bán, năng suất vận hành và khả năng sinh lời, đảm bảo tăng trưởng đi kèm với hiệu quả tài chính

#### Nâng cao năng lực vận hành chuỗi

Thông qua chuẩn hóa quy trình, tối ưu chi phí và khai thác sâu hệ thống quản trị vận hành dựa trên công nghệ, nhằm duy trì tính nhất quán và khả năng mở rộng ở quy mô lớn

#### Chủ động chuỗi cung ứng và năng lực sản xuất

Với trọng tâm đầu tư vào hệ thống nhà máy thực phẩm, đảm bảo chất lượng sản phẩm đồng nhất, kiểm soát chi phí và tạo nền tảng cho phát triển các mô hình mới

#### Phát triển cân bằng hệ sinh thái đa thương hiệu

Làm rõ vai trò chiến lược của từng thương hiệu chủ lực, đồng thời liên tục nâng cao trải nghiệm khách hàng theo từng phân khúc

# CÁC CHỈ SỐ TÀI CHÍNH

## TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu (hợp nhất)	2025	2024	Thay đổi %
Tổng giá trị tài sản	4.059.465	3.597.357	12,8%
Doanh thu thuần	7.690.511	6.633.654	15,9%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	263.359	104.560	151,9%
Lợi nhuận trước thuế	267.974	128.051	109,3%
Lợi nhuận sau thuế	213.768	100.461	112,8%
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	Chưa công bố	0	N/A

## CÁC CHỈ TIÊU TÀI CHÍNH CHỦ YẾU

Các chỉ tiêu (hợp nhất)	2025	2024
<b>1. Các hệ số về khả năng thanh toán</b>		
Khả năng thanh toán ngắn hạn	1,18	1,05
Khả năng thanh toán nhanh	0,79	0,64
<b>2. Chi tiết về cơ cấu vốn</b>		
Hệ số Nợ / Tổng tài sản	60%	61%
Hệ số Nợ / Vốn chủ sở hữu	152%	157%
<b>3. Hệ số hiệu quả hoạt động</b>		
Vòng quay hàng tồn kho	3,84	3,79
Vòng quay tài sản	2,01	2,05
<b>4. Các hệ số sinh lời</b>		
Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	3%	2%
Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	14%	7%
Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	6%	3%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	3%	2%





# 04 BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

01	Mục tiêu phát triển bền vững	52
02	Phát triển cộng đồng và trách nhiệm xã hội của Golden Gate	54
03	Tác động lên môi trường	56
04	Nguồn nhân lực chất lượng cao & Hệ thống quản trị nhân sự khác biệt	60



# MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



Công ty định hướng phát triển hoạt động kinh doanh theo hướng giảm thiểu tác động đến môi trường và sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên.



Công ty tập trung tối ưu hóa tiêu thụ năng lượng, nước và nhiên liệu trong toàn hệ thống vận hành, bao gồm nhà hàng, bếp trung tâm và chuỗi cung ứng.



Bên cạnh đó, Công ty ưu tiên sử dụng các vật liệu và bao bì thân thiện với môi trường, đồng thời lựa chọn các nhà cung cấp áp dụng các giải pháp bền vững nhằm thúc đẩy chuỗi cung ứng có trách nhiệm với môi trường.



Trong trung hạn, Công ty tiếp tục cải tiến quy trình vận hành nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên và hướng tới mô hình vận hành bền vững.



# PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA GOLDEN GATE

Với Golden Gate phát triển bền vững không chỉ được đo bằng số lượng nhà hàng hay doanh thu tăng trưởng, mà còn bằng những giá trị tích cực để lại cho xã hội. Mỗi hoạt động thiện nguyện của doanh nghiệp là một mảnh ghép trong hành trình phụng sự cộng đồng – nơi doanh nghiệp không đứng ngoài các vấn đề xã hội mà chủ động trở thành một phần của giải pháp.

Trong những năm qua, hành trình thiện nguyện của Công ty được triển khai trên nhiều phương diện: môi trường, cộng đồng, giáo dục và phát triển xã hội – tạo nên một hệ sinh thái trách nhiệm toàn diện.

## Tiên phong hành động vì môi trường

Một dấu mốc quan trọng trong hành trình của Golden Gate là việc hợp tác chiến lược với Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Eco Oil – đơn vị tiên phong trong lĩnh vực thu gom và tái chế dầu ăn. Từ hàng trăm nhà hàng trên cả nước, lượng dầu thải được quản lý theo quy trình chuyên nghiệp, chuyển hóa thành nhiên liệu sinh học thay vì trở thành tác nhân gây ô nhiễm môi trường. Đây là bước đi thiết thực thể hiện cam kết giảm phát thải, xây dựng mô hình kinh doanh tuần hoàn và lan tỏa ý thức bảo vệ môi trường trong ngành F&B. Từ căn bếp của mỗi nhà hàng, một vòng tuần hoàn xanh được hình thành – bền bỉ và lâu dài.



## Lan tỏa niềm vui trong những ngày đặc biệt của đất nước:

Trong không khí hân hoan của Ngày Quốc khánh 2/9, Golden Gate đã tổ chức chương trình phát kem miễn phí tại các điểm sự kiện lớn, mang đến niềm vui giản dị nhưng đầy ý nghĩa cho hàng ngàn người dân. Những que kem được trao tận tay trẻ em, gia đình và lực lượng làm nhiệm vụ giữa dòng người đông đúc. Đó không chỉ là một món quà ngọt ngào, mà còn là sự hiện diện của doanh nghiệp trong niềm vui chung của đất nước – nơi trách nhiệm xã hội bắt đầu từ những hành động nhỏ nhưng đầy sự sẻ chia.



## Đồng hành cùng đồng bào vùng thiên tai

Khi nhiều địa phương chịu ảnh hưởng nặng nề bởi mưa lũ, Golden Gate đã nhanh chóng triển khai chương trình hỗ trợ khẩn cấp, trao tặng gạo và nhu yếu phẩm đến người dân vùng bị ảnh hưởng. Những chuyến xe đầy ắp 5 tấn gạo và 500 thùng nước tinh khiết không chỉ mang giá trị vật chất mà còn gửi gắm thông điệp nhân văn: trong khó khăn, chúng ta luôn có nhau. Cán bộ nhân viên Golden Gate trực tiếp tham gia đóng gói vận chuyển và trao tận tay bà con – biến tinh thần “tương thân tương ái” thành hành động cụ thể.



## Gieo mầm cho thế hệ tương lai

Song song với các hoạt động cứu trợ và môi trường, Golden Gate đẩy mạnh các chương trình kết nối giáo dục nghề nghiệp thông qua chuỗi sự kiện Career Talk tại nhiều trường cao đẳng, đại học trên toàn quốc. Thông qua việc chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn, định hướng nghề nghiệp và mở rộng cơ hội việc làm, Tập đoàn góp phần xây dựng lực lượng lao động trẻ có kỹ năng, đam mê và định hướng rõ ràng trong ngành F&B. Đây không chỉ là hoạt động tuyển dụng, mà là đóng góp dài hạn cho sự phát triển nguồn nhân lực của xã hội.



## Đóng góp cho nền kinh tế và cộng đồng doanh nghiệp Việt

Bên cạnh các hoạt động cộng đồng trực tiếp, Golden Gate tiếp tục khẳng định vai trò là doanh nghiệp tư nhân phát triển bền vững khi được ghi nhận trong Top 100 doanh nghiệp tư nhân nộp ngân sách lớn nhất Việt Nam trong nhiều năm liền. Việc tuân thủ pháp luật, minh bạch tài chính và đóng góp ổn định vào ngân sách quốc gia là một phần trong trách nhiệm xã hội ở cấp độ vĩ mô – nơi sự phát triển của doanh nghiệp song hành cùng sự phát triển của đất nước.



## Quý G-Nhân Ái

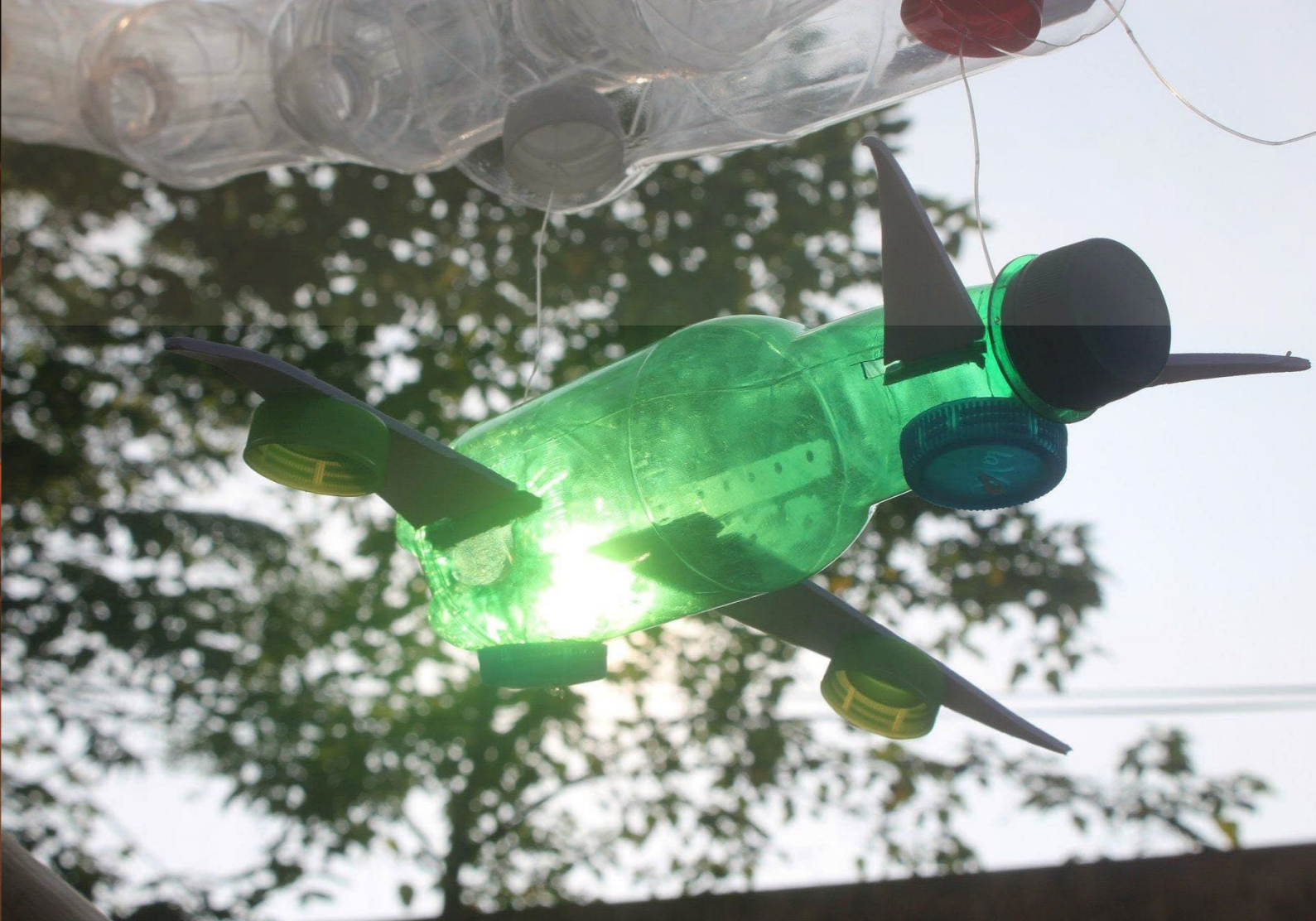
Quý G-Nhân Ái của Golden Gate Group được hình thành trong giai đoạn khó khăn nhất của đại dịch Covid-19, từ một mong muốn giản dị: không để bất kỳ thành viên nào phải đơn độc. Theo thời gian, quỹ đã trở thành biểu tượng của tinh thần tương thân tương ái, gắn kết các thành viên trong “Nhà G”.

Trong suốt quá trình hoạt động, quỹ G-Nhân Ái đã kịp thời hỗ trợ nhiều CBNV gặp hoàn cảnh khó khăn, tai nạn hoặc biến cố bất ngờ trong cuộc sống.

Riêng trong năm 2025, trước những thiệt hại do thiên tai và lũ lụt, quỹ đã tiếp tục phát huy vai trò của mình khi nhanh chóng hỗ trợ các CBNV bị ảnh hưởng, giúp họ vượt qua giai đoạn khó khăn và sớm ổn định cuộc sống.



# TÁC ĐỘNG LÊN MÔI TRƯỜNG



Công ty đã đầu tư thiết bị đạt tiêu chuẩn quốc gia về kỹ thuật và an toàn đối với môi trường. Tổng phát thải khí nhà kính (GHG) trực tiếp và gián tiếp (tấn CO<sub>2</sub>) năm 2025 đáp ứng yêu cầu an toàn, cụ thể như sau:

Chỉ số GHG/ GHG ratio	2025
Tổng phát thải trực tiếp	10.795
Khí LPG	3.030
Than đá	467
Than củi	3.341
Tổng phát thải gián tiếp	63.059
Điện	63.059

Trong năm 2025 Công ty tiếp tục duy trì các hoạt động nhằm sử dụng tiết kiệm năng lượng đã được triển khai từ các năm trước:

## Các giải pháp giảm lượng điện năng tiêu thụ:

- Tăng cường bảo trì bảo dưỡng trang thiết bị và thay thế các thiết bị cũ tiêu tốn nhiều điện năng;
- Tăng cường hoạt động kiểm tra đảm bảo nhà hàng tuân thủ việc sử dụng, bảo trì trang thiết bị.
- Các giải pháp giảm lượng than hoa cho nhà hàng nướng (Gogi, Sumo,...)
- Thực hiện kiểm tra vận hành về việc quay vòng tái sử dụng than hoa thừa sau khi khách kết thúc dùng bữa.

## Các giải pháp giảm lượng gas tiêu thụ:

- Công ty đã và đang chuyển đổi sang các thiết bị sử dụng điện để giảm dần sự phụ thuộc vào gas trong hoạt động nhà hàng;
- Tại một số trung tâm thương mại, việc sử dụng gas bị cấm theo quy định an toàn, yêu cầu các nhà hàng chuyển sang sử dụng thiết bị điện thay thế, thúc đẩy quá trình chuyển đổi và giảm tổng lượng gas tiêu thụ trong hệ thống.
- Tuy nhiên, trong quá trình triển khai, việc chuyển đổi sang các thiết bị điện làm nhu cầu điện năng tăng đáng kể, trong khi nhiều mặt bằng không đáp ứng được công suất điện yêu cầu. Vì vậy, Công ty quyết định áp dụng phương án kết hợp, sử dụng xen kẽ thiết bị điện và thiết bị gas tùy theo điều kiện thực tế của từng mặt bằng.



## Quản lý nguồn nguyên vật liệu

Trong năm 2025 Công ty tiếp tục triển khai các hoạt động tương tự ở năm 2024, Kế hoạch sử dụng nguyên vật liệu cho hoạt động sản xuất và đóng gói sản phẩm, dịch vụ được xây dựng dựa trên nhu cầu thực tế của hệ thống nhà hàng và định hướng phát triển xanh của doanh nghiệp. Việc sử dụng nguyên vật liệu được theo dõi thường xuyên nhằm tối ưu mức tiêu thụ và tăng dần tỷ lệ vật liệu thân thiện với môi trường. Cụ thể, lượng tiêu thụ trên hệ thống Golden Gate như sau:

Túi Nilon:  
**267 TẤN**

Thùng, hộp, khay nhựa:  
**99,6 TẤN**

Sản phẩm bằng giấy:  
**366,6 TẤN**

Trong giai đoạn 2023–2025, tổng lượng khách hàng phục vụ trên toàn hệ thống Golden Gate tăng trưởng đáng kể, từ 17,6 triệu lượt khách năm 2023 đạt 28,4 triệu lượt khách trong năm 2025. Sự gia tăng về quy mô hoạt động kéo theo nhu cầu sử dụng các vật tư tiêu hao phục vụ vận hành nhà hàng, bao gồm túi nilon, thùng/hộp/khay nhựa và các sản phẩm giấy.

Trước bối cảnh đó, Công ty đã tiến hành rà soát và đề xuất điều chỉnh danh mục vật tư tiêu hao, theo các định hướng chính:

Ưu tiên thay thế vật liệu nhựa bằng giấy hoặc các loại vật liệu có khả năng tái chế, phân hủy;



Ưu tiên thay thế các vật liệu nhựa bằng giấy hoặc các vật liệu có khả năng tái chế, phân hủy sinh học.



Tối ưu định mức sử dụng vật tư tiêu hao tại nhà hàng nhằm giảm lượng vật liệu sử dụng trên mỗi khách hàng; Hạn chế các vật liệu khó xử lý hoặc có nguy cơ làm tăng chi phí xử lý chất thải.

Bên cạnh các yếu tố khách quan từ xu hướng take-away, nhu cầu ngày càng cao về an toàn vệ sinh thực phẩm và trải nghiệm khách hàng cũng khiến các nhà hàng ưu tiên sử dụng các giải pháp đóng gói riêng cho từng phần ăn cũng là nguyên nhân khiến nhu cầu sử dụng vật liệu tiêu hao dùng một lần như hộp, túi, bao bì tăng đáng kể.

Năm 2025, Công ty tiếp tục tìm kiếm và áp dụng sản phẩm thân thiện môi trường cho vận hành nhà hàng. Báo cáo tỷ lệ phần trăm nguyên vật liệu được tái chế được sử dụng để sản xuất sản phẩm và dịch vụ chính của tổ chức.

Hiện tại, Golden Gate chưa sử dụng trực tiếp nguyên vật liệu tái chế trong quá trình sản xuất và cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, Công ty đang từng bước nghiên cứu và triển khai các giải pháp nhằm giảm thiểu lượng vật tư tiêu hao, đồng thời thúc đẩy việc sử dụng các vật liệu thân thiện với môi trường trong hoạt động vận hành. Bên cạnh đó, Golden Gate đã triển khai chương trình thu gom và tái chế dầu ăn đã qua sử dụng từ hệ thống nhà hàng thông qua hợp tác với đối tác chuyên môn. Lượng dầu thải sau khi thu gom được xử lý và chuyển đổi thành nhiên liệu sinh học (biofuel) phục vụ cho hoạt động vận tải.

## Tiêu thụ năng lượng

Năng lượng tiêu thụ trực tiếp năm 2025:

Khí LPG: **1.052 TẤN**      Than đá: **169 TẤN**      Than củi: **1.219 TẤN**      Dầu Diesel: **1.450.000 LÍT**

Năng lượng tiêu thụ gián tiếp năm 2025:

Điện  
**78.422 (1000 KWh)**

Năng lượng tiết kiệm được thông qua các sáng kiến sử dụng năng lượng hiệu quả

STT	Năng lượng	Mức Tăng/Giảm so với 2024 khi tính tổng lượng sử dụng	Mức Tăng/Giảm so với 2024 khi tính lượng sử dụng bình quân theo TC
1	Điện	17,6%	-15%
2	Khí LPG	7,7%	-23%
3	Than đá	-13,7%	-38%
4	Than củi	6,6%	5%
5	Dầu Diesel	-19,1%	-42%

Kết quả thực tế cho thấy việc sử dụng năng lượng trong hệ thống đã hiệu quả hơn.

## Tiêu thụ nước

Với mục tiêu an toàn và phát triển bền vững, Golden Gate sử dụng nguồn cung cấp nước sạch từ các Công ty sản xuất cung cấp nước của Thành phố đảm bảo tiêu chuẩn nước sinh hoạt theo quy định/tiêu chuẩn Quốc gia trong hoạt động sản xuất kinh doanh nhà hàng.

Tổng lượng nước sử dụng trong 2025

**1.199.754 m<sup>3</sup>**

Bình quân nước sử dụng (theo số lượng khách hàng)

**27% SO VỚI 2024**

Lượng giảm này trong năm 2024 chủ yếu đến từ việc thay đổi hành vi sử dụng của nhân viên nhà hàng trong quá trình sử dụng nước.

Năm 2025, Công ty tiếp tục thực hiện việc thu gom nước xám để tái sử dụng cho hoạt động dọn dẹp và vệ sinh, ước lượng khoảng 1 – 2% tổng lượng nước sử dụng.

# NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO & HỆ THỐNG QUẢN TRỊ NHÂN SỰ KHÁC BIỆT

Trong mô hình phát triển của Golden Gate, nguồn nhân lực không chỉ là một yếu tố hỗ trợ mà là trụ cột cốt lõi quyết định năng lực vận hành và khả năng mở rộng hệ thống.

Với hơn **560** NHÀ HÀNG trên **35** THƯƠNG HIỆU **23 TRIỆU** LƯỢT KHÁCH MỖI NĂM

Golden Gate tự hào sở hữu đội ngũ nhân sự tinh gọn, tay nghề cao, được đào tạo bài bản và gắn bó lâu dài. Chính nền tảng này tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững của Golden Gate trong ngành F&B.

## ĐỘI NGŨ TINH GỌN VÀ CHẤT LƯỢNG CHUYÊN MÔN SÂU

Tính đến ngày  
31/12/2025, Golden  
Gate sở hữu hơn

**15.000** NHÂN SỰ

Golden Gate triển khai mô hình quản trị phẳng với sự hỗ trợ của nền tảng công nghệ và hệ giá trị văn hóa thống nhất. Cấu trúc tổ chức tối giản giúp rút ngắn quy trình ra quyết định, tăng tính linh hoạt trong điều hành và trao quyền nhiều hơn cho đội ngũ quản lý tại điểm bán. Tỷ lệ cán bộ cấp Lãnh đạo và Quản lý chỉ chiếm 1,84% tổng nhân sự. Nhờ đó, Công ty nâng cao hiệu suất sử dụng nguồn lực, kiểm soát chi phí quản lý và duy trì sự ổn định vận hành ngay cả trong bối cảnh hệ thống tiếp tục mở rộng.

Tỷ lệ cán bộ  
nhân viên  
có thâm niên  
trên 3 năm

**23,2%** NGUỒN LỰC NHÂN SỰ so với năm 2024

Song song với cấu trúc tinh gọn, Golden Gate xây dựng đội ngũ nhân sự có chiều sâu chuyên môn và bề dày kinh nghiệm thực tiễn. Nhiều nhân sự quản lý của Công ty đã gắn bó từ khi còn làm sinh viên với công việc phục vụ bán thời gian và phát triển lên các vị trí lãnh đạo, với thời gian gắn bó là hàng chục năm, phản ánh mức độ gắn kết cao và lộ trình đào tạo rõ ràng. Tỷ lệ cán bộ nhân viên có thâm niên trên 3 năm chiếm 23,17% nhân sự. Việc được kinh qua các giai đoạn tăng trưởng và nhiều mô hình chuỗi giúp đội ngũ này sở hữu năng lực thích ứng linh hoạt, tư duy kiểm soát chi phí hiệu quả và khả năng xử lý tình huống thực tiễn – hình thành một lực lượng “thiện chiến” và sẵn sàng đảm nhiệm các nhiệm vụ mở rộng quy mô.

Trong đó, khoảng

**93%** NGUỒN LỰC tập trung tại các cơ sở vận hành

**7%** THUỘC KHỐI HỖ TRỢ

Cơ cấu này thể hiện định hướng nhất quán của Công ty trong việc tối ưu hóa bộ máy quản trị, tập trung nguồn lực trực tiếp cho hoạt động kinh doanh cốt lõi và hạn chế gia tăng chi phí gián tiếp.

## ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN - ĐẦU TƯ CHO NĂNG LỰC LỐI DÀI HẠN

Golden Gate xem đào tạo không phải là chi phí mà là khoản đầu tư chiến lược cho năng suất và tăng trưởng dài hạn. Mỗi một vị trí nhân sự đều có khung năng lực và lộ trình phát triển rõ ràng. Hệ thống đào tạo được thiết kế theo nhiều cấp độ: từ đào tạo tay nghề cơ bản, nâng cao, phát triển năng lực lãnh đạo và các chương trình đào tạo chuyên đề với sự tham gia của các chuyên gia đầu ngành, tạo điều kiện cho nhân sự trau dồi kiến thức và kỹ năng liên tục. Song song đó, các khóa đào tạo an toàn vệ sinh thực phẩm và an toàn lao động được tổ chức định kỳ nhằm đảm bảo tuân thủ tiêu chuẩn vận hành toàn hệ thống.

Lực lượng bếp tay nghề cao và nhân sự vận hành được đào tạo theo quy chuẩn thống nhất trên toàn hệ thống, thường xuyên tham gia các chương trình đánh giá tay nghề và chuẩn hóa kỹ năng. Hệ thống đào tạo bài bản giúp duy trì sự đồng nhất về chất lượng sản phẩm và dịch vụ, giảm thiểu rủi ro vận hành và hạn chế phụ thuộc vào yếu tố cá nhân.

Trọng tâm nổi bật là các chương trình phát triển lãnh đạo nguồn: RM100: Chương trình tuyển chọn và đào tạo 100 nhân viên vận hành tinh nhuệ; SEE20: Chương trình tuyển chọn và đào tạo 20 lãnh đạo tinh nhuệ cho vị trí quản lý kinh doanh.

Đặc biệt, chương trình Chuyển hóa Lãnh đạo tập trung thay đổi nền tảng tư duy và nhận thức của nhà quản lý, không chỉ trang bị kỹ năng điều hành mà tạo ra sự chuyển biến trong cách nhìn nhận vấn đề và hành động nhằm đạt kết quả đột phá.

Điểm mạnh của Golden Gate là ứng dụng công nghệ trong công tác đào tạo. Song song đó, dự án AI Mentor ứng dụng công nghệ để duy trì học tập liên tục trên quy mô lớn với 80% nhân sự sử dụng hàng ngày, nâng cao hiệu quả đào tạo và năng lực đội ngũ.

Tổng số khóa đào tạo trong năm:

**149** KHÓA

Tổng số lượng cá nhân tham gia các chương trình đào tạo:

**15.588** CÁ NHÂN



## TUYỂN DỤNG CHỦ ĐỘNG - ĐẢM BẢO NGUỒN LỰC TĂNG TRƯỞNG

Để duy trì tốc độ mở rộng, Golden Gate triển khai chiến lược tuyển dụng chủ động thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào thị trường lao động. Tập đoàn hợp tác với các trường Đại học, Cao đẳng hàng đầu trong ngành F&B, tạo cơ hội việc làm cho sinh viên và đồng thời xây dựng nguồn cung nhân lực ổn định, có định hướng nghề nghiệp rõ ràng.

Bên cạnh đó, nền tảng công nghệ Golden Stars – “chợ việc làm F&B” do Tập đoàn phát triển – giúp kết nối nhanh nguồn lao động thời vụ trong các giai đoạn cao điểm. Giải pháp này gia tăng tính linh hoạt vận hành, giảm rủi ro thiếu hụt nhân sự và tối ưu chi phí lao động (COL), yếu tố đặc biệt quan trọng trong ngành có tính mùa vụ cao.

Số trường Trung cấp/  
Cao đẳng/ Đại học  
hợp tác:

60 TRƯỜNG

Số sinh viên được tuyển  
dụng mỗi năm:

60.000 ỨNG VIÊN

Tỉ lệ đáp ứng nhu cầu  
nhân sự mùa cao điểm:

50-60%



## CHÍNH SÁCH NHÂN SỰ TOÀN DIỆN - NÂNG TẦNG GIỮ CHÂN NHÂN TÀI

Hệ thống chính sách nhân sự của Golden Gate được xây dựng theo hướng minh bạch, cạnh tranh và gắn với hiệu suất. Cơ chế thu nhập theo kết quả kinh doanh, chính sách thưởng, phụ cấp theo vị trí cùng chế độ bảo hiểm và chăm sóc nội bộ tạo nên nền tảng an sinh vững chắc cho người lao động.

Song song đó là các chính sách phát triển nghề nghiệp và cơ hội thăng tiến nội bộ đầy đủ. Điều này không chỉ giúp thu hút nhân sự mới mà còn giữ chân đội ngũ tay nghề cao, nhiều năm kinh nghiệm – yếu tố then chốt trong ngành dịch vụ nơi chất lượng con người quyết định trải nghiệm khách hàng.

Số lượng quản lý được bổ nhiệm  
từ nguồn nội bộ:

> 85%

(Riêng năm 2025: 4.384 cá nhân thăng tiến từ nội bộ)

## VĂN HÓA HIỆU SUẤT CAO - HỆ ĐIỀU HÀNH CỦA 15.000 CON NGƯỜI



BA GIÁ TRỊ CỐT LÕI

**Integrity (Trọng vẹn & Hoàn tất):** củng cố tinh thần trách nhiệm, đảm bảo tính minh bạch và kỷ luật trong quản trị.

Tận tâm với khách hàng duy trì lợi thế cạnh tranh về trải nghiệm dịch vụ.

Tư duy phát triển được triển khai xuyên suốt trong toàn hệ thống, đóng vai trò như “hệ điều hành” cho một tổ chức quy mô lớn. Tư duy phát triển thúc đẩy cải tiến liên tục và khả năng thích ứng trong bối cảnh thị trường biến động.



Văn hóa này giúp đồng bộ hành vi và tiêu chuẩn làm việc của hàng chục nghìn nhân sự, tạo nên một hệ thống vận hành thống nhất, giảm thiểu sai lệch và nâng cao năng suất.

Golden Gate đồng thời xây dựng môi trường làm việc tích cực và nhân văn thông qua các chương trình ghi nhận, hoạt động thi đua tay nghề và hệ thống truyền thông đa kênh. Những yếu tố này góp phần củng cố sự gắn kết, tăng động lực làm việc và duy trì sự ổn định của đội ngũ.

Sự kết hợp giữa quy mô lớn, tay nghề cao, văn hóa hiệu suất, hệ thống đào tạo bài bản và chính sách nhân sự toàn diện đã tạo nên một hệ sinh thái nguồn nhân lực vững mạnh cho Golden Gate. Đây chính là nền tảng cho khả năng vận hành hệ thống quy mô lớn, mở rộng đa thương hiệu và duy trì chất lượng đồng nhất trên toàn quốc.

Trong bối cảnh thị trường F&B cạnh tranh cao và biến động nhanh, lợi thế về nguồn nhân lực là yếu tố khó sao chép và mang tính bền vững nhất. Golden Gate tin rằng, đầu tư vào con người chính là đầu tư cho tăng trưởng dài hạn và giá trị lâu dài dành cho cổ đông, khách hàng và toàn bộ hệ sinh thái mà Tập đoàn phục vụ.



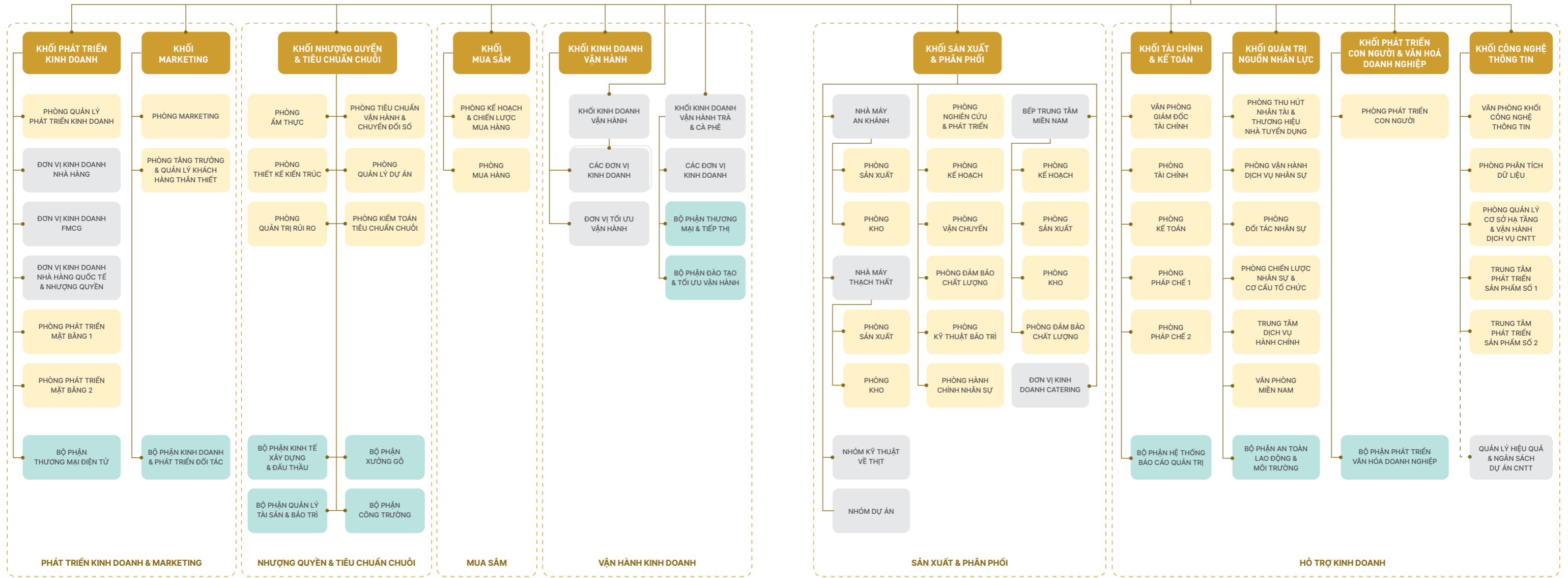
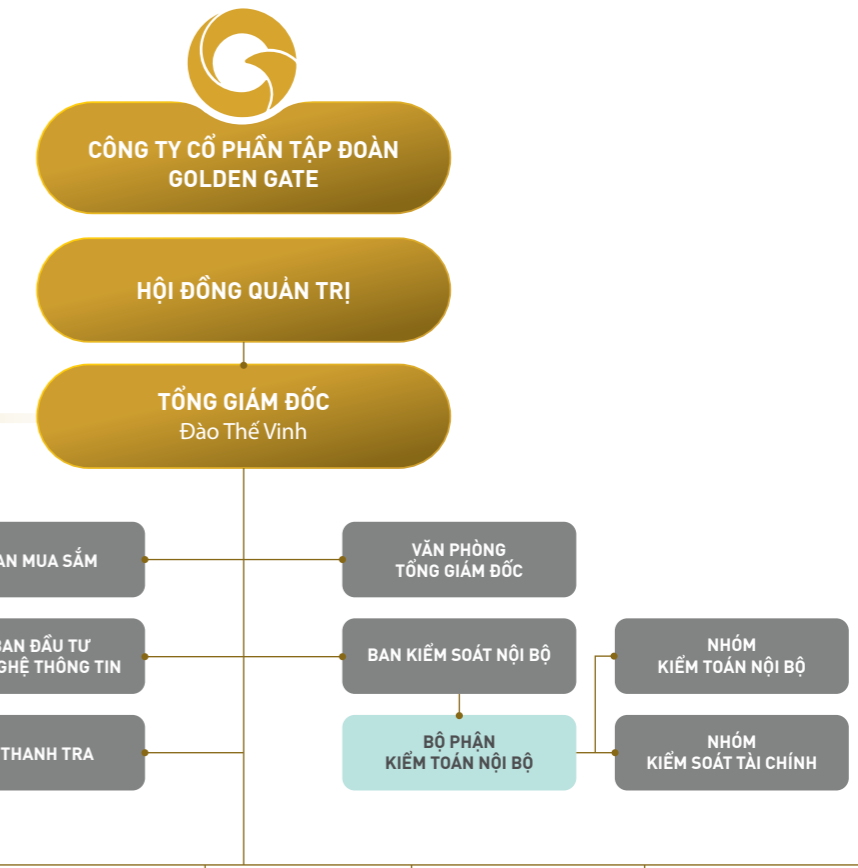
# 05

## QUẢN TRỊ CÔNG TY VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

01	Mô hình quản trị công ty	66
02	Đánh giá của Hội đồng quản trị	68
03	Các kế hoạch, định hướng của Hội đồng quản trị	69
04	Cơ cấu Hội đồng quản trị và hoạt động quản trị công ty	70
05	Các giao dịch, thù lao và các khoản lợi ích của Hội đồng quản trị, Ban giám đốc	78

# MÔ HÌNH QUẢN TRỊ CÔNG TY

Golden Gate hoạt động theo mô hình: Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát và Tổng Giám đốc.



# ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

## ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY

Trong năm 2025, chiến lược của tập đoàn đã dịch chuyển từ mở rộng quy mô sang tối ưu hiệu quả từng điểm bán. Do đó, dù không đạt được kế hoạch kinh doanh đề ra trong Đại hội đồng cổ đông về mặt doanh thu, Công ty ghi nhận lợi nhuận sau thuế đạt 214 tỷ đồng, vượt 5% so với kế hoạch đã đề ra. Bước sang năm 2026, Hội đồng Quản trị (HĐQT) xác định trọng tâm của Công ty là củng cố nền tảng cho chu kỳ tăng trưởng tiếp theo, với định hướng tăng trưởng có chọn lọc, kỷ luật và bền vững. Công ty sẽ tiếp tục nâng cao năng lực vận hành chuỗi, đẩy mạnh chuẩn hóa hệ thống, khai thác hiệu quả các nền tảng chuyển đổi số và hoàn thiện năng lực sản xuất nhằm tăng tính chủ động trong chuỗi cung ứng. Song song với đó, Công ty tập trung đầu tư nâng cao trải nghiệm khách hàng, phát triển đội ngũ và làm rõ vai trò chiến lược của từng thương hiệu trong hệ sinh thái, hướng tới mục tiêu tăng trưởng ổn định và tạo giá trị dài hạn cho Cổ đông.

## ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA BAN GIÁM ĐỐC CÔNG TY

Năm 2025, ban lãnh đạo Công ty đã hoàn thành những bước tiến đáng kể để đạt được mục tiêu dài hạn. Nhìn nhận về cơ bản, kết quả này thể hiện Ban Giám đốc điều hành Công ty đã thực hiện đúng trách nhiệm và quyền hạn của mình trong quản trị Công ty theo điều lệ. Hội đồng Quản trị đánh giá cao sự tận tâm và nỗ lực của Ban Giám đốc Công ty, Tổng Giám đốc đã cùng với các Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc điều hành và Trưởng các bộ phận, các cán bộ quản lý khác luôn dành hết tâm huyết cho việc lập kế hoạch và triển khai, điều hành hoạt động kinh doanh nhằm đưa Công ty lên tầm cao mới.

Hội đồng quản trị cũng đánh giá trong năm 2025, mặc dù Công ty gặp nhiều thách thức trong hoạt động kinh doanh, Công ty vẫn hoàn thành nghĩa vụ với môi trường và xã hội.



# CÁC KẾ HOẠCH, ĐỊNH HƯỚNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng quản trị hoạt động với mục đích định hướng chiến lược cho Công ty để đem lại lợi ích cao nhất cho cổ đông. Trong năm 2026, định hướng của Hội đồng quản trị như sau:



Chủ động theo sát tình hình biến động của môi trường kinh doanh và các đối thủ, hỗ trợ tối đa và đưa ra các định hướng phù hợp để Công ty luôn hoàn thành tốt kế hoạch kinh doanh. Theo đó, mục tiêu hàng đầu trong năm 2026 là mở rộng có kỷ luật, đồng thời tiếp tục nâng cao và tối ưu hiệu quả hoạt động tại các lĩnh vực cốt lõi là kinh doanh nhà hàng, tập trung gia tăng trải nghiệm khách hàng, và tiếp tục mở rộng kinh doanh ở những địa bàn mới.



Về mặt quản trị doanh nghiệp, tiếp tục kiện toàn hệ thống quy chế quản lý nội bộ với phương châm “vận hành tinh gọn và xuất sắc”, triển khai thực hiện nhất quán tại các phòng ban và nhà hàng; và xây dựng văn hoá doanh nghiệp, tạo môi trường làm việc thuận lợi, phát huy tính chủ động, sáng tạo, linh hoạt và tinh thần trách nhiệm của mỗi cán bộ công nhân viên.



Ngoài ra, Hội đồng quản trị cũng yêu cầu ban lãnh đạo rà soát, đưa ra kế hoạch cụ thể và quyết liệt triển khai để cải thiện kết quả kinh doanh của các nhà hàng có kết quả kinh doanh yếu kém.



Tiếp tục tổ chức các phiên họp định kỳ và bất thường phù hợp với quy định của pháp luật hiện hành, Điều lệ và các quy chế quản trị Công ty.



Đề ra những mục tiêu phát triển bền vững, theo dõi, giám sát, hỗ trợ tiểu ban ESG trong việc triển khai thực hiện để đạt được các mục tiêu này.



# CƠ CẤU HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VÀ HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ CÔNG TY

## THÀNH VIÊN VÀ CƠ CẤU CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ NĂM 2025 (tính đến 31/12/2025)

STT	Danh sách HĐQT	Chức danh
01	Ông Trần Việt Trung	Chủ tịch Hội Đồng Quản Trị
02	Ông Đào Thế Vinh	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
03	Ông Nguyễn Xuân Tường	Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc
04	Ông Nguyễn Anh Vũ	Thành viên HĐQT
05	Ông Dickson Loo Tit Choon	Thành viên HĐQT



Ông  
**TRẦN VIỆT TRUNG**

Chủ tịch HĐQT

Tỷ lệ sở hữu cổ phần có quyền biểu quyết (thời điểm 31/12/2025): 4,98%  
Các chứng khoán khác do Công ty phát hành: Không có

Ông Trần Việt Trung là chuyên gia, lãnh đạo kinh doanh trong ngành F&B với hơn 20 năm kinh nghiệm. Trước khi thành lập Golden Gate Group, ông từng giữ các vị trí quan trọng trong các doanh nghiệp tại Nga.

**Trình độ học vấn:** Cử nhân kinh tế, chuyên ngành Kinh tế đối ngoại Đại học Ngoại thương



Ông  
**ĐÀO THẾ VINH**

Thành viên HĐQT

Tỷ lệ sở hữu cổ phần có quyền biểu quyết (thời điểm 31/12/2025): 5,93%  
Các chứng khoán khác do Công ty phát hành: Không có

Với hơn 20 năm trực tiếp dẫn dắt và phát triển Golden Gate, ông Đào Thế Vinh là người hoạch định chiến lược kinh doanh đồng thời trực tiếp điều hành vận hành của Tập đoàn. Dưới sự lãnh đạo của ông, Golden Gate đã xây dựng và mở rộng hệ thống đa thương hiệu, chuẩn hóa vận hành, nâng cao hiệu quả quản trị và tạo nền tảng vững chắc cho tăng trưởng bền vững.

**Trình độ học vấn:** Cử nhân Kỹ sư Khí tượng, Đại học Quốc gia Khí tượng thủy văn (CHLB Nga)



Ông  
**NGUYỄN XUÂN TƯỜNG**

Thành viên HĐQT

Tỷ lệ sở hữu cổ phần có quyền biểu quyết (thời điểm 31/12/2025): 5,77%  
Các chứng khoán khác do Công ty phát hành: Không có

Ông Nguyễn Xuân Tường là đồng sáng lập Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate và là chuyên gia trong kinh doanh vận hành với hơn 20 năm kinh nghiệm trong ngành.

**Trình độ học vấn:** Cử nhân, Đại học Bách Khoa Hà Nội và Đại học Ngoại Thương Hà Nội



Ông  
**NGUYỄN ANH VŨ**  
Thành viên HĐQT

Tỷ lệ sở hữu cổ phần có quyền biểu quyết (thời điểm 31/12/2025): 0%  
Các chứng khoán khác do Công ty phát hành: Không có  
Chức danh quản lý nắm giữ tại các Công ty khác: Không có

Ông Nguyễn Anh Vũ là chuyên gia trong lĩnh vực đầu tư tài chính với nhiều năm kinh nghiệm tại các tập đoàn đa quốc gia. Trước đây, ông từng giữ các vị trí quan trọng tại các công ty đầu tư như Praxis Partners, AB Bernstein, Nomura, KPMG

**Trình độ học vấn:** Thạc sĩ Tài chính, Đại học Cambridge



Ông  
**DICKSON LOO TIT CHOON**  
Thành viên HĐQT

Tỷ lệ sở hữu cổ phần có quyền biểu quyết (thời điểm 31/12/2025): 0%  
Các chứng khoán khác do Công ty phát hành: Không có  
Chức danh quản lý nắm giữ tại các Công ty khác: Không có

Ông Dickson Loo Tit Choon có hơn 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực đầu tư, tài chính, tái cấu trúc doanh nghiệp tại các tập đoàn đa quốc gia. Ông đã từng giữ nhiều vị trí quản lý tại các công ty tài chính ở Anh Quốc.

**Trình độ học vấn:** Thạc sĩ Kỹ thuật Hàng không Vũ trụ, Đại học Imperial College London

## CHỨC DANH QUẢN LÝ NẮM GIỮ TẠI CÁC CÔNG TY KHÁC

### Chức danh quản lý nắm giữ tại các công ty khác

Ông **Trần Việt Trung**



- Thành viên HĐQT Công ty TNHH Bất động sản Bạch Dương
- Thành viên HĐQT Công ty Cổ phần phát triển sản xuất và thương mại Hoàng Ân
- Tổng Giám đốc, Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Golden Gate Partners
- Giám đốc Công ty TNHH TVT Trading Brand
- Chủ tịch, Tổng Giám đốc Công ty TNHH Thực phẩm Golden Gate
- Chủ tịch, Giám đốc Công ty TNHH Xây dựng Golden Gate
- Chủ tịch, Tổng Giám đốc Công ty TNHH Gather Village
- Chủ tịch Công ty TNHH Golden Gate Franchise
- Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty TNHH Tân Phong – Lại Yên
- Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Sumibi Việt Nam
- Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần The Concept House

Ông **Đào Thế Vinh**



- Tổng giám đốc Công ty TNHH Bất động sản Bạch Dương
- Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Thực phẩm W&E
- Chủ tịch Công ty, Công ty Cổ phần Two Kings Distribution
- Chủ tịch Công ty, Công ty TNHH Two Kings – Services
- Chủ tịch Công ty, Công ty TNHH Vostochnyi – Alyans Việt Nam
- Chủ tịch HĐQT, Giám Đốc Công ty Cổ phần Two Kings Invest
- Chủ tịch HĐQT, Công ty Cổ phần Golden Gate Partners
- Chủ tịch Công ty, Công ty TNHH Golden Gate Red Hots
- Giám đốc Công ty TNHH Golden Gate Franchise
- Chủ tịch Công ty kiêm Giám đốc Công ty TNHH Golden Gate International

Ông **Nguyễn Xuân Tường**



- Giám đốc Công ty Cổ phần Thực phẩm W & E
- Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Golden Gate Partners
- Thành viên HĐQT Công ty Cổ phần Two Kings Invest
- Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần The Concept House
- Chủ tịch, Giám đốc Công ty TNHH giải pháp nguồn nhân lực Golden Stars
- Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Golden Sakura
- Tổng Giám đốc Công ty TNHH Golden Gate Red Hots

Các thành viên HĐQT và Ban Giám Đốc tham gia đầy đủ các hội thảo, chương trình đào tạo về quản trị Công ty

## CÁC TIỂU BAN THUỘC HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Tiểu ban Phát triển Bền Vững thuộc Hội đồng quản trị Công ty được thành lập vào năm 2022 và được cập nhật trong năm 2025. Tiểu ban vẫn thực hiện họp thường trực hàng quý để triển khai các kế hoạch và thực hiện các công việc liên quan đến Phát triển bền vững.

## HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị Công ty thực hiện quy chế họp định kỳ và đột xuất, trong năm 2024 đã tổ chức được 17 phiên họp/ đợt lấy ý kiến bằng văn bản để thảo luận và triển khai nhiệm vụ do Đại Hội Đồng Cổ đông giao, đảm bảo thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn đúng điều lệ và quy định pháp luật, trong đó bao gồm:



Triển khai và giao cho Ban Giám đốc Công ty thực hiện việc mở mới nhà hàng, vận hành nhà hàng theo như kế hoạch năm 2025 phù hợp thời điểm và tiến độ



Chỉ đạo kịp thời hoạt động sản xuất sản xuất kinh doanh năm 2025, phù hợp với những biến động môi trường và thị trường, kinh doanh đạt hiệu quả



Việc giám sát của HĐQT với Ban Giám đốc cũng được thực hiện qua Báo cáo hoạt động của Tổng Giám đốc gửi các thành viên HĐQT hàng quý



### Các Nghị quyết của Hội đồng Quản trị năm 2025:

STT	Số Nghị quyết/ Quyết định	Ngày	Nội dung	Tỷ lệ thông qua
1	01/2025/NQ-HĐQT	24/03/2025	Phê duyệt việc tăng vốn điều lệ của công ty con thông qua việc Golden Gate góp thêm vốn	100%
2	03/2025/NQ-HĐQT	10/6/2025	Phê duyệt việc điều chỉnh phương án vay vốn của Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate ("GGG") với ngân hàng	100%
3	04/2025/NQ-HĐQT	27/03/2025	Phê duyệt việc miễn nhiệm ông Hà Thúc Tú thôi giữ chức vụ người đứng đầu 13 chi nhánh của Công ty và bổ nhiệm ông Đào Thế Vinh thay thế	100%
4	05/2025/NQ-HĐQT	7/5/2025	Phê duyệt việc gia hạn thời gian tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên ("ĐHĐCĐ thường niên") năm 2025	100%
5	06/2025/NQ-HĐQT	27/05/2025	Phê duyệt tăng vốn điều lệ của công ty con thông qua việc Golden Gate góp thêm vốn	100%
6	07-1/2025/NQ-HĐQT	4/6/2025	Phê duyệt nội dung bản Kế hoạch kinh doanh năm 2025 cho mục đích trình ĐHĐCĐ phê duyệt tại cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên	100%
7	07-2/2025/NQ-HĐQT	26/05/2025	Phê duyệt thay đổi thời gian rút vốn với khoản vay ngân hàng	100%
8	07-3/2025/NQ-HĐQT	4/6/2025	Phê duyệt kế hoạch đầu tư năm 2025  Phê duyệt tăng vốn điều lệ của công ty con thông qua việc Golden Gate góp thêm vốn	100%
9	07-4/2025/NQ-HĐQT 4/6/2025		Phê duyệt phương án giảm vốn tại Công ty TNHH Tân Phong - Lại Yên ("TPLY")  Phê duyệt chủ trương thoái vốn tại Công ty TNHH Tân Phong - Lại Yên ("TPLY")	100%

STT	Số Nghị quyết/ Quyết định	Ngày	Nội dung	Tỷ lệ thông qua
			Phê duyệt việc giao và ủy quyền cho ông Trần Việt Trung - Đại diện phần vốn góp của Công ty tại TPLY quyết định việc thay đổi địa chỉ trụ sở của TPLY theo nhu cầu thực tế của Công ty	
10	07-5/2025/NQ- HDQT	26/06/2025	Phê duyệt việc gia hạn và sửa đổi phương án vay vốn ngắn hạn của Công ty	100%
11	07-6/2025/NQ- HDQT	4/6/2025	Phê duyệt việc mua lại cổ phiếu ESOP	100%
12	08/2025/NQ- HDQT	9/6/2025	Phê duyệt tài liệu họp Đại hội đồng cổ đông thường niên 2025	100%
13	09-2/2025/NQ- HDQT	26/08/2025	Phê duyệt các giao dịch với bên liên quan	100%
14	09-3/2025/ NQ-HDQT	29/08/2025	Phê duyệt việc Golden Gate phát hành thư bảo lãnh cho công ty con	100%
15	10/2025/NQ- HDQT	7/8/2025	Phê duyệt điều chỉnh phương án vay vốn trung hạn của Golden Gate	100%
16	10-2/2025/NQ- HDQT	15/09/2025	Phê duyệt phương án vay vốn ngân hàng và thực hiện các biện pháp bảo đảm cho khoản vay của Golden Gate	100%
17	11/2025/NQ- HDQT	26/09/2025	Phê duyệt việc góp thêm vốn vào Công ty TNHH Golden Gate Red Hots  Phê duyệt việc giải thể Công ty TNHH Gather Village	100%

STT	Số Nghị quyết/ Quyết định	Ngày	Nội dung	Tỷ lệ thông qua
18	12/2025/NQ- HDQT	11/9/2025	Phê duyệt giao dịch với bên liên quan giữa Golden Gate và công ty con	100%
19	13/2025/NQ- HDQT	13/10/2025	Phê duyệt việc điều chỉnh phương án vay vốn của Golden Gate với ngân hàng	100%
20	14/2025/NQ- HDQT	21/10/2025	Phê duyệt việc điều chỉnh phương án vay vốn của Golden Gate với ngân hàng	100%
21	15-2/2025/NQ- HDQT	24/11/2025	Phê duyệt phương án và triển khai phương án phát hành trước một phần cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động ("Cổ phiếu ESOP")  Thông qua phương án đảm bảo việc phát hành Cổ phiếu ESOP đáp ứng quy định về tỷ lệ sở hữu nước ngoài	100%
22	15-3/2025/NQ- HDQT	24/11/2025	Phê duyệt phương án vay vốn của Golden Gate với ngân hàng	100%
23	16/2025/NQ- HDQT	11/12/2025	Phê duyệt việc điều chỉnh hình thức góp thêm vốn vào Công ty TNHH Golden Gate Red Hots	100%
24	17-1/2025/NQ- HDQT	29/12/2025	Phê duyệt phương án vay vốn trung hạn của Golden Gate với ngân hàng	100%
25	17-2/2025/NQ- HDQT	29/12/2025	Phê duyệt phương án vay vốn trung hạn của Golden Gate với ngân hàng	100%
26	17-3/2025/NQ- HDQT	29/12/2025	Phê duyệt phương án vay vốn trung hạn của Golden Gate với ngân hàng	100%



# CÁC GIAO DỊCH, THÙ LAO VÀ CÁC KHOẢN LỢI ÍCH CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, BAN GIÁM ĐỐC

## LƯƠNG, THƯỞNG, THÙ LAO, CÁC KHOẢN LỢI ÍCH

Thu nhập của các thành viên Hội đồng Quản trị (“HDQT”) và Ban Tổng Giám đốc:

Tên	Chức vụ	Mức thù lao trong năm (VNĐ)
Ông Trần Việt Trung	Chủ tịch HDQT	0
Ông Đào Thế Vinh	Thành viên HDQT kiêm TGD	3,899,187,193
Ông Nguyễn Xuân Tường	Thành viên HDQT kiêm Phó TGD	0

## GIAO DỊCH CỔ PHIẾU CỦA NGƯỜI NỘI BỘ

STT	Người thực hiện giao dịch	Quan hệ với người nội bộ	Số cổ phiếu sở hữu đầu kỳ		Số cổ phiếu sở hữu cuối kỳ		Lý do tăng, giảm (mua, bán, chuyển đổi, thưởng...)
			Số cổ phiếu	Tỷ lệ	Số cổ phiếu	Tỷ lệ	
1	Đào Thế Vinh	Là người nội bộ - Tổng giám đốc	440.009	5,65%	461.884	5,93%	Nhận chuyển nhượng
2	Trần Việt Trung	Là người nội bộ - Chủ tịch HDQT	387.331	4,97%	388.223	4,98%	Nhận chuyển nhượng
3	Nguyễn Thị Thắng	Là người nội bộ - Vợ Chủ tịch HDQT	250.000	3,21%	258.227	3,31%	Nhận chuyển nhượng
4	Nguyễn Xuân Tường	Là người nội bộ - Phó Tổng Giám đốc	849.629	10,90%	449.629	5,77%	Chuyển nhượng cổ phiếu
5	Bùi Thị Hồng Hạnh	Là người nội bộ - Vợ Phó Tổng Giám đốc	0	0%	400.000	5,13%	Nhận chuyển nhượng
6	Lê Quốc Tuấn	Là người nội bộ - Người được ủy quyền công bố thông tin	981	0,01%	681	0,01%	Chuyển nhượng cổ phiếu
7	Hoàng Thu Hương	Là người nội bộ - Người phụ trách quản trị công ty	521	0,01%	324	0,00%	Chuyển nhượng cổ phiếu

## HỢP ĐỒNG HOẶC GIAO DỊCH VỚI NGƯỜI NỘI BỘ

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ liên quan với công ty	Số Giấy NSH*, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ trụ sở chính/ Địa chỉ liên hệ	Thời điểm giao dịch với công ty	Số Nghị quyết/Quyết định của ĐHĐCĐ/HĐQT thông qua	Nội dung, số lượng, tổng giá trị giao dịch
1	Công ty TNHH Golden Gate Franchise	Công ty con	0107647840 cấp ngày 25/11/2016 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Số 60, phố Giang Văn Minh, Phường Ba Đình, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT	Doanh thu bán hàng: 1.305.903.369 VNĐ Lợi nhuận được chia từ hợp tác kinh doanh: 4.891.848.000 VNĐ Doanh thu cung cấp dịch vụ: 2.289.605.053 VNĐ Thu nhập từ thanh lý tài sản: 10.607.795 VNĐ Mua tài sản: 22.044.445 VNĐ
2	CTCP The Concept House	Công ty con	0107729860 cấp ngày 21/02/2017 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Tầng 6, tòa nhà Toyota, số 315 Trường Chinh, Phường Phương Liệt Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 12-4/2022/NQ-HĐQT	Chia lợi nhuận hợp tác kinh doanh: 1.160.250.000 VNĐ
3	Công ty TNHH giải pháp nguồn nhân lực Golden Stars	Công ty con	0107608351 cấp ngày 24/10/2016 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Lô 38H Khu Công nghiệp Quang Minh, xã Quang Minh, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 12-4/2022/NQ-HĐQT	Chia lợi nhuận hợp tác kinh doanh: 906.150.000 VNĐ
4	Công ty TNHH Thực phẩm Golden Gate	Công ty con	2500233937 cấp ngày 29/10/2004 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Tầng 6, tòa nhà Toyota, số 315 Trường Chinh, Phường Phương Liệt, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT  Nghị quyết số 03-2/2024/NQ-HĐQT  Nghị quyết số 16-5/2024/NQ-HĐQT	Doanh thu bán hàng: 496.030.771.315 VNĐ Doanh thu cung cấp dịch vụ: 3.600.000.000 VNĐ Mua hàng hóa: 572.643.503.714 VNĐ Mua dịch vụ: 48.549.824.332 VNĐ Thu nhập từ thanh lý tài sản: 490.561.827 VNĐ  Góp vốn bằng tiền: 33.000.000.000 VNĐ  Cho vay: 91.700.000.000 VNĐ Lãi cho vay: 1.216.208.220 VNĐ Thu hồi gốc và lãi cho vay: 92.916.208.220 VNĐ
5	Công ty TNHH Gather Village	Công ty con	0110630131 cấp ngày 23/02/2024 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Số 32 Ngõ 12, phố Đặng Thai Mai, Phường Tây Hồ, Hà Nội	2025	Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT	Doanh thu bán hàng: 1.619.657.138 VNĐ Doanh thu cung cấp dịch vụ: 210.956.200 VNĐ Mua tài sản: 272.185.356 VNĐ
6	Công ty Cổ phần Sumibi Việt Nam	Công ty con	0110542767 cấp ngày 15/11/2023 bởi phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Số 551 phố Kim Mã, phường Giảng Võ, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT	Doanh thu bán hàng: 9.467.105.318 VNĐ Doanh thu cung cấp dịch vụ: 2.894.544.501 VNĐ Mua hàng hóa: 1.275.842.173 VNĐ Thu nhập từ thanh lý tài sản: 782.380.552 VNĐ Lợi nhuận được chia từ hợp tác kinh doanh: 1.199.744.000 VNĐ Mua tài sản: 42.315.752 VNĐ

## HỢP ĐỒNG HOẶC GIAO DỊCH VỚI NGƯỜI NỘI BỘ (tiếp theo)

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ liên quan với công ty	Số Giấy NSH*, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ trụ sở chính/ Địa chỉ liên hệ	Thời điểm giao dịch với công ty	Số Nghị quyết/Quyết định của ĐHĐCĐ/HĐQT thông qua	Nội dung, số lượng, tổng giá trị giao dịch
7	Công ty TNHH Cổng Vàng Vinh	Công ty liên kết	2901721473 cấp ngày 20/05/2014 bởi Phòng ĐKKD Sở KHĐT Tỉnh Nghệ An	Số 45, đường Quang Trung, Phường Thành Vinh, Nghệ An	2025	Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT	Doanh thu bán hàng: 13.709.998.771 VNĐ Thu nhập từ phí nhượng quyền: 1.780.846.324 VNĐ
8	Công ty TNHH Golden Gate Red Hots	Công ty con	0314212735 cấp ngày 20/01/2017 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP HCM	Tầng 7 TTTM Gigamall, Số 240-242 Phạm Văn Đồng, Phường Hiệp Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 10-3/2023/NQ-HĐQT Nghị quyết số 16/2025/NQ-HĐQT	Cho mượn mặt bằng: 0 VNĐ Góp vốn bằng tiền: 1.571.057.640 VNĐ
9	Công ty TNHH Golden Gate International	Công ty con	0110823937 cấp ngày 27/08/2024 bởi phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Tầng 6, tòa nhà Toyota, số 315 Trường Chinh, Phường Phương Liệt, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 11-1/2024/NQ-HĐQT	Góp vốn bằng tiền: 14.200.000.000 VNĐ
10	Công ty CP Thương mại Dịch vụ Trà Cà Phê VN	Công ty con	0312867172 cấp ngày 23/07/2014 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP HCM	86-88 Cao Thắng, Phường Bàn Cờ, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 18/2024/NQ-HĐQT Nghị quyết số 19/2024/NQ-HĐQT Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT Nghị quyết số 07-3/2025/NQ-HĐQT Nghị quyết số 06/2025/NQ-HĐQT	Cho vay: 32.542.360.946 VNĐ Lãi cho vay: 1.734.851.017 VNĐ Doanh thu bán hàng: 21.642.593.857 VNĐ Thu nhập từ thanh lý tài sản: 3.606.130.790 VNĐ Mua hàng hóa: 522.951.673 VNĐ Doanh thu cung cấp dịch vụ: 862.546.501 VNĐ Mua tài sản: 49.351.823 VNĐ Góp vốn: 50.641.420.000 VNĐ
11	Công ty TNHH Xây dựng Golden Gate	Công ty con	0110688621 cấp ngày 16/04/2024 bởi phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Tầng 6, tòa nhà Toyota, số 315 Trường Chinh, Phường Phương Liệt, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	2025	Nghị quyết số 16-1/2023/NQ-HĐQT	Mua dịch vụ: 811.322.942 VNĐ
13	CTCP Thế giới di động	Ông Đào Thế Vinh là Thành viên HĐQT (đến ngày 27/4/2025)	0303217354 cấp ngày 05/04/2004 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	128 Trần Quang Khải, Phường Tân Định, Quận 1, TP Hồ Chí Minh.	2025	Hợp đồng dịch vụ	Mua dịch vụ: 1.384.718.500 VNĐ
14	CTCP Thực phẩm W&E	Ông Nguyễn Xuân Tường là Chủ tịch HĐQT	0107343546 cấp ngày 04/03/2016 bởi Phòng ĐKKD – Sở KHĐT TP Hà Nội	Số 105A nhà F6 Khu tập thể Xà Phòng, Đường Nguyễn Trãi, Phường Khương Đình, Hà Nội.	2025	Hợp đồng mua bán	Mua hàng hóa: 312.667.556 VNĐ

Việc thực hiện các quy định: Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate đã thực hiện đầy đủ nghiêm túc công tác quản trị Công ty theo các quy định của pháp luật.



# 06

## BÁO CÁO TÀI CHÍNH & THÔNG TIN CHUNG

01	Các công ty con và công ty liên kết	86
02	Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu	87
03	Báo cáo tài chính hợp nhất	88

## CÁC CÔNG TY CON VÀ CÔNG TY LIÊN KẾT

STT	Tên Công ty	Quan hệ	Tỷ lệ sở hữu(%) tại 31/12/2025	Vốn điều lệ thực góp (VNĐ)	Hoạt động chính
1	Công ty cổ phần Golden Sakura	Công ty con	100	5.979.740.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
2	Công ty TNHH Golden Gate Franchise	Công ty con	100	10.000.000.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
3	Công ty cổ phần The Concept House	Công ty con	78,84	9.500.000.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
4	Công ty TNHH Giải pháp Nguồn Nhân lực Golden Stars (*)	Công ty con	100	1.000.000.000	Hoạt động nhà hàng, dịch vụ ăn uống và tư vấn việc làm
5	Công ty TNHH Thực phẩm Golden Gate (trước đây là Công ty TNHH Đầu tư Tây Hồ - Vĩnh Phúc)	Công ty con	100	231.567.347.119	Cho thuê kho nhà xưởng và sản xuất hàng hóa
6	Công ty TNHH Golden Gate Red Hots	Công ty con	100	11.571.057.640	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
7	Công ty Cổ phần Sumibi Việt Nam	Công ty con	79,9	12.700.000.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
8	Công ty TNHH Gather Village	Công ty con	100	3.000.000.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
9	Công ty TNHH Xây dựng Golden Gate	Công ty con	100	3.000.000.000	Thiết kế và xây dựng nhà hàng
10	Công ty TNHH Golden Gate International	Công ty con	100	15.200.000.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
11	Hello Vietnam Limited (*)	Công ty con	70%	4.118.419.723	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
12	Công ty TNHH Đầu tư Tây Hồ - Vĩnh Phúc	Công ty con	100%	14.760.000.000	Sản xuất hàng hóa
13	Công ty Cổ phần TM DV Trà Cà Phê VN	Công ty con	99,98%	459.125.940.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống
14	Công ty TNHH Cổng Vàng Vinh	Công ty liên kết	36%	20.000.000.000	Hoạt động nhà hàng và dịch vụ ăn uống

(\*) Công ty sở hữu gián tiếp các công ty con và công ty liên kết này thông qua công ty con khác

## CƠ CẤU CỔ ĐÔNG, THAY ĐỔI VỐN ĐẦU TƯ CỦA CHỦ SỞ HỮU

### CỔ PHẦN

Tổng số cổ phần:

**7.793.314** CỔ PHẦN PHỔ THÔNG

Trong đó,  
Tổng số cổ phần đang lưu hành:

**7.782.857** CỔ PHẦN

Số cổ phiếu quỹ:

**10.457** CỔ PHẦN

Số cổ phần chuyển nhượng tự do: **5.446.011** cổ phần  
Số cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: **2.347.303** cổ phần

### CƠ CẤU CỔ ĐÔNG

STT	Tên cổ đông	SLCP	Mệnh giá (VNĐ)	Tỷ lệ (%)	SL cổ đông
1	Cổ đông lớn	6.355.910	63.559.100.000	81,56%	7
2	Cổ đông nhỏ	1.426.947	14.269.470.000	18,31%	321
3	Cổ phiếu quỹ	10.457	104.570.000	0,13%	1
	<b>Tổng</b>	<b>7.793.314</b>	<b>77.933.140.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>329</b>
1	Cổ đông Nhà nước	0	0	0,00%	0
2	Cổ đông khác	7.782.857	77.828.570.000	99,87%	328
3	Cổ phiếu quỹ	10.457	104.570.000	0,13%	1
	<b>Tổng</b>	<b>7.793.314</b>	<b>77.933.140.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>329</b>
1	Cổ đông trong nước	4.664.815	46.648.150.000	59,86%	321
2	Cổ đông nước ngoài	3.118.042	31.180.420.000	40,01%	7
3	Cổ phiếu quỹ	10.457	104.570.000	0,13%	1
	<b>Tổng</b>	<b>7.793.314</b>	<b>77.933.140.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>329</b>
1	Cổ đông tổ chức	5.430.536	54.305.360.000	69,68%	6
2	Cổ đông cá nhân	2.352.321	23.523.210.000	30,18%	322
3	Cổ phiếu quỹ	10.457	104.570.000	0,13%	1
	<b>Tổng</b>	<b>7.793.314</b>	<b>77.933.140.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>329</b>

# BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

## CÔNG TY

Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập theo Luật Doanh nghiệp của Việt Nam theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh số 0102721191 do Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hà Nội cấp lần đầu ngày 9 tháng 4 năm 2008 và các Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp sửa đổi, với lần sửa đổi gần nhất là lần thứ 74 được cấp ngày 6 tháng 8 năm 2025.

Hoạt động chính trong năm hiện tại của Công ty là đầu tư và vận hành chuỗi nhà hàng cung cấp dịch vụ ăn uống.

Công ty có trụ sở chính tại số 60, phố Giang Văn Minh, phường Ba Đình, thành phố Hà Nội, Việt Nam.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, Công ty có 7 chi nhánh hạch toán phụ thuộc tại các tỉnh, thành phố.

## HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Các thành viên Hội đồng Quản trị trong năm và vào ngày lập báo cáo này như sau:

Ông Trần Việt Trung	Chủ tịch
Ông Đào Thế Vinh	Thành viên
Ông Nguyễn Xuân Tường	Thành viên
Ông Dickson Loo	Thành viên
Ông Nguyễn Anh Vũ	Thành viên

## BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

Các thành viên Ban Tổng Giám đốc trong năm và vào ngày lập báo cáo này như sau:

Ông Đào Thế Vinh	Tổng Giám đốc
Ông Nguyễn Xuân Tường	Phó Tổng Giám đốc

## NGƯỜI ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT

Người đại diện theo pháp luật của Công ty trong năm và vào ngày lập báo cáo này là Ông Đào Thế Vinh, Tổng Giám đốc.

## KIỂM TOÁN VIÊN

Công ty Trách nhiệm Hữu hạn Ernst & Young Việt Nam là công ty kiểm toán cho Công ty.

# BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

Ban Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate (“Công ty”) trình bày báo cáo này và báo cáo tài chính hợp nhất của Công ty và các công ty con (sau đây gọi chung là “Nhóm Công ty”) cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025.

## TRÁCH NHIỆM CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC ĐỐI VỚI BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm đảm bảo báo cáo tài chính hợp nhất cho từng năm tài chính phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và tình hình lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Nhóm Công ty trong năm. Trong quá trình lập báo cáo tài chính hợp nhất này, Ban Tổng Giám đốc cần phải:

- lựa chọn các chính sách kế toán thích hợp và áp dụng các chính sách này một cách nhất quán;
- thực hiện các đánh giá và ước tính một cách hợp lý và thận trọng;
- nêu rõ các chuẩn mực kế toán áp dụng cho Nhóm Công ty có được tuân thủ hay không và tất cả những sai lệch trọng yếu so với những chuẩn mực này đã được trình bày và giải thích trong báo cáo tài chính hợp nhất; và
- lập báo cáo tài chính hợp nhất trên cơ sở nguyên tắc hoạt động liên tục trừ trường hợp không thể cho rằng Nhóm Công ty sẽ tiếp tục hoạt động.

Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm đảm bảo việc các sổ sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính hợp nhất của Nhóm Công ty, với mức độ chính xác hợp lý, tại bất kỳ thời điểm nào và đảm bảo rằng các sổ sách kế toán tuân thủ với chế độ kế toán đã được áp dụng. Ban Tổng Giám đốc cũng chịu trách nhiệm về việc quản lý các tài sản của Nhóm Công ty và do đó phải thực hiện các biện pháp thích hợp để ngăn chặn và phát hiện các hành vi gian lận và những vi phạm khác.

Ban Tổng Giám đốc cam kết đã tuân thủ những yêu cầu nêu trên trong việc lập báo cáo tài chính hợp nhất kèm theo.

## CÔNG BỐ CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

Theo ý kiến của Ban Tổng Giám đốc, báo cáo tài chính hợp nhất kèm theo phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất của Nhóm Công ty vào ngày 31 tháng 12 năm 2025, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và tình hình lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm tài chính kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực kế toán Việt Nam, Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất.



**Đào Thế Vinh**  
Tổng Giám đốc

Hà Nội, Việt Nam

Ngày 30 tháng 3 năm 2026

# BÁO CÁO KIỂM TOÁN ĐỘC LẬP

Số tham chiếu: 11540790/69536975-HN

**Kính gửi: Các cổ đông của Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate**

Chúng tôi đã kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất kèm theo của Công ty Cổ phần Tập đoàn Golden Gate (“Công ty”), và các công ty con (sau đây gọi chung là “Nhóm Công ty”), được lập ngày 30 tháng 3 năm 2026 và được trình bày từ trang 5 đến trang 51, bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm tài chính kết thúc cùng ngày và các thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất kèm theo.

## TRÁCH NHIỆM CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm về việc lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất của Nhóm Công ty theo các Chuẩn mực kế toán Việt Nam, Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất và chịu trách nhiệm về kiểm soát nội bộ mà Ban Tổng Giám đốc Công ty xác định là cần thiết để đảm bảo cho việc lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất không có sai sót trọng yếu do gian lận hoặc nhầm lẫn.

## TRÁCH NHIỆM CỦA KIỂM TOÁN VIÊN

Trách nhiệm của chúng tôi là đưa ra ý kiến về báo cáo tài chính hợp nhất dựa trên kết quả của cuộc kiểm toán. Chúng tôi đã tiến hành kiểm toán theo các Chuẩn mực kiểm toán Việt Nam. Các chuẩn mực này yêu cầu chúng tôi tuân thủ chuẩn mực và các quy định về đạo đức nghề nghiệp, lập kế hoạch và thực hiện cuộc kiểm toán để đạt được sự đảm bảo hợp lý về việc liệu báo cáo tài chính hợp nhất của Nhóm Công ty có còn sai sót trọng yếu hay không.

Công việc kiểm toán bao gồm thực hiện các thủ tục nhằm thu thập các bằng chứng kiểm toán về các số liệu và thuyết minh trên báo cáo tài chính hợp nhất. Các thủ tục kiểm toán được lựa chọn dựa trên xét đoán của kiểm toán viên, bao gồm đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu trong báo cáo tài chính hợp nhất do gian lận hoặc nhầm lẫn. Khi thực hiện đánh giá các rủi ro này, kiểm toán viên đã xem xét kiểm soát nội bộ của Nhóm Công ty liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất trung thực, hợp lý nhằm thiết kế các thủ tục kiểm toán phù hợp với tình hình thực tế, tuy nhiên không nhằm mục đích đưa ra ý kiến về hiệu quả của kiểm soát nội bộ của Nhóm Công ty. Công việc kiểm toán cũng bao gồm đánh giá tính thích hợp của các chính sách kế toán được áp dụng và tính hợp lý của các ước tính kế toán của Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng như đánh giá việc trình bày tổng thể báo cáo tài chính hợp nhất.

Chúng tôi tin tưởng rằng các bằng chứng kiểm toán mà chúng tôi đã thu thập được là đầy đủ và thích hợp để làm cơ sở cho ý kiến kiểm toán của chúng tôi.

## Ý KIẾN CỦA KIỂM TOÁN VIÊN

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Nhóm Công ty tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, cũng như kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và tình hình lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm tài chính kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực kế toán Việt Nam, Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất.

**Công ty Trách nhiệm Hữu hạn Ernst & Young Việt Nam**



**Nguyễn Hoàng Linh**  
Phó Tổng Giám đốc  
Số Giấy CNĐKHN kiểm toán: 3835-2026-004-1

Hà Nội, Việt Nam

Ngày 30 tháng 3 năm 2026

**Lê Hồng Vân**  
Kiểm toán viên  
Số Giấy CNĐKHN kiểm toán: 4432-2023-004-1

# BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN HỢP NHẤT

ngày 31 tháng 12 năm 2025

B01-DN/HN

Đơn vị tính: VND

Mã số	TÀI SẢN	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
100	<b>A. TÀI SẢN NGẮN HẠN</b>		2.340.061.325.231	2.012.223.754.391
110	<b>I. Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>5</b>	<b>192.863.396.248</b>	<b>263.546.827.850</b>
111	1. Tiền		134.823.472.858	201.546.827.850
112	2. Các khoản tương đương tiền		58.039.923.390	62.000.000.000
120	<b>II. Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>		<b>892.851.792.651</b>	<b>579.276.653.910</b>
123	1. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	6	892.851.792.651	579.276.653.910
130	<b>III. Các khoản phải thu ngắn hạn</b>		<b>411.335.079.491</b>	<b>298.777.603.499</b>
131	1. Phải thu ngắn hạn của khách hàng	7.1	72.172.038.450	65.807.360.733
132	2. Trả trước cho người bán ngắn hạn	7.2	228.095.247.233	143.982.688.353
136	3. Phải thu ngắn hạn khác	8	115.586.581.614	88.473.090.678
137	4. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi		(5.261.544.260)	-
139	5. Tài sản thiếu chờ xử lý		742.756.454	514.463.735
140	<b>IV. Hàng tồn kho</b>	<b>9</b>	<b>762.821.720.477</b>	<b>788.957.435.700</b>
141	1. Hàng tồn kho		762.821.720.477	788.957.435.700
150	<b>V. Tài sản ngắn hạn khác</b>		<b>80.189.336.364</b>	<b>81.665.233.432</b>
151	1. Chi phí trả trước ngắn hạn	10	68.043.719.263	66.318.172.132
152	2. Thuế GTGT được khấu trừ	17	12.130.415.790	15.331.859.989
153	3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nước		15.201.311	15.201.311

Đơn vị tính: VND

Mã số	TÀI SẢN	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
200	<b>B. TÀI SẢN DÀI HẠN</b>		1.719.403.633.199	1.585.133.395.760
210	<b>I. Các khoản phải thu dài hạn</b>		<b>221.194.214.628</b>	<b>267.771.010.528</b>
216	1. Phải thu dài hạn khác	8	221.194.214.628	267.771.010.528
220	<b>II. Tài sản cố định</b>		<b>524.167.549.002</b>	<b>388.059.548.953</b>
221	1. Tài sản cố định hữu hình	11	302.611.692.121	322.500.847.677
222	Nguyên giá		707.615.883.749	689.399.294.195
223	Giá trị khấu hao lũy kế		(405.004.191.628)	(366.898.446.518)
227	2. Tài sản cố định vô hình	12	221.555.856.881	65.558.701.276
228	Nguyên giá		329.782.681.925	138.250.293.481
229	Giá trị hao mòn lũy kế		(108.226.825.044)	(72.691.592.205)
240	<b>III. Tài sản dở dang dài hạn</b>		<b>51.576.693.365</b>	<b>263.613.254.639</b>
242	1. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	13	51.576.693.365	263.613.254.639
250	<b>IV. Đầu tư tài chính dài hạn</b>		<b>8.960.501.024</b>	<b>11.461.893.951</b>
252	1. Đầu tư vào công ty liên kết	14	8.942.648.712	11.445.113.302
255	2. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn		17.852.312	16.780.649
260	<b>V. Tài sản dài hạn khác</b>		<b>913.504.675.180</b>	<b>654.227.687.689</b>
261	1. Chi phí trả trước dài hạn	10	800.872.322.846	609.455.115.185
262	2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	29.3	2.432.151.851	3.433.511.375
269	3. Lợi thế thương mại	15	110.200.200.483	41.339.061.129
270	<b>TỔNG CỘNG TÀI SẢN</b>		<b>4.059.464.958.430</b>	<b>3.597.357.150.151</b>

Đơn vị tính: VND

Mã số	NGUỒN VỐN	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
300	<b>C. NỢ PHẢI TRẢ</b>		2.446.917.494.150	2.199.915.055.713
310	<b>I. Nợ ngắn hạn</b>		<b>1.987.878.298.833</b>	<b>1.915.212.955.820</b>
311	1. Phải trả người bán ngắn hạn	16.1	324.553.620.370	338.356.749.044
312	2. Người mua trả tiền trước ngắn hạn	16.2	6.673.543.420	5.550.053.509
313	3. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	17	84.074.342.902	56.868.611.492
314	4. Phải trả người lao động		223.372.667.760	223.415.577.074
315	5. Chi phí phải trả ngắn hạn	18	126.212.348.155	132.756.668.040
318	6. Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	19	9.430.327.000	12.165.580.000
319	7. Phải trả ngắn hạn khác	20	77.681.887.187	11.798.528.667
320	8. Vay ngắn hạn	21	1.135.879.562.039	1.134.301.187.994
330	<b>II. Nợ dài hạn</b>		<b>459.039.195.317</b>	<b>284.702.099.893</b>
331	1. Phải trả người bán dài hạn		157.689.496	-
337	2. Phải trả dài hạn khác		325.000.000	-
338	3. Vay dài hạn	21	421.015.150.219	282.903.432.201
341	4. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	29.3	34.437.293.522	1.336.735.451
342	5. Dự phòng phải trả dài hạn		3.104.062.080	461.932.241

Đơn vị tính: VND

Mã số	NGUỒN VỐN	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
400	<b>D. VỐN CHỦ SỞ HỮU</b>		1.612.547.464.280	1.397.442.094.438
410	<b>I. Vốn chủ sở hữu</b>	<b>22</b>	<b>1.612.547.464.280</b>	<b>1.397.442.094.438</b>
411	1. Vốn góp của chủ sở hữu		77.933.140.000	77.933.140.000
411a	<i>Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết</i>		77.933.140.000	77.933.140.000
412	2. Thặng dư vốn cổ phần		(118.126.695.110)	(118.126.695.110)
415	3. Cổ phiếu quỹ		(100.840.000)	-
417	4. Chênh lệch tỷ giá hối đoái		(112.388.361)	-
421	5. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối		1.649.608.447.355	1.435.297.493.830
421a	<i>Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kể đến cuối năm trước</i>		1.435.297.493.830	1.333.685.397.573
421b	<i>Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối năm nay</i>		214.310.953.525	101.612.096.257
429	6. Lợi ích cổ đông không kiểm soát		3.345.800.396	2.338.155.718
440	<b>TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN</b>		<b>4.059.464.958.430</b>	<b>3.597.357.150.151</b>

Hà Nội, Việt Nam

Ngày 30 tháng 3 năm 2026

Nguyễn Thị Thanh Trà  
Người lập

Nguyễn Mạnh Đức  
Kế toán trưởng



Đào Thế Vinh  
Tổng Giám đốc

# BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH HỢP NHẤT

cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025

B02-DN/HN

Đơn vị tính: VND

Mã số	CHỈ TIÊU	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
01	1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	23.1	7.692.471.715.233	6.634.700.211.685
02	2. Các khoản giảm trừ doanh thu	23.1	(1.960.738.655)	(1.046.274.405)
10	3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	23.1	7.690.510.976.578	6.633.653.937.280
11	4. Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp	24	(2.979.838.578.497)	(2.549.351.558.799)
20	5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ		4.710.672.398.081	4.084.302.378.481
21	6. Doanh thu hoạt động tài chính	23.2	96.246.513.354	27.566.933.211
22	7. Chi phí tài chính	25	(98.065.397.877)	(59.553.548.320)
23	Trong đó: Chi phí lãi vay		(83.306.099.535)	(50.800.347.684)
24	8. Phần (lỗ)/lãi trong công ty liên kết	14	(2.502.464.590)	346.142.363
25	9. Chi phí bán hàng	26	(3.848.669.492.274)	(3.462.488.742.658)
26	10. Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	(594.322.323.093)	(485.613.319.476)
30	11. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh		263.359.233.601	104.559.843.601
31	12. Thu nhập khác	27	26.933.593.840	36.380.522.218
32	13. Chi phí khác	27	(22.318.706.278)	(12.889.073.031)
40	14. Lợi nhuận khác	27	4.614.887.562	23.491.449.187
50	15. Tổng lợi nhuận trước thuế		267.974.121.163	128.051.292.788
51	16. Chi phí thuế TNDN hiện hành	29.1	(54.704.978.339)	(31.291.224.243)

Đơn vị tính: VND

Mã số	CHỈ TIÊU	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
52	17. Thu nhập thuế TNDN hoãn lại	29.3	499.351.694	3.700.858.465
60	18. Lợi nhuận sau thuế TNDN		213.768.494.518	100.460.927.010
61	19. Lợi nhuận sau thuế của công ty mẹ		214.310.953.525	101.580.481.659
62	20. Lỗ sau thuế của cổ đông không kiểm soát		(542.459.007)	(1.119.554.649)
70	21. Lãi cơ bản trên cổ phiếu	31	27.518	13.115
71	22. Lãi suy giảm trên cổ phiếu	31	27.518	13.115

Hà Nội, Việt Nam

Ngày 30 tháng 3 năm 2026



**Nguyễn Thị Thanh Trà**  
Người lập



**Nguyễn Mạnh Đức**  
Kế toán trưởng



**Đào Thế Vinh**  
Tổng Giám đốc

# BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ HỢP NHẤT

cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025

B03-DN/HN

Đơn vị tính: VND

Mã số	CHỈ TIÊU	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
<b>I. LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH</b>				
01	<b>Lợi nhuận kế toán trước thuế</b> <i>Điều chỉnh cho các khoản:</i>		<b>267.974.121.163</b>	<b>128.051.292.788</b>
02	Chi phí tiền thuê đất trả trước, khấu hao tài sản cố định hữu hình và hao mòn tài sản cố định vô hình (bao gồm phân bổ lợi thế thương mại)		124.646.736.952	100.247.718.319
03	Trích lập các khoản dự phòng		5.398.410.956	461.932.241
04	Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái		13.019.632.270	4.617.277.687
05	Lãi từ hoạt động đầu tư		(98.102.593.207)	(26.191.089.147)
06	Chi phí lãi vay	25	83.306.099.535	50.800.347.684
08	<b>Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước thay đổi vốn lưu động</b>		<b>396.242.407.669</b>	<b>257.987.479.572</b>
09	Giảm/(tăng) các khoản phải thu		17.608.922.863	(43.988.038.710)
10	Giảm/(tăng) hàng tồn kho		45.875.448.278	(238.564.543.279)
11	(Giảm)/tăng các khoản phải trả		(22.141.241.173)	65.907.819.752
12	Giảm/(tăng) chi phí trả trước		86.139.750.966	(6.106.941.414)

Đơn vị tính: VND

Mã số	CHỈ TIÊU	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
14	Tiền lãi vay đã trả		(82.910.141.216)	(49.946.245.535)
15	Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	17	(32.013.726.203)	(37.444.497.685)
20	<b>Lưu chuyển tiền thuần từ/(sử dụng vào) hoạt động kinh doanh</b>		<b>408.801.421.184</b>	<b>(52.154.967.299)</b>
<b>II. LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ</b>				
21	Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ và các tài sản dài hạn khác		(212.290.029.101)	(264.732.912.893)
22	Tiền thu do thanh lý, nhượng bán TSCĐ và các tài sản dài hạn khác		8.649.748.894	4.360.039.649
23	Tiền chi cho vay, mua các công cụ nợ của đơn vị khác		(1.171.808.858.876)	(779.648.229.284)
24	Tiền thu hồi cho vay, bán lại công cụ nợ của đơn vị khác		858.233.720.135	513.528.071.446
25	Tiền chi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác (trừ đi tiền thu về)		(179.358.222.310)	(54.000.000.000)
26	Tiền thu hồi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác (trừ đi tiền do đơn vị bị thanh lý nắm giữ)		70.590.358.000	1.484.341.983
27	Tiền thu lãi cho vay, cổ tức và lợi nhuận được chia		22.351.967.226	21.987.309.013
30	<b>Lưu chuyển tiền thuần sử dụng vào hoạt động đầu tư</b>		<b>(603.631.316.032)</b>	<b>(557.021.380.086)</b>

# BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ HỢP NHẤT

cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025

B03-DN/HN

Đơn vị tính: VND

Mã số	CHỈ TIÊU	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
<b>III. LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH</b>				
31	Tiền thu từ phát hành cổ phiếu	-	-	862.570.000
32	Tiền mua lại cổ phiếu của doanh nghiệp đã phát hành	(100.840.000)	(100.840.000)	(42.260.000)
33	Tiền thu từ đi vay	2.363.579.206.173	2.363.579.206.173	2.206.354.049.139
34	Tiền trả nợ gốc vay	(2.239.350.749.224)	(2.239.350.749.224)	(1.550.099.246.295)
36	Cổ tức, lợi nhuận đã trả cho chủ sở hữu	-	-	(97.460.203.275)
40	<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính</b>		<b>124.127.616.949</b>	<b>559.614.909.569</b>
50	<b>Lưu chuyển tiền thuần trong năm</b>		<b>(70.702.277.899)</b>	<b>(49.561.437.816)</b>
60	<b>Tiền và tương đương tiền đầu năm</b>		<b>263.546.827.850</b>	<b>313.017.030.393</b>
61	<b>Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ</b>		<b>18.846.297</b>	<b>91.235.273</b>
70	<b>Tiền và tương đương tiền cuối năm</b>	<b>5</b>	<b>192.863.396.248</b>	<b>263.546.827.850</b>

Hà Nội, Việt Nam

Ngày 30 tháng 3 năm 2026

Nguyễn Thị Thanh Trà  
Người lập

Nguyễn Mạnh Đức  
Kế toán trưởng

Đào Thế Vinh  
Tổng Giám đốc

Phần thuyết minh đầy đủ của Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán cho năm tài chính kết thúc vào ngày 31/12/2025 của CTCP Tập đoàn Golden Gate được công bố thông tin theo quy định và đăng tải trên website của Công ty.

[\[https://ggg.com.vn/wp-content/uploads/2026/04/BCTC-hop-nhat-Final\\_signed.pdf\]](https://ggg.com.vn/wp-content/uploads/2026/04/BCTC-hop-nhat-Final_signed.pdf)