



BẢN TIN NỘI BỘ

SỐ 24
06/2025



PVI Holdings lần đầu góp mặt trong bảng xếp hạng Fortune Southeast Asia 500

PVI Holdings lần thứ hai được vinh danh trong TOP50 Doanh nghiệp Phát triển Bền vững tiêu biểu Việt Nam 2025

PVI - Đại diện Châu Á tỏa sáng tại Talanx Cup 2025: Hành trình đầy kiêu hãnh và dấu ấn không thể phai mờ

Nội dung

Chịu trách nhiệm nội dung

Trưởng ban
Nguyễn Triều Dương

Biên tập
Thu Hoài

1 – Thị trường

- 1. Petrovietnam chủ động ứng phó biến động, tạo đột phá tăng trưởng thông qua các dự án mới (p04)
- 2. Ngành Bảo hiểm năm 2025: Chuyển mình và tăng sức đề kháng (p07)
- 3. Từ số hóa đến cá nhân hóa: Gen Y và Gen Z đang tái định hình thị trường bảo hiểm Việt Nam (p09)

2 – Tiêu điểm PVI

- 1. PVI Holdings lần đầu góp mặt trong bảng xếp hạng Fortune Southeast Asia 500 (p12)
- 2. PVI Holdings lần thứ hai được vinh danh trong TOP50 Doanh nghiệp Phát triển (p14)
- 3. PVI - Đại diện Châu Á tỏa sáng tại Talanx Cup 2025: Hành trình đầy kiêu hãnh và dấu ấn không thể phai mờ (p15)
- 4. Tập huấn nghiệp vụ bảo hiểm cháy và tài sản cho đội ngũ VNPost Từ Liêm: Đặt nền tảng cho sự phát triển bền vững (p20)

3 – Góc thư giãn

- 1. Tờ giấy trắng trong ngăn bàn (p22)

1

Thị trường



01

Petrovietnam chủ động ứng phó biến động, tạo đột phá tăng trưởng thông qua các dự án mới

Nguồn: PVN



Petrovietnam và các đơn vị đều thống nhất tháng 6 và những tháng tiếp theo cần sự nỗ lực, quyết tâm cao của cả Tập đoàn

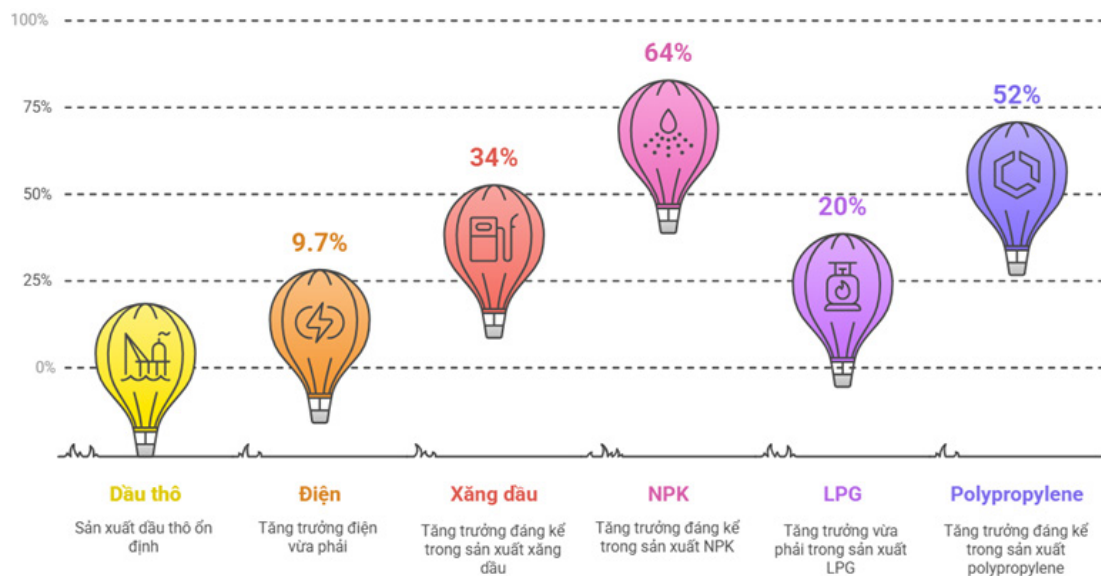
Trước những biến động của thị trường năng lượng toàn cầu, Petrovietnam nỗ lực duy trì sản xuất ổn định, chủ động ứng phó, thích ứng linh hoạt và tạo đột phá tăng trưởng thông qua phát triển các dự án mới, đầu tư công nghệ hiện đại và mở rộng hợp tác chiến lược.

Tính chung 5 tháng đầu năm 2025, nhiều chỉ tiêu sản xuất của Petrovietnam tăng trưởng cao so với cùng kỳ 2024, gồm: Khai thác dầu thô 4,01 triệu tấn; Điện 14,25 tỷ kWh (tăng 9,7%); Xăng dầu 3,11 triệu tấn (tăng 34%); NPK 245 nghìn tấn (tăng 64%); LPG 355 nghìn tấn (tăng 20%); Polypropylene 71,9 nghìn tấn (tăng 52%).

Giữ đà tăng trưởng

Trong tháng 5/2025, kinh tế thế giới tiếp tục có sự bất ổn định, giá dầu trời sập theo diễn biến căng thẳng địa chính trị quốc tế, đặc biệt là căng thẳng leo thang giữa Israel và Iran. Bằng nỗ lực, Petrovietnam đã đảm bảo đa phần các chỉ tiêu sản xuất chủ yếu đều tăng trưởng so với cùng kỳ 2024 cho thấy đà phục hồi trong hoạt động sản xuất của Tập đoàn.

Kết quả trên cho thấy, Petrovietnam đã có những nỗ lực duy trì hoạt động sản xuất ổn định, tăng trưởng cao, góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng GDP cả nước năm 2025 đặt ra mức phấn đấu trên 8%. Nhờ vậy, trước bối cảnh khó khăn, Petrovietnam vẫn ghi nhận tổng doanh thu 5 tháng đầu năm ước đạt 410.475 tỷ đồng; Nộp ngân sách nhà nước ước đạt 53.242 tỷ đồng.



Giá trị giải ngân đầu tư 5 tháng toàn Tập đoàn đạt 14.662 tỷ đồng, tăng 44% so với cùng kỳ năm trước. Petrovietnam đã tiết kiệm khoảng 2.255 tỷ đồng, bằng 54% kế hoạch năm. Bên cạnh đó, công tác an sinh xã hội trong 6 tháng ước đạt 294,7 tỷ đồng.

Trước bối cảnh khó khăn, Petrovietnam ghi nhận nhiều hoạt động nỗ lực đảm bảo sản xuất kinh doanh. Tiêu biểu là Dự án phát triển mỏ Đại Hùng giai đoạn 3 chính thức đưa vào khai thác dòng dầu đầu tiên với lưu lượng 6.000 thùng/ngày về đích sớm 20 ngày so với kế hoạch hiệu chỉnh giúp gia tăng sản lượng. Kết quả này được Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn đánh giá: “Sự thành công của Dự án phát triển mỏ Đại Hùng giai đoạn 3 nói riêng và toàn bộ dự án mỏ Đại Hùng nói chung có ý nghĩa rất quan trọng, khẳng định tinh thần tự lực, tự tin, tự cường của người Việt Nam và của Petrovietnam, góp phần đưa đất nước bước vào kỷ nguyên phát triển mới”.

Bên cạnh đó, Petrovietnam đã đưa Nhà máy điện khí LNG Nhơn Trạch 3 – đầu tiên tại Việt Nam hoàn thành mốc kỹ thuật chạy liên tục 24h ở tải nền, chuẩn bị vận hành thương mại. Ngày 16/6, PTSC hoàn tất chế tạo 33 chân đế cho dự án điện gió CHW2204 ngoài khơi. Về hợp tác quốc tế, Petrovietnam ký hợp đồng bán khí lô 12/11 với Zarubezhneft và PVGAS dưới sự chứng kiến của lãnh đạo cấp cao hai nước Việt – Nga; đàm phán cung ứng dầu dài hạn với SOCAR (Azerbaijan) và hợp tác với Sumitomo phát triển chuỗi cung ứng điện gió ngoài khơi.

Để kịp thời tháo gỡ khó khăn, hỗ trợ các đơn vị, Chủ tịch HĐQT Lê Mạnh Hùng và Tổng Giám đốc Lê Ngọc Sơn đã trực tiếp chủ trì các cuộc họp với 15 đơn vị đưa ra các giải pháp cụ thể thúc đẩy sản xuất kinh doanh, đầu tư, phấn đấu hoàn thành và vượt mức các mục tiêu.

Đứng trước kế hoạch đề ra năm 2025, Petrovietnam và các đơn vị đều thống nhất tháng 6 và những tháng tiếp theo cần sự nỗ lực, quyết tâm cao của cả Tập đoàn. Trong đó, Vietsovpetro, PVEP, Biendong POC tiếp tục đẩy mạnh triển khai các giải pháp kỹ thuật can thiệp giếng, gia tăng trữ lượng, phối hợp triển khai các mỏ mới. PVGAS, PV POWER, PVCFC, PVFCCo duy trì sản xuất, mở rộng thị trường, tái cấu trúc, chuẩn bị nguồn nhiên liệu. BRS, PV OIL, PVNDP tập trung nâng công suất, phát triển sản phẩm mới, nghiên cứu nhiên liệu sinh học. Hoạt động dịch vụ trong và ngoài nước của PTSC, PVD... đảm bảo tiến độ dự án, đặc biệt là dịch vụ ngoài khơi và bảo dưỡng công trình trọng điểm.

Ban lãnh đạo Tập đoàn nhận định các đơn vị cần tối ưu hóa sản lượng và hiệu quả vận hành; đẩy mạnh đầu tư vào các mỏ mới, công nghệ khai thác hiện đại và năng lượng tái tạo. Đồng thời, yêu cầu các đơn vị khối trung nguồn tăng cường phối hợp, thay đổi tư duy kinh doanh thích ứng với thị trường.

Tạo đột phá tăng trưởng thông qua phát triển dự án mới

Đánh giá cao nỗ lực Tập đoàn trong 5 tháng qua, Tổng Giám đốc Petrovietnam Lê Ngọc Sơn nhìn nhận các kết quả này đã tạo đà và cơ sở để Tập đoàn triển khai nhiệm vụ các tháng tiếp theo, quyết tâm hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu nhiệm vụ được giao, thi đua lập thành tích chào mừng 50 năm thành lập Tập đoàn và Đại hội Đảng các cấp.

Trước căng thẳng leo thang giữa Israel và Iran có nguy cơ ảnh hưởng trực tiếp đến chuỗi cung ứng năng lượng toàn cầu và hoạt động sản xuất kinh doanh của Tập đoàn, Tổng Giám đốc Petrovietnam yêu cầu toàn Tập đoàn nghiêm túc triển khai một số nhiệm vụ, định hướng trọng tâm, chủ động xây dựng giải pháp ứng phó rủi ro từ biến động quốc tế.

Toàn Petrovietnam chú trọng nâng cao nhận thức và chuẩn mực về an toàn, sức khỏe, môi trường, đẩy mạnh đào tạo, kiểm tra, giám sát định kỳ tại các đơn vị sản xuất, đặc biệt trong các công trình trọng điểm.

Công tác thúc đẩy hợp tác chiến lược đa chiều trong Tập đoàn cần được phát huy, thông qua các thỏa thuận hợp tác chiến lược đã ký với các đối tác trong và ngoài ngành, gồm cả doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân (như ACV, TKV, VRG, Viettel, Hòa Phát) và đối tác quốc tế (Nga, Nhật, Singapore, Kazakhstan, Azerbaijan...); tăng cường triển khai thực chất các nội dung hợp tác đã cam kết, bảo đảm hiệu quả.

Đặc biệt, Tổng Giám đốc Lê Ngọc Sơn nhấn mạnh, Petrovietnam cần chủ động thích ứng, hành động quyết liệt và tạo ra các đột phá tăng trưởng mới. Dự án phát triển mỏ Đại Hùng giai đoạn 3 là minh chứng cho tinh thần quyết liệt và hiệu quả, cần tiếp tục đẩy mạnh các dự án mới trong các lĩnh vực, triển khai các hợp đồng hợp tác hiệu quả để tạo đột phá tăng trưởng thông qua phát triển dự án mới. Định hướng tái cấu trúc toàn diện, tinh gọn bộ máy, nâng cao hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh.

Đối với từng lĩnh vực, Tổng Giám đốc Petrovietnam đã đưa ra các nhóm giải pháp trọng tâm với từng khối và đề nghị các đơn vị tăng tốc triển khai các dự án trọng điểm, đặc biệt là các danh mục đã được phê duyệt, đảm bảo đúng tiến độ, hiệu quả và chất lượng.



Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn, Petrovietnam, PVEP, PVEP POC thực hiện nghi thức đón dòng dầu thương mại đầu tiên từ Dự án phát triển mỏ Đại Hùng giai đoạn 3

02

Ngành Bảo hiểm năm 2025: Chuyển mình và tăng sức đề kháng

Nguồn: Tạp chí tài chính



Từ công nghệ đến chiến lược phân phối, ngành Bảo hiểm đang chuyển đổi để thích ứng với khách hàng trẻ và củng cố khả năng ứng phó rủi ro ngày càng phức tạp.

Phục hồi tích cực và chuyển đổi công nghệ

Theo Công ty cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report), bước sang năm 2025, thị trường bảo hiểm đang ghi nhận những dấu hiệu khởi sắc trở lại sau giai đoạn đầy biến động. Trong 4 tháng đầu năm, tổng doanh thu phí toàn thị trường ước đạt 74.889 tỷ đồng, tăng 5,4% so với cùng kỳ năm trước.

Đáng chú ý, mảng phi nhân thọ tiếp tục dẫn dắt tăng trưởng với mức tăng khoảng 11%, nhờ sự phục hồi của nhu cầu bảo hiểm tài sản và các chính sách mới như Nghị định số 105/2025/NĐ-CP của Chính phủ quy định nâng mức trích nộp phí bảo hiểm cháy, nổ bắt buộc, tạo dư địa tăng trưởng đáng kể từ nửa cuối năm.

Tổng tài sản toàn Ngành đạt khoảng một triệu tỷ đồng, tăng 8,79%, cho thấy năng lực tài chính được duy trì ổn định. Ngoài ra, làn sóng hợp tác giữa doanh nghiệp bảo hiểm và hệ thống ngân hàng mở ra hướng tiếp cận người tiêu dùng hiệu quả hơn thông qua mô hình tài chính tích hợp.

Khảo sát của Vietnam Report cho thấy, 53,8% doanh nghiệp bảo hiểm kỳ vọng mức tăng trưởng từ 5% đến 10% trong năm nay, với hai yếu tố thúc đẩy là nội lực doanh nghiệp và chính sách hỗ trợ.

Trong bức tranh phát triển đó, công nghệ nổi lên như trụ cột chiến lược. Theo Vietnam Report, 100% doanh nghiệp bảo hiểm xác định công nghệ là cơ hội quan trọng nhất năm 2025. Tỷ lệ doanh nghiệp lên kế hoạch tăng đầu tư công nghệ đạt 98,7%, phản ánh xu hướng đẩy mạnh số hóa toàn diện.

Tỷ lệ ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), nhận dạng ký tự quang học (OCR), điện toán đám mây và chatbot trong các khâu nghiệp vụ đều tăng đáng kể. Đặc biệt, 92,2% doanh nghiệp bảo hiểm đã áp dụng AI trong xử lý yêu cầu bồi thường, tăng mạnh so với mức 40,9% của năm trước. Chuyển đổi số không chỉ rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ, mà còn tăng khả năng phát hiện gian lận và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Cùng với đó, nhận thức người tiêu dùng có nhiều chuyển biến tích cực. Sau giai đoạn khủng hoảng niềm tin năm 2023, tỷ lệ người hiểu đúng về sản phẩm bảo hiểm đã tăng từ 44,2% lên 60,8% trong năm 2025.

Các sản phẩm từng gây tranh cãi như bảo hiểm liên kết đầu tư cũng ghi nhận tỷ lệ hiểu sai giảm từ gần 98% còn khoảng 54,4%. Những cải thiện này đến từ việc doanh nghiệp bảo hiểm tập trung đào tạo đội ngũ tư vấn viên và áp dụng cơ chế kiểm soát bán hàng chặt chẽ hơn.

Rủi ro đạo đức và yêu cầu tái cấu trúc toàn ngành

Bên cạnh chuyển biến tích cực, thị trường bảo hiểm vẫn đang đối diện những thách thức có tính hệ thống, đặc biệt là tình trạng trục lợi bảo hiểm. Theo khảo sát của Vietnam Report, 84,6% doanh nghiệp bảo hiểm cho rằng, đây là rủi ro lớn nhất năm 2025, vượt xa các yếu tố như áp lực chi tiêu, cạnh tranh khốc liệt hay tỷ lệ bồi thường gia tăng.

Năm 2024 ghi nhận nhiều vụ việc gian lận phức tạp, bao gồm làm giả hồ sơ y tế, dàn dựng tai nạn và khai báo sai thời điểm rủi ro. Một số vụ việc có tính chất nghiêm trọng đã gây ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín ngành bảo hiểm. Mặc dù giá trị thiệt hại đơn lẻ không lớn, song mức độ lan rộng và tổ chức của các hành vi này đang làm xói mòn niềm tin thị trường.

Các doanh nghiệp bảo hiểm đã có những bước đi điều chỉnh đáng kể. 92,3% đơn vị triển khai đào tạo tư vấn viên không chỉ về kỹ năng bán hàng mà còn về kiến thức sản phẩm và kỹ năng chăm sóc sau bán.

Đồng thời, hơn một nửa doanh nghiệp đã áp dụng cơ chế kỷ luật nghiêm với những tư vấn viên vi phạm nhiều lần. Với kênh phân phối qua ngân hàng, vốn chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu bảo hiểm nhân thọ, 61,5% doanh nghiệp bảo hiểm đã bổ sung các điều khoản ràng buộc trách nhiệm, nhằm kiểm soát hoạt động bán chéo và hạn chế tình trạng ép mua bảo hiểm.

Từ góc độ tiêu dùng, hai thế hệ Gen Y (1981–1996) và Gen Z (1997–2012) đang thúc đẩy sự dịch chuyển về sản phẩm và mô hình phân phối. Gen Y chiếm tới 65,4% lượng người mua, có xu hướng ưu tiên sản phẩm toàn diện, cần tư vấn sâu, nhưng cũng bắt đầu dịch chuyển sang các nền tảng số, với tỷ lệ mua qua ví điện tử và ngân hàng tăng 12,6% so với 2023.

Ngược lại, Gen Z mới chiếm 13,5% người mua do đặc thù thu nhập thấp và hành vi tiêu dùng “ngắn hạn”. Tuy nhiên, nhóm này lại phản ứng nhanh với các sản phẩm bảo hiểm vi mô như tai nạn, cháy nổ, an ninh mạng – nếu được tích hợp trực tiếp trong các ứng dụng tiêu dùng thường nhật (embedded insurance).

Đáp ứng sự thay đổi hành vi này, các doanh nghiệp bảo hiểm cần đa dạng hóa sản phẩm theo hướng tùy chỉnh quyền lợi, mức phí linh hoạt và phương thức phân phối số hóa. Đồng thời, công nghệ cần không chỉ dừng lại ở vai trò công cụ, mà trở thành chuẩn mực dịch vụ.

03 Từ số hóa đến cá nhân hóa: Gen Y và Gen Z đang tái định hình thị trường bảo hiểm Việt Nam

Nguồn: Hải quan online

Hai thế hệ Gen Y và Gen Z với đặc trưng hành vi số, ưa thích trải nghiệm cá nhân được kỳ vọng sẽ tác động và thay đổi chiến lược vận hành của toàn ngành bảo hiểm trong thời gian tới.

Chuyển dịch theo hướng số hóa

Với đặc điểm kinh tế – xã hội ổn định (đã đi làm, lập gia đình, có tài sản), Gen Y thể hiện nhu cầu bảo vệ tài chính dài hạn thông qua các sản phẩm bảo hiểm toàn diện như bảo hiểm sức khỏe, nhân thọ, tai nạn cá nhân hoặc bảo hiểm liên kết đầu tư.

Tuy nhiên, hành vi mua bảo hiểm của nhóm này đang dần chuyển dịch theo hướng số hóa. Họ không còn quá phụ thuộc vào tư vấn viên truyền thống, mà bắt đầu sử dụng các nền tảng số như ứng dụng ngân hàng, ví điện tử hay website trực tuyến để lựa chọn và thanh toán hợp đồng bảo hiểm.

Riêng trong năm 2024, tỷ lệ mua bảo hiểm qua nền tảng

số của Gen Y tăng tới 12,6% so với năm trước – một minh chứng rõ nét cho xu thế số hóa hành vi tiêu dùng tài chính.

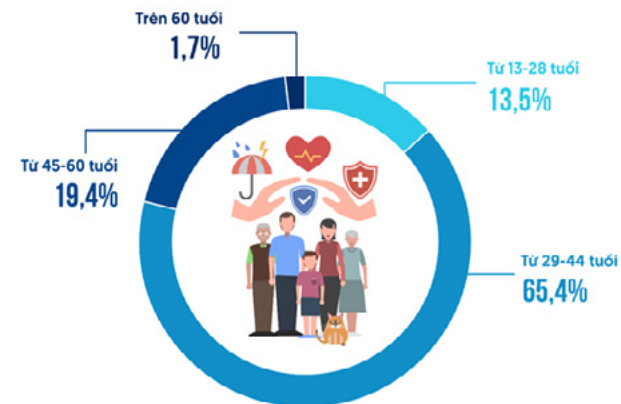
Nếu Gen Y là người “chuyển tiếp” giữa mô hình tiêu dùng cũ và mới, thì Gen Z là thế hệ hoàn toàn sống trong môi trường số.

Đối với họ, bảo hiểm không còn là một hợp đồng dài lê thê cần đọc kỹ từng dòng, mà là một sản phẩm “tiện dụng” – được thiết kế gọn nhẹ, linh hoạt và dễ tiếp cận.

Gen Z có xu hướng lựa chọn các gói bảo hiểm nhỏ như bảo hiểm tai nạn cá nhân, bảo hiểm chuyến đi, bảo hiểm khi đặt xe công nghệ hoặc thanh toán vé máy bay – tức là các gói bảo hiểm vi mô gắn liền với hành vi tiêu dùng hằng ngày.

Với họ, bảo hiểm chỉ cần đúng lúc, đúng nhu cầu và thao tác nhanh chóng – tương tự như trải nghiệm họ có khi dùng Shopee, Grab, MoMo hay TikTok.

Phân bố độ tuổi của người mua bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ tại Việt Nam



Điều này buộc các doanh nghiệp bảo hiểm (DNBH) phải thay đổi tư duy từ “bán sản phẩm” sang “thiết kế trải nghiệm”.

Bảo hiểm vi mô – chìa khóa cho hệ sinh thái phổ cập

Sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng, đặc biệt từ Gen Z, đang mở ra cơ hội lớn cho bảo hiểm vi mô.

Đây là những sản phẩm có mức phí thấp, thời hạn ngắn, thủ tục đơn giản và thường được tích hợp trong các nền tảng số như ngân hàng điện tử, ví điện tử hoặc app đặt xe, mua sắm online.

Ví dụ, người dùng có thể dễ dàng mua bảo hiểm an ninh mạng với chi phí chỉ từ 5.000–10.000 đồng/tháng thông qua ứng dụng ngân hàng.

Khi đặt xe công nghệ, hệ thống có thể tự động gợi ý mua bảo hiểm tai nạn với mức phí chỉ vài nghìn đồng.

Những sản phẩm này đang hoạt động theo mô hình “bảo hiểm nhúng” – nghĩa là bảo hiểm được tích hợp trực tiếp vào hành vi số của người dùng.

Lợi ích của mô hình này rất rõ ràng: nó rút ngắn hành trình khách hàng, loại bỏ rào cản về quy trình, giấy tờ và thời gian tư vấn, từ đó tăng mạnh tỷ lệ chuyển đổi.

Đây là cách duy nhất để tiếp cận thế hệ người tiêu dùng trẻ vốn ít kiên nhẫn với các thủ tục truyền thống.

Việt Nam hiện có hơn 100 triệu người dùng smartphone và khoảng 77% dân số trưởng thành sở hữu tài khoản ngân hàng – một nền tảng lý tưởng để triển khai các sản phẩm bảo hiểm vi mô trên diện rộng.

Nếu được tích hợp khéo léo vào hệ sinh thái số, bảo hiểm có thể trở thành một phần “mặc định” trong đời sống tài chính của người dân.

Tuy nhiên, để bảo hiểm vi mô phát triển bền vững, 3 vấn đề lớn cần được giải quyết:

- Thứ nhất là khung pháp lý. Dù Luật Kinh doanh bảo hiểm đã cho phép hợp đồng điện tử, nhiều quy định hiện vẫn chưa theo kịp mô hình phân phối mới. Các sản phẩm bảo hiểm vi mô, đặc biệt là bảo hiểm nhúng, đang thiếu hành lang pháp lý rõ ràng, khiến nhiều DNBH e dè khi triển khai.

- Thứ hai là chi phí vận hành. Với mức phí thấp, lợi nhuận từ mỗi hợp đồng bảo hiểm vi mô gần như không đáng kể. Doanh nghiệp buộc phải đầu tư vào công nghệ, tự động hóa và vận hành ở quy mô lớn để tạo ra hiệu quả kinh tế. Điều này đòi hỏi nguồn lực và chiến lược dài hạn, không dễ dàng với tất cả DNBH.
- Thứ ba là niềm tin từ người tiêu dùng. Gen Y – vốn quen với các sản phẩm bảo hiểm truyền thống – vẫn có tâm lý dè dặt khi mua bảo hiểm online. Trong khi đó, Gen Z dễ tiếp cận, nhưng yêu cầu cao về trải nghiệm minh bạch, nhanh gọn. Việc xây dựng niềm tin và trải nghiệm đồng nhất trên các nền tảng số là yếu tố sống còn để giữ chân hai nhóm khách hàng này.

Như vậy, Gen Y và Gen Z không chỉ là 2 nhóm khách hàng lớn nhất, mà còn là lực lượng định hình tương lai ngành bảo hiểm Việt Nam. Bằng việc thấu hiểu hành vi, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, thúc đẩy bảo hiểm vi mô và cá nhân hóa trải nghiệm, ngành bảo hiểm có thể không chỉ mở rộng thị trường mà còn góp phần xây dựng một xã hội an toàn tài chính, toàn diện và thích ứng với kỷ nguyên số.



Riêng trong năm 2024, tỷ lệ mua bảo hiểm qua nền tảng số của Gen Y tăng tới 12,6% so với năm trước – một minh chứng rõ nét cho xu thế số hóa hành vi tiêu dùng tài chính.

2

Tiêu điểm PVI



01 PVI Holdings lần đầu góp mặt trong bảng xếp hạng Fortune Southeast Asia 500

Hà Nội, ngày 17 tháng 6 năm 2025 – Công ty Cổ phần PVI (PVI Holdings) chính thức ghi danh trong Fortune Southeast Asia 500, bảng xếp hạng uy tín của Tạp chí Fortune công bố lần thứ hai, nhằm vinh danh 500 doanh nghiệp có doanh thu cao nhất khu vực Đông Nam Á.

Năm 2024, trong lần đầu tiên bảng xếp hạng được công bố, Việt Nam có 70 doanh nghiệp được vinh danh, với 13 đại diện góp mặt trong Top 100. Sang năm 2025, số lượng doanh nghiệp Việt Nam trong danh sách tăng lên 76, cho thấy sự cải thiện về quy mô và hiệu quả hoạt động của khu vực doanh nghiệp trong nước. Một số tên tuổi tiêu biểu của Việt Nam trong bảng xếp hạng năm nay bao gồm: Petrovietnam, Agribank, BIDV, VietinBank, Vingroup, Masan Group, PV Gas, PNJ...

Bên cạnh việc ghi nhận năng lực tài chính của các công ty lớn trong khu vực, bảng xếp hạng còn là cơ sở tham khảo về xu hướng tăng trưởng và mức độ phát triển của các nền kinh tế Đông Nam Á trong bối cảnh thị trường toàn cầu tiếp tục nhiều biến động.

Việc có mặt trong danh sách này mang ý nghĩa quan trọng đối với PVI, góp phần nâng cao uy tín thương hiệu, mở rộng cơ hội hợp tác và tiếp cận thị trường khu vực. Đồng thời, đây cũng là dấu mốc phản ánh năng lực điều hành, hiệu quả hoạt động cũng như chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh ngày càng cao.

Khẳng định năng lực nội tại, hướng tới phát triển bền vững

Trải qua gần 30 năm hình thành và phát triển, PVI đã xây dựng được nền tảng tài chính vững chắc, hệ sinh thái bảo hiểm – đầu tư toàn diện, cùng đội ngũ nhân sự chuyên môn cao. Trong năm 2024, PVI ghi nhận doanh thu hợp nhất đạt 21,8 nghìn tỷ đồng (125% kế hoạch), lợi nhuận trước thuế đạt 1.118 tỷ đồng, và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) vượt 15%.

Trong năm 2025, PVI Holdings đặt mục tiêu đạt tổng doanh thu phần đầu đạt 26.000 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế phần đầu đạt 1.300 tỷ đồng, và ROE duy trì ở mức 15%. Trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ, PVI tiếp tục củng cố vị thế dẫn đầu thị phần, đồng thời triển khai lộ trình tăng vốn giai đoạn 2025–2029 nhằm đảm bảo năng lực tài chính và duy trì xếp hạng tín nhiệm quốc tế.

Đặc biệt, khả năng xử lý tổn thất nhanh chóng, minh bạch và nhất quán của các đơn vị trong hệ thống PVI là yếu tố giúp duy trì niềm tin của khách hàng trong các tình huống rủi ro lớn. PVI cam kết duy trì đà tăng trưởng ổn định, đổi mới trong vận hành và chuẩn bị nền tảng tài chính – công nghệ vững chắc để sẵn sàng cho giai đoạn phát triển mới mang tầm khu vực.

Tại PVI Holdings, chuyển đổi số là trụ cột trong chiến lược phát triển dài hạn. Doanh nghiệp đang đẩy mạnh đầu tư vào nền tảng công nghệ và dữ liệu, ứng dụng các giải pháp phân tích nâng cao nhằm tối ưu hóa hiệu suất vận hành, tăng cường trải nghiệm người dùng và mở rộng các kênh dịch vụ số. Song song đó, PVI tiếp tục mở rộng các sáng kiến gắn với yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG), tích hợp bền vững vào chính

sách đầu tư và hoạt động kinh doanh cốt lõi. Đây cũng là cách PVI đồng hành cùng Việt Nam trong hành trình hướng đến nền kinh tế xanh, tuần hoàn và toàn diện hơn.

Việc hiện diện trong danh sách Fortune Southeast Asia 500 là dấu ấn quan trọng đối với PVI Holdings - không chỉ là sự ghi nhận kết quả kinh doanh, mà còn mở ra nhiều cơ hội hợp tác khu vực, tiếp cận các đối tác chiến lược và gia tăng khả năng hiện diện trên thị trường quốc tế.

Dựa trên nền tảng nội lực vững vàng, PVI đặt mục tiêu, thúc đẩy hoạt động bảo hiểm, tái bảo hiểm, mở rộng dịch vụ quản lý tài sản và khai phá các lĩnh vực tiềm năng như bảo hiểm năng lượng tái tạo, bảo hiểm trách nhiệm môi trường, đầu tư xanh... Đây cũng là bước đệm để PVI tiếp tục mở rộng chuỗi giá trị, gia tăng năng lực cạnh tranh và vươn tới những chuẩn mực cao hơn trong ngành bảo hiểm – tài chính khu vực.

Trên hành trình sắp tới, PVI cam kết duy trì phương châm phát triển bền vững, lấy khách hàng làm trung tâm và minh bạch trong quản trị. Doanh nghiệp sẽ tiếp tục đầu tư vào năng lực con người, quản trị rủi ro hiện đại và đổi mới sáng tạo, qua đó kiến tạo giá trị bền vững cho cổ đông, khách hàng và cộng đồng.



02

PVI Holdings lần thứ hai được vinh danh trong TOP50 Doanh nghiệp Phát triển



PVI trao tặng các phần quà cho 30 cháu học sinh thuộc hộ nghèo, hộ chính sách và hộ có hoàn cảnh khó khăn của 2 bản Nà Phung và Khuổi Rỳ

Công ty Cổ phần PVI Holdings (PVI) vừa một lần nữa khẳng định vị thế của mình khi lần thứ hai liên tiếp được vinh danh trong Bảng Xếp hạng “TOP50 Doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu Việt Nam 2025” (TOP 50 CSA). Đây là cột mốc đáng tự hào ghi nhận nỗ lực không ngừng của PVI trong hành trình phát triển bền vững toàn diện.

TOP50 CSA là chương trình bình chọn do Tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư tổ chức, hướng tới mục tiêu tôn vinh các doanh nghiệp tiêu biểu trong phát triển bền vững thuộc cả 3 khối: doanh nghiệp FDI, doanh nghiệp niêm yết và doanh nghiệp chưa niêm yết.

Hội đồng Thẩm định chương trình gồm đại diện cấp cao từ các tổ chức uy tín như HSBC Việt Nam, PwC Việt Nam, Schneider Electric Việt Nam, Viện Nghiên cứu và Phát triển Kinh tế Tuần hoàn, Talentnet, Công ty Quản lý Quỹ VinaCapital, cùng với Tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư.

Việc tiếp tục có mặt trong TOP50 CSA không chỉ là minh chứng cho những thành tựu nổi bật của PVI trong hoạt động kinh doanh, mà còn là sự công nhận cho chiến lược phát triển bền vững lâu dài mà toàn hệ thống đang triển khai.

03

PVI - Đại diện Châu Á tỏa sáng tại Talanx Cup 2025: Hành trình đầy kiêu hãnh và dấu ấn không thể phai mờ



Đoàn thể thao PVI tham dự Talanx Cup, dẫn đầu là ông Dương Thanh Danh Francois - Trưởng đoàn, ông Đỗ Tiến Thành - phó trưởng đoàn, cùng 14 cầu thủ thể hiện sự quyết tâm trước khi xuất phát

Có những hành trình dẫu chưa chạm tới đỉnh vinh quang nhưng vẫn khiến người ta phải nhớ mãi. Đội bóng PVI tại giải Talanx Cup 2025 chính là minh chứng sống động cho điều đó.

Là đại diện duy nhất của Châu Á góp mặt tại sân chơi lớn này, PVI đã xuất sắc vượt qua vòng loại khốc liệt với sự tham gia của 40 đội bóng đến từ khắp nơi trên thế giới. Để rồi, trong vòng đấu 1/16 – nơi hội tụ những đội bóng hàng đầu từ Châu Âu, Châu Mỹ và Châu Phi – PVI đã để lại một dấu ấn không thể phai nhòa, một câu chuyện đẹp về khát vọng, về tinh thần Việt Nam giữa lòng thế giới.

Lá cờ đỏ sao vàng tung bay kiêu hãnh

Có ai đó đã từng nói: “Mỗi bước chân trên sân cỏ cũng là một bước tiến của hình ảnh quốc gia”. Quả thật, sự hiện diện của lá cờ đỏ sao vàng trên thảm cỏ xanh mướt tại Talanx Cup năm nay không chỉ là biểu tượng của một đội bóng đến từ Việt Nam – đó còn là tiếng nói mạnh mẽ của một đất nước đang vươn mình hội nhập, đầy tự tin và khát vọng.



Ông Dương Thanh Danh - PCT HĐQT - Trưởng đoàn và ông Đỗ Tiến Thành - Phó TGD, phó trưởng đoàn tặng cờ các đội trước khi thi đấu

Các đối thủ, dù đến từ những nền bóng đá phát triển lâu đời, cũng không khỏi ấn tượng trước hình ảnh đoàn quân PVI thi đấu đầy bản lĩnh, kỹ thuật và sáng tạo. PVI đã không đơn thuần chơi một trận bóng – họ đang kể cho thế giới nghe về con người Việt Nam: dẻo dai, bền bỉ, linh hoạt và đặc biệt là luôn cống hiến hết mình trong bất cứ hoàn cảnh nào.

Một tinh thần thi đấu Fair Play chuẩn mực

Bóng đá là trò chơi của cảm xúc, của va chạm và đôi khi là những phút giây nóng bỏng. Nhưng suốt hành trình tại Talanx Cup, đội bóng PVI đã chứng minh một giá trị quý báu: chơi đẹp để nhận sự tôn trọng.

Từng đường chuyền, pha tranh bóng, cú sút... đều cho thấy sự tập trung cao độ, kỹ thuật bài bản và trên hết là tinh thần Fair Play đúng mực. Không hề có những pha vào bóng thô bạo hay hành xử thiếu kiềm chế – PVI

chơi như những chiến binh văn minh, những sứ giả thân thiện mang hình ảnh của Việt Nam ra với thế giới.

Chính điều đó khiến đối thủ – dù thắng hay thua – đều nở nụ cười khi rời sân. Các cổ động viên quốc tế thì trầm trồ trước sự điềm đạm, lịch sự và hòa đồng của những chàng trai áo đỏ. Những cái bắt tay siết chặt sau trận, những ánh mắt đầy thiện chí... tất cả đã vẽ nên một bức tranh đẹp về tình hữu nghị, sự gắn kết không biên giới.

Hành trình chưa dài nhưng đủ để làm nên lịch sử

Dừng chân ở vòng 1/16 không phải là kết thúc buồn. Ngược lại, với PVI – đây là một bước khởi đầu rực rỡ để mở ra những cánh cửa mới, những sân chơi mới và tầm nhìn mới.

40 đội bóng, hàng trăm trận đấu, hàng nghìn cầu thủ –

và PVI, đội bóng Việt Nam duy nhất, đã ngẩng cao đầu rời giải với tư thế của người chiến thắng trong trái tim bạn bè quốc tế. Talanx Cup 2025 đã giúp PVI khẳng định giá trị không chỉ trên sân cỏ mà còn trên phương diện giao lưu văn hóa, kết nối cộng đồng và xây dựng thương hiệu Việt Nam đầy thiện cảm trong mắt thế giới.

PVI – không chỉ là một đội bóng

PVI đã chứng minh rằng thể thao là cây cầu nối tuyệt vời giữa các nền văn hóa. Những câu chuyện hậu trường, những khoảnh khắc giao lưu giản dị, những tràng cười và những cái ôm trên sân cỏ đã vượt xa giới hạn của một giải đấu thể thao đơn thuần.

Chính sự chuyên nghiệp, nhiệt huyết, máu lửa và tinh thần cởi mở, thân thiện của các cầu thủ PVI đã góp phần lan tỏa giá trị tốt đẹp của con người Việt Nam: hòa đồng, chân thành và luôn sẵn sàng hội nhập.

Không chỉ là chiến thắng của một đội bóng – đây là chiến thắng của hình ảnh Việt Nam mới: năng động, tươi trẻ và đầy triển vọng trên trường quốc tế.

PVI – Chuyện không chỉ là một cuộc chơi

PVI không chỉ tham gia giải đấu như một đội bóng, mà còn biến sân chơi trở thành cầu nối: giữa nhân viên, cán bộ và lãnh đạo; giữa nội tại doanh nghiệp với đối tác quốc tế. Sự kiện này cho thấy PVI không chỉ là doanh nghiệp bảo hiểm – mà là một định chế tài chính – văn hóa, biết cách “chơi” và “chiến” để gắn kết đội ngũ và truyền cảm hứng.

Kết nối với Talanx & HDI – Từ cấp cao đến cấp chuyên môn

Tầm nhìn dài hạn – Giải đấu là điều khởi đầu

Talanx Cup không đơn thuần là nơi tranh tài, mà là nền tảng để PVI nghiên cứu, học hỏi và áp dụng chất lượng quốc tế: từ kỹ năng quản trị – rủi ro, đến tổ chức vận hành đội nhóm. Nếu như Talanx đã hỗ trợ PVI trong triển khai IFRS 17, các phòng nghiên cứu sản phẩm... thì Talanx Cup là bước đá đầu tiên để “trải nghiệm thực tế” và tăng cường kết nối nội bộ.

Cũng trong khuôn khổ giải đấu, đại diện đoàn PVI - ông Dương Thanh Danh và ông Đỗ Tiến Thành đã gặp gỡ ông David Hullin - TV Ban Điều hành HDI Global SE và ông Edgar Puls - TGĐ HDI Global SE.

Thông điệp từ PVI: “Chung vai – Chinh phục”

Việc tham dự Talanx Cup thể hiện rõ tâm thế của một doanh nghiệp hiện đại, không chỉ chú tâm vào kết quả kinh doanh mà còn tinh tế xây dựng văn hoá, sức mạnh tập thể và bản lĩnh thương hiệu. Đây là lời khẳng định mạnh mẽ rằng: PVI – khi chơi là nỗ lực, khi chiến là chiến thắng – và khi thắng là hướng đến vinh quang chung.

Lời kết

Hành trình tại Talanx Cup 2025 có thể đã khép lại, nhưng những giá trị mà PVI mang lại sẽ còn vang xa. Lá cờ đỏ sao vàng đã được nâng cao giữa trời Âu – như lời khẳng định mạnh mẽ rằng Việt Nam đã, đang và sẽ tiếp tục sánh vai cùng bạn bè năm châu, không chỉ trong kinh tế, văn hóa mà cả trong thể thao – lĩnh vực gắn kết con người mạnh mẽ nhất.

Một số hình ảnh về giải đấu:



Ông Dương Thanh Danh - PCT HĐQT - Trưởng đoàn và ông Đỗ Tiến Thành - Phó TGĐ, phó trưởng đoàn tặng cờ các đội trước khi thi đấu



Ông Dương Thanh Danh - PCT HĐQT - Trưởng đoàn và ông Đỗ Tiến Thành - Phó TGĐ, phó trưởng đoàn tặng cờ các đội trước khi thi đấu



Đoàn PVI tặng quà lưu niệm cho Ban Tổ chức Talanx Cup 2025





04

Tập huấn luyện nghiệp vụ bảo hiểm cháy và tài sản cho đội ngũ VNPost Từ Liêm: Đặt nền tảng cho sự phát triển bền vững



Toàn cảnh hội trường chương trình đào tạo bảo hiểm cháy và tài sản

Sáng ngày 18/6/2025, tại trụ sở Bưu điện Trung tâm Từ Liêm – số 14 Nguyễn Cơ Thạch, Hà Nội – chương trình tập huấn nghiệp vụ bảo hiểm cháy và tài sản do Công ty Bảo hiểm PVI Link (PVI Link) phối hợp cùng VNPost tổ chức đã diễn ra thành công. Sự kiện thu hút sự tham gia đông đảo và tích cực của đội ngũ cán bộ, nhân viên là lực lượng bán hàng từ Bưu điện Trung tâm Từ Liêm.

Nằm trong khuôn khổ chương trình hợp tác chiến lược giữa PVI Link và hệ thống VNPost, buổi đào tạo không chỉ đơn thuần là hoạt động phổ biến kiến thức, mà còn góp phần hiện thực hóa mục tiêu nâng cao chất lượng đội ngũ và chuyên nghiệp hóa dịch vụ trên toàn quốc. Nội dung đào tạo được xây dựng bài bản, chú trọng cả chiều rộng lẫn chiều sâu, xoay quanh các khía cạnh thiết yếu như quy trình khai thác, cấp đơn, giám định và bồi thường đối với sản phẩm bảo hiểm cháy và tài sản.

Đặc biệt, chương trình đã giúp cán bộ nhân viên nắm bắt rõ các quy định mới về mức phí, mức khấu trừ theo Nghị định 67, danh mục 44 cơ sở bắt buộc mua bảo hiểm theo Nghị định 105/2025/NĐ-CP, cũng như những điểm cần lưu ý trong công tác thẩm định rủi ro tài sản – cháy nổ. Những nội dung này không chỉ phục vụ tốt hơn công việc hiện tại, mà còn là hành trang cần thiết để đội ngũ nhân sự tại cơ sở chủ động thích ứng trong môi trường kinh doanh bảo hiểm ngày càng cạnh tranh.

Bên cạnh yếu tố chuyên môn, chương trình còn là dịp kết nối, chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn giữa các cá nhân và đơn vị, tạo tiền đề cho sự phối hợp hiệu quả hơn trong tương lai. Với sự chủ động và tinh thần trách nhiệm, đội ngũ cán bộ tham gia được kỳ vọng sẽ trở thành những “chuyên gia tuyến đầu” trong lĩnh vực bảo hiểm tài sản – cháy nổ, góp phần tích cực vào mục tiêu tăng trưởng doanh thu và mở rộng thị phần một cách bền vững trong hệ thống.

Trong thời gian tới, PVI Link sẽ tiếp tục đồng hành cùng các đối tác, phát triển thêm nhiều chương trình đào tạo chuyên sâu và thực tiễn hơn nữa, góp phần xây dựng một hệ sinh thái bảo hiểm chuyên nghiệp, hiệu quả và bền vững.



Cán bộ các đơn vị chăm chú lắng nghe và trao đổi nghiệp vụ trong phần thảo luận



Cán bộ PVI Link trình bày nội dung chuyên sâu về quy trình cấp đơn bảo hiểm tài sản

3

Góc thư giãn



Tờ giấy trắng trong ngăn bàn

Nguồn: Sưu tầm

Anh Tuấn là một nhân viên kinh doanh bảo hiểm đã ngoài 40 tuổi. Anh không phải người giỏi ăn nói, cũng không đạt nhiều chỉ tiêu như các bạn trẻ. Nhưng anh luôn giữ một thói quen lạ lùng:

Trong ngăn bàn làm việc, anh cẩn thận cất một tờ giấy trắng đã ngả màu.

Hỏi ra mới biết, đó là bản hợp đồng đầu tiên anh ký cách đây hơn 15 năm – dành cho một người phụ nữ bán hàng rong.

Khi ký, cô ấy nói:

– Tôi chẳng có gì để mất, chỉ có thằng con là tài sản lớn nhất. Lỡ mai này có chuyện, tôi chỉ mong nó không lẫn lóc giữa đời.

Ba năm sau, người phụ nữ ấy qua đời vì tai nạn. Bảo hiểm đã chi trả số tiền đủ để đưa con học hết đại học, có một khởi đầu khác.

Anh Tuấn không bao giờ xếp tờ giấy đó lại. Anh giữ nó phẳng như giữ ý nghĩa thật sự của công việc này.



