



BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC VỀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2025 VÀ KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG NĂM 2026



CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG VIÊN NƯỚC ĐÀM SEN (DSN)

Số 3 Hòa Bình, Phường Bình Thới, Thành phố Hồ Chí Minh

☎ 028.38588.418 ✉ lienhe@damsenwaterpark.com.vn

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

VỀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2025 VÀ KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG NĂM 2026

PHẦN 1: BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2025

I. TÌNH HÌNH CHUNG

Năm 2025 diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới tiếp tục có nhiều biến động phức tạp, áp lực lạm phát, biến động thị trường tài chính và thương mại quốc tế vẫn tiềm ẩn rủi ro, kinh tế thế giới đối mặt với nhiều bất ổn do xung đột vũ trang, cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn và tác động từ cuộc chiến thuế quan toàn cầu. Trong khi trong nước chịu tác động đan xen của thiên tai, biến đổi khí hậu và những khó khăn nội tại của doanh nghiệp và người dân. Trước tình hình đó, với sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, tình hình kinh tế – xã hội cả nước năm 2025 cơ bản giữ được ổn định, Việt Nam đã vượt qua khó khăn để đạt được kết quả kinh tế toàn diện, tạo nền tảng quan trọng cho phục hồi và phát triển trong giai đoạn tiếp theo. Kinh tế Việt Nam năm 2025 ghi nhận sự bứt phá mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng GDP đạt 8,02%, khẳng định vị thế dẫn đầu về tốc độ tăng trưởng trong khu vực Đông Nam Á. Cụ thể, GDP năm 2025 của nước ta tăng 8,02%, chỉ thấp hơn mức tăng kỷ lục của năm 2022 trong cả giai đoạn 2011-2025.

Ngành du lịch phát triển đã kích thích nhu cầu tiêu dùng gia tăng, từ đó lan tỏa mạnh. Trong năm 2025, khu vực dịch vụ tiếp tục là động lực chính của tăng trưởng kinh tế với mức gia tăng ước đạt khoảng 8,62%, đóng góp hơn 51% vào tổng mức tăng GDP của cả nền kinh tế. Những ngành dịch vụ trọng yếu như vận tải, lưu trú – ăn uống, du lịch và các dịch vụ tiêu dùng nói chung đều ghi nhận sự phục hồi mạnh mẽ nhờ vào nhu cầu tiêu dùng trong nước tăng cao và lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt kỷ lục mới trong năm 2025.

Năm 2025, TP. Hồ Chí Minh chịu nhiều tác động bất lợi do tình hình kinh tế chung còn khó khăn; thời tiết, mưa lớn và triều cường ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất, kinh doanh và đời sống dân cư; sức mua thị trường phục hồi chậm, chi phí sinh hoạt và sản xuất tăng cao, trong khi khả năng tiếp cận nguồn vốn của doanh nghiệp còn hạn chế. Trong bối cảnh đó, thành phố đã tập trung triển khai các giải pháp điều hành, hỗ trợ doanh nghiệp và bảo đảm an sinh xã hội, qua đó tình hình kinh tế – xã hội cơ bản được duy trì ổn định và từng bước phục hồi.

Công viên Nước Đầm Sen triển khai hoạt động kinh doanh năm 2025 trong bối cảnh kinh tế – xã hội còn nhiều khó khăn, các yếu tố cấu thành tạo nên kế hoạch không đạt được bao gồm:

- Yếu tố khách quan:** Thời tiết không thuận lợi trong nhiều tháng cao điểm, ảnh hưởng trực tiếp đến lượng khách; tình hình kinh tế khó khăn chung khiến khách hàng hạn chế chi tiêu cho các hoạt động vui chơi giải trí.
- Yếu tố thị trường:** Sự cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các điểm vui chơi, giải trí và du lịch khác; xu hướng khách hàng phân bổ chi tiêu sang các hình thức giải trí mới.
- Yếu tố nội tại:** Một số hạng mục, trò chơi cần thời gian bảo trì, nâng cấp; các chương trình kích cầu, khuyến mãi tuy được triển khai nhưng hiệu quả chưa đạt kỳ vọng so với kế hoạch ban đầu.

Lượng khách cả năm đạt 801.005 khách đạt tỉ lệ 78.76% so với cùng kỳ và đạt 76,29% so với kế hoạch.

Tổng doanh số đạt được năm 2025 là 181.495.448.064đ, đạt tỉ lệ 83,39% so với cùng kỳ và đạt 80,66% so với kế hoạch.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN

1) Doanh thu toàn công ty năm 2025:

DOANH THU THUẦN		TỔNG CẢ NĂM 2025					
		TH 24	KH 25	TH 25	%/2024	%/KH	
		217,636,663,313	225,000,000,000	181,495,448,064	83.39	80.66	
1	SL khách	1,016,972	1,050,000	801,005	78.76	76.29	
2	DỊCH VỤ	174,426,033,075	180,820,000,000	142,450,045,854	81.67	78.78	
a	Vé Công	168,611,046,744	174,500,000,000	137,741,256,316	81.69	78.93	
b	Vé Gởi đồ	5,814,986,331	6,320,000,000	4,708,789,538	80.98	74.51	
	Quầy chính	5,507,486,336	6,000,000,000	4,526,660,844	82.19	75.44	
	Quầy FF	307,499,995	320,000,000	182,128,694	59.23	56.92	
CÔNG VIÊN NƯỚC	3	ĂN UỐNG	39,650,142,558	41,680,000,000	35,457,421,938	89.43	85.07
a	Fastfood	33,928,019,136	35,680,000,000	29,817,183,561	87.88	83.57	
b	Nhà hàng	5,722,123,422	6,000,000,000	5,640,238,377	98.57	94.00	
4	M. BẢNG	2,445,666,665	2,500,000,000	2,533,927,606	103.61	101.36	
5	T. KHÁC	1,114,821,015	0	1,054,052,666	94.55	-	
a	Tài trợ	0	0	0	-	-	
b	Thu khác	1,114,821,015	0	1,054,052,666	94.55	-	

2) Công tác Marketing:

- Trong năm 2025 công viên thực hiện quảng bá trên các đài truyền hình, VOV giao thông với hơn 122 spots, hơn 10 kỳ báo, đồng thời cũng quảng bá trên Facebook, Messenger, Youtube, Zalo OA
- Chương trình ca nhạc Tết Ất Ty 2025 có các ca sĩ Nguyễn Đình Vũ, Lương Bích Hữu, Hana Cẩm Tiên, Hồ Việt Trung... nhằm tạo thêm điểm mới cho quảng cáo và tăng thu hút cho du khách.
- Thực hiện trang trí sản phẩm khuyến mại và chương trình xổ số tết Ất Ty 2025, tổ chức thực hiện 2 đợt quay số online xác định trúng thưởng, xe Air Blade 125cc, Robot hút bụi, máy tính bảng, đồng hồ thông minh, lò vi sóng...
- Xây dựng và triển khai thực hiện chương trình khuyến mãi mừng ngày Valentine 14/2 và Quốc tế phụ nữ ngày 8/3.

- Quảng bá cho đợt lễ giỗ tổ Hùng Vương, 30/4 và 1/5, Quốc Tế Thiếu Nhi 1/6, khởi động hè 2025,
- Thực hiện chương trình đẩy gậy truyền thống với Sở Văn hoá thể thao, cờ domino vào ngày giỗ Tổ Hùng Vương, hoạt động người máy khổng lồ, cờ caro khổng lồ.
- Tổ chức hội thi nhóm nhạc Acoustic toàn Quận 11 vào cuối tháng 4/2025, phối hợp với TT VHTT Quận 11. Nàng tiên cá, ca nhạc thiếu nhi, nhóm nhảy quanh công viên, show hát cho nhau nghe tạo sức hút cho giới trẻ, gia đình trong các tháng hè.
- Thực hiện chương trình khuyến mãi hè từ 14/6, với các giải thưởng: Xe máy điện Vinfast Evo 200, iPad A16 Wifi 128GB, Loa Tháp Samsung MX-T70/XV, Apple Watch SE GPS 40mm, Quạt làm mát không khí Kangaroo, Nồi chiên không dầu Magic. Quay số xác định khách hàng trúng thưởng và trao thưởng cho khách hàng các đợt 1, 2 và đợt 3 vào ngày 6/7, 3/8 và 2/9/2025.
- Phối hợp với Sở Giáo dục tổ chức chương trình Liên hoan tiếng hát Chú ve con, “Tiếng hát Chú ve con học sinh, học viên thành phố năm 2025” chủ đề “50 năm rạng ngời tri thức – Thành phố học tập vươn xa”. Có tổng cộng 110 đội tham gia, trong đó có 2 đơn vị mới (khu vực 2 - Bình Dương, Vũng Tàu cũ lần đầu tham gia liên hoan).
- Thực hiện các chương trình mua combo vé cổng và đồ ăn: với combo gia đình 3 người có 760 vé, doanh thu 50.692.000đ, combo 5 người 775 vé, doanh thu 875.750.000đ và combo 10 người 239 vé, doanh thu 548.505.000đ. Theo đó tỷ lệ đơn hàng đặt qua web so với cùng kỳ tăng: năm 2025 có 2.938 đơn hàng (tương đương 16.299 vé, 3.272.872.000đ, so với năm 2024 là 567 đơn (tương đương 2.572 vé, 549.240.000đ).
- Thực hiện các chương trình ca nhạc và khuyến mãi cho ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10, mừng ngày nhà giáo Việt Nam 20/11, chương trình Noel và Tết Dương lịch 2026. Đặc biệt, thực hiện chương trình tri ân khách hàng nhân dịp Mừng sinh nhật công viên 19/11, lần thứ 25, công viên ưu đãi miễn vé cho người có sinh nhật trong tháng 11. Tháng 12 có vòng quay may mắn trúng các mã giảm giá 30k,40k,50k/vé, đặc biệt người chơi có cơ hội trúng mã miễn vé vào cổng, chương trình thu hút hơn 2.300 lượt tham gia quay số. Gia hạn Como gia đình 3 người, đến hết 31/1/2026,
- Hoạt động ca nhạc Flamenco vẫn duy trì thứ bảy, chủ nhật hàng tuần tại khu vực Hồ Tạo Sóng. Tăng cường vào thứ 7, Chủ nhật hàng tuần các chương trình: Nàng tiên cá, ca nhạc thiếu nhi, nhóm nhảy quanh công viên, show hát cho nhau nghe tạo sức hút cho giới trẻ, gia đình.
- Theo dõi trả lời các bình luận của khách từ chatbot, zalo, oa và điều chỉnh thông tin phù hợp. Liên tục đăng bài fanpage cập nhật các hot trend của giới trẻ để tạo hiệu ứng người theo dõi Fanpage. Nâng tổng số lượt thích trang lên hơn 194.000 lượt, người theo dõi lên hơn 202.000 người.
- Chính trang, sửa chữa làm mới các pano bảng biểu chuẩn bị cho đợt Tết Nguyên Đán 2026. Làm mới bảng giá vé phòng vsé Hoà bình bằng các bảng đèn led làm cho khu vực này nổi bật hơn. Khảo sát, đánh giá các nhà cung cấp giải pháp CRM (quản trị khách hàng) cho công viên.

III. VỀ QUẢN LÝ KỸ THUẬT

1) Hệ thống thiết bị – điện nước:

- Về công tác kỹ thuật năm 2025, trong tháng 7/2025 hoàn thiện và đưa 2 hệ thống xử lý nước thải sinh hoạt 200m³ ngày đêm và hệ thống xử lý nước hồ bơi 600m³ ngày đêm đi vào hoạt động. Bên cạnh đó việc giảm độ sâu hút giếng ngầm làm cho chất lượng nước đẹp hơn, giảm chi phí hóa chất, điện khi xử lý nước ngầm thô trước khi cấp vô hồ bơi.
- Công viên đã hoàn thành gia hạn giấy phép khai thác nước ngầm có thời hạn 3 năm với công suất khai thác 350m³/ngày đêm, việc có giấy phép này giúp giảm đáng kể chi phí sử dụng nước thủy cục cấp cho các hồ bơi hiện nay.
- Công ty cũng tiến hành gia công chuyển toàn bộ trụ đèn điện chiếu sáng sang đèn năng lượng mặt trời giúp công viên đẹp hơn, phù hợp với xu hướng sử dụng năng lượng xanh, giảm phần nào chi phí điện tại công viên.

2) Về xây dựng sửa chữa – cảnh quan – môi trường:

- Các trò chơi trong công viên hiện nay đã hoạt động với thời gian dài, vì vậy công viên thường xuyên kiểm tra, bảo dưỡng định kỳ các thiết bị trò chơi nhằm đảm bảo an toàn cho du khách.
- Tiêu chí của công viên là Xanh-Sạch-Đẹp nên công viên chú trọng việc chăm sóc cây cảnh, tạo các mảng xanh, cảnh quan môi trường sạch đẹp tạo cảm giác thư giãn, thoải mái cho du khách chụp hình, check in...

IV. QUẢN TRỊ HÀNH CHÍNH

1) Về hành chính nhân sự, đào tạo tập huấn, chế độ phúc lợi :

- Thay đổi giấy phép kinh doanh theo địa giới hành chính mới từ 01/7/2025.
- Tổ chức cho CBNV tham dự các lớp tập huấn Sơ cấp cứu, phòng cháy chữa cháy, kiến thức An toàn thực phẩm, ATLĐ, tái đào tạo cứu hộ, kiểm tra nghiệp vụ bơi, cứu đuối...
- Công ty hoàn thành tốt nghĩa vụ đóng BHXH (17,5%), BHYT (3%), BHTN (1%) cho CBNV năm 2025 với tổng số tiền: 3.663.198.600đ.
- Từ tháng 7/2025, Công ty trích nộp BHXH cho lực lượng LĐTV với tổng số tiền là 382.998.850đ.
- Thực hiện đầy đủ các chế độ phúc lợi, thăm bệnh, hiếu hi... cho CBNV.
- Kiểm định, bảo trì, bảo dưỡng.. định kỳ cho 04 xe hơi công ty.
- Tổ chức 02 đợt tham quan học tập theo tiêu chuẩn hàng năm cho CBNV.
- Mua Bảo hiểm sức khỏe cho toàn thể CBNV với số tiền dự kiến 260.000.000đ
- Tổ chức khám sức khỏe tăng cường cho CBNV tại trung tâm y khoa DHA quận 3 với tổng chi phí khoảng 174.000.000đ.
- Mua bảo hiểm tai nạn cho CBNV hàng năm.
- Chi tiền mừng nhân dịp sinh nhật CBNV, các ngày lễ lớn trong năm 2025.

2) Công tác y tế dự phòng:

- Báo cáo tình hình hoạt động y tế, báo cáo VSATLĐ, bản tự kiểm tra về vệ sinh lao động, báo cáo y tế lao động định kỳ...
- Đo kiểm môi trường lao động hàng năm theo qui định.
- Lập kế hoạch và trang bị đồ BHLĐ hàng năm cho CBNV.
- Đảm bảo về an toàn VSTP, công tác lưu mẫu thực phẩm đầy đủ và thực hiện việc kiểm tra 3 bước mỗi ngày.
- Vận chuyển rác thực phẩm, rác y tế, chất thải nguy hại... theo đúng qui định.
- Xét nghiệm nước hồ bơi, nước uống Ro định kỳ.
- Thường xuyên xịt muỗi, diệt côn trùng toàn công viên.
- Lập hồ sơ theo dõi sức khỏe CBNV, bệnh nghề nghiệp, bệnh mãn tính...
- Mua bảo hiểm tai nạn cho khách khi vào vui chơi trong công viên.

3) Công tác ANTT và đảm bảo an toàn:

- Năm 2025, tình hình an ninh trật tự tại công viên luôn được đảm bảo. Thường xuyên tuần tra, bảo vệ trật tự trong công viên cũng như khu vực bên ngoài cổng công viên.
- Việc xuất nhập hàng hóa được theo dõi giám sát chặt chẽ, đảm bảo đúng theo qui định.
- Phối hợp với cán bộ cảnh sát PCCC và Cứu hộ Cứu nạn tập huấn công tác PCCC cho CBNV.
- Thường xuyên kiểm tra, bảo trì phương tiện PCCC.
- Phong trào nhặt của rơi giao bảo vệ trả lại cho khách đều thực hiện đúng theo qui định và luôn khen thưởng kịp thời các gương cá nhân tiêu biểu.

PHẦN 2: KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2026

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

Công Viên Nước Đầm Sen với vị trí kinh doanh hiện nay đang đứng trước áp lực cạnh tranh mạnh mẽ từ các điểm vui chơi giải trí quanh TP. HCM và vùng lân cận như: Công viên Suối Tiên; Công viên Grand Park/VinWonders; Khu du lịch Đại Nam.

Điều này dẫn đến chiến lược làm mới trải nghiệm – đầu tư trò chơi mới nhằm thu hút khách gia đình, nhóm bạn và khách đoàn. Đây là những yếu tố gây chia thị phần, qua đó gây khó khăn cho chiến lược kinh doanh của công viên nước Đầm Sen trong năm 2026.

Các định hướng trong năm 2026 bao gồm:

- Đầu tư thêm trò chơi mới, hấp dẫn hơn.
- Cải thiện dịch vụ nhằm kéo dài thời gian vui chơi trong ngày của khách hàng.
- Tối ưu trải nghiệm khách hàng (check-in, tiện ích, dịch vụ ăn uống...).
- Tăng cường quảng bá trò chơi hấp dẫn, quảng cáo Công viên xanh, sạch, đẹp, trò chơi hấp dẫn, địa điểm ngay trung tâm TP.

- Tăng cường trải nghiệm tiện ích khi mua vé online: như các chương trình quay trúng mã giảm, vé combo gia đình vừa vé công có ăn uống, vé nhóm 5 người, vé nhóm 8 người hoặc 10 người...

Kết quả kinh doanh năm 2025:

Năm 2025, hoạt động kinh doanh của công viên nước Đầm Sen diễn ra trong bối cảnh nhiều yếu tố bất lợi tác động đến ngành vui chơi giải trí nói chung và đơn vị nói riêng.

a) Nguyên nhân khách quan:

- ✓ Thời tiết bất lợi, mưa bão kéo dài làm giảm số ngày khai thác và lượng khách.
- ✓ Kinh tế khó khăn, người dân thắt chặt chi tiêu cho các dịch vụ vui chơi giải trí.
- ✓ Sự cạnh tranh gay gắt từ các khu vui chơi mới và các loại hình giải trí thay thế.

b) Nguyên nhân chủ quan:

- ✓ Một số sản phẩm, trò chơi chưa được đầu tư nâng cấp kịp thời để tạo sức hút mới.
- ✓ Hiệu quả khai thác một số giai đoạn cao điểm chưa đạt như kỳ vọng.
- Trong điều kiện đó, công viên nước Đầm Sen đã chủ động triển khai các giải pháp điều hành linh hoạt, kiểm soát chi phí, đẩy mạnh hoạt động tiếp thị – truyền thông, duy trì chất lượng dịch vụ và đảm bảo an toàn vận hành. Mặc dù kết quả chưa đạt chỉ tiêu đề ra, song trong bối cảnh nhiều yếu tố khách quan bất lợi, mức doanh thu đạt được như trên đã phản ánh sự nỗ lực rất lớn của tập thể cán bộ, nhân viên công viên nước Đầm Sen trong việc duy trì hoạt động ổn định, đảm bảo việc làm và thu nhập.

1) Công tác trọng tâm: Nhu cầu khách hàng và khả năng thách thức trong năm 2025

- Năm 2025, nhu cầu vui chơi giải trí của người dân có dấu hiệu phục hồi nhưng chưa ổn định, chịu tác động lớn từ tình hình kinh tế, thời tiết và xu hướng tiêu dùng mới. Đối với loại hình công viên nước ngoài trời, các yếu tố khách quan tiếp tục ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng khai thác và kết quả kinh doanh.
- Với nhu cầu của khách hàng hiện nay việc đòi hỏi về các yêu cầu gồm:
 - ✓ An toàn và chất lượng dịch vụ: Khách hàng ưu tiên các điểm vui chơi có thương hiệu uy tín, đảm bảo an toàn về trò chơi và an toàn về con người, quy trình vệ sinh và quy trình vận hành chuyên nghiệp.
 - ✓ Trải nghiệm mới, đa dạng: Nhu cầu làm mới không gian, chương trình theo mùa, sự kiện và hoạt động tương tác ngày càng cao, đặc biệt với giới trẻ và khách gia đình.
 - ✓ Chi tiêu hợp lý: Trong bối cảnh sức mua còn hạn chế, khách hàng quan tâm nhiều đến giá vé, ưu đãi, combo gia đình, vé nhóm và vé theo khung giờ.
 - ✓ Tiện lợi – số hóa: Xu hướng mua vé online, thanh toán không tiền mặt và tiếp cận thông tin qua mạng xã hội ngày càng phổ biến.
- Làm mới cải tạo đầu tư một số hạng mục nhằm phục vụ tốt hơn cho du khách khi đến với Công viên trong năm 2025 gồm các hạng mục sau:

- ✓ Làm lại và thay mới toàn bộ các mái lá trong công viên bằng chất liệu mới bằng lá nhựa phù hợp với cảnh quan chung.
- ✓ Thay thế mới toàn bộ nền gạch con sấu sau nhiều năm sử dụng hiện cũng đã hư hỏng và xuống cấp, trước mắt lát mới lại toàn bộ khu vực sân khấu trung tâm.
- ✓ Làm mới khu vực bầu trời tại sân khấu vòi phun.
- Năm 2025, nhu cầu vui chơi giải trí vẫn hiện hữu nhưng có sự thay đổi rõ rệt về hành vi tiêu dùng theo hướng thận trọng, ưu tiên an toàn, giá trị trải nghiệm và tiện lợi. Trước các thách thức về thời tiết, sức mua và cạnh tranh, công viên nước Đầm Sen cần tiếp tục điều hành linh hoạt, tối ưu chi phí, từng bước làm mới sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ để thích ứng và duy trì hiệu quả hoạt động

2) Các bước tiếp theo trong hoạch định chiến lược kinh doanh 2026:

Trong năm 2026 xây dựng chiến lược và giải pháp trọng tâm bao gồm:

- Nâng cao các sản phẩm – dịch vụ hiện có như: nâng cao hiệu quả khai thác trò chơi hiện hữu, làm mới, tân trang các cụm máng, công tác tổ chức sự kiện theo mùa nhằm quảng bá các hạng mục làm mới đến với khách hàng, từng bước làm mới các trải nghiệm khi khách đến với công viên.
- Marketing – bán hàng: đẩy mạnh các phương án về truyền thông số, bán vé online, chương trình ưu đãi linh hoạt theo đối tượng và thời điểm.
- Giá và chính sách bán vé: đa dạng nhiều dạng gói vé, combo gia đình, vé nhóm, vé theo khung giờ.
- Vận hành – chi phí: tối ưu quy trình, tiết kiệm năng lượng, kiểm soát chi phí chặt chẽ.
- Chất lượng và an toàn: duy trì an toàn tuyệt đối, nâng cao chất lượng phục vụ.
- Khách hàng ngày càng có xu hướng tìm kiếm sự đổi mới trong trải nghiệm vui chơi giải trí khi quay trở lại công viên nước Đầm Sen, khách hàng không chỉ mong muốn duy trì chất lượng dịch vụ, an toàn, mà còn kỳ vọng có thêm những sản phẩm, hoạt động, chương trình mới lạ, hấp dẫn và khác biệt. Việc liên tục làm mới nội dung vui chơi, tổ chức các sự kiện theo mùa và nâng cao trải nghiệm tổng thể là yếu tố quan trọng nhằm giữ chân khách hàng, gia tăng tần suất quay lại và nâng cao hiệu quả kinh doanh.
- Ban Điều Hành công viên nước Đầm Sen cũng đã đề xuất đầu tư mới một số trò chơi có tính tương tác cao, đây là nhu cầu sau nhiều năm chưa được đầu tư trò chơi mới để quảng bá thu hút khách hàng. Tuy nhiên các vấn đề pháp lý về hồ sơ thuê đất vẫn chưa có phương án trong hiện tại. Vấn đề này Hội Đồng Quản Trị cũng đang tiếp tục xúc tiến các hạng mục trong hồ sơ pháp lý về thuê đất trong thời gian tới.
- Liên kết với Cty SantaPocket triển khai tủ khóa giao nhận hàng thông minh 4.0 sử dụng công nghệ IoT hiện đại. Mọi thao tác giao nhận hàng đều được thực hiện thông qua ứng dụng di động tiện lợi giúp tiết kiệm thời gian – công sức – chi phí.
- Đầu tư làm mới toàn bộ khu vực tường bằng các hình ảnh 3D tạo sinh động và mới mẻ khi khách hàng đến trải nghiệm vui chơi tại công viên nước.

- Cải tạo khu vực hầm xử lý nước bằng cách tạo cảnh quan, cây xanh, núi sơn thạch nhũ tạo điểm nhấn cho khách hàng có địa điểm check in khi đến khu vực công viên.

3) Tổng quan

- Với những yêu cầu mà Đại Hội Cổ Đông giao cho HĐQT và Ban Điều Hành công viên nước Đầm Sen trong kế hoạch kinh doanh của năm 2025, công viên nước Đầm Sen cũng đã có những cố gắng tuy nhiên nhiều yếu tố khách quan và chủ quan nên vẫn chưa đạt được kế hoạch trong năm 2025.

II. KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2026

Dự kiến doanh số các bộ phận trong năm 2026:

1. Tổng doanh thu năm 2026 : 190 tỷ DTT
2. Tổng chi phí quảng cáo, tiếp thị, ca nhạc : 6%/Doanh thu thuần.
3. Tổng quỹ tiền lương + thù lao HĐQT : 25%/DTT
và các doanh thu khác phát sinh trong kỳ
(trong đó quỹ lương CB-NV 23% , thù lao HĐQT-BKS 2%).
4. Mức khấu hao/năm : 5,6 tỷ
5. Lợi nhuận sau thuế : 73 tỷ
6. Cổ tức tối thiểu cho cổ đông năm 2026 : 24%/VĐL (120,830 tỷ).

III. BIỆN PHÁP THỰC HIỆN

1) Chiến lược kinh doanh:

a) Công tác quảng cáo:

- ✓ Tăng mức độ nhận diện thương hiệu công viên nước Đầm Sen, đặc biệt trong nhóm khách gia đình, giới trẻ và khách đoàn.
- ✓ Triển khai, hoàn thiện hệ thống CRM; tích hợp hệ thống wifi marketing toàn bộ trong công viên.
- ✓ Tiếp tục thực hiện thay mới các bảng hộp đèn led ở các khu vực cần thiết khác trong công viên giúp khách hàng dễ nhận diện khu vực mình cần đến.
- ✓ Khảo sát, đánh giá, xây dựng mini app trên Zalo, triển khai kết nối API với nexpano để có thể bán vé và triển khai đồng bộ các chương trình khuyến mãi theo từng nhu cầu của khách hàng. Thu hút khách quay lại công viên thông qua việc truyền thông các trải nghiệm mới, chương trình sự kiện và ưu đãi theo mùa.
- ✓ Chuyển trọng tâm từ quảng cáo đại trà sang truyền thông có chọn lọc, tập trung đúng phân khúc khách hàng mục tiêu.
- ✓ Nhấn mạnh thông điệp “luôn có cái mới – trải nghiệm hấp dẫn khi quay lại”, kết hợp yếu tố an toàn, chất lượng dịch vụ.
- ✓ Đẩy mạnh quảng cáo số, nội dung sáng tạo, bắt kịp xu hướng tiêu dùng khách hàng.
- ✓ Linh hoạt điều chỉnh thông điệp theo mùa vụ, thời tiết và các sự kiện lớn trong năm.

- ✓ Trang trí tiêu cảnh, khu vực trung bày hàng khuyến mãi Tết Nguyên Đán 2026.
- ✓ Tối ưu hiệu quả chi phí quảng cáo, phù hợp với tình hình thị trường và khả năng tài chính. Đưa thông tin công viên nước Đầm Sen là khu vui chơi an toàn lên ưu tiên hàng đầu để khách hàng an tâm khi đến vui chơi giải trí tại đây.
- ✓ Kết hợp với các đơn vị Sở Giáo Dục Đào Tạo TPHCM tổ chức các sân chơi nhóm Ca Khúc Chú Ve Con, nhóm Nhảy Aerobic, múa Đồng Diễn Nhi Đồng... Phối hợp Sở Thể Dục Thể Thao TPHCM tạo các sân chơi như đẩy gậy truyền thống, vật truyền thống, cờ người.

b) Công tác tài trợ

- ✓ Tiếp tục liên kết với các đơn vị tài trợ hiện hữu và tìm kiếm một số nhà tài trợ mới triển khai và quảng bá các chương trình tài trợ trong công viên. Xây dựng các chương trình và vận động tài trợ cho các hoạt động chính của năm 2026.

c) Công tác khuyến mãi – ca nhạc

- ✓ Công tác khuyến mãi kết hợp ca nhạc nhằm gia tăng sức hút cho công viên, khuyến khích khách quay lại, đặc biệt trong các giai đoạn thấp điểm; đồng thời nâng cao trải nghiệm vui chơi giải trí, góp phần thực hiện kế hoạch doanh thu năm 2026.
- ✓ Các chương trình Game Show phù hợp theo Trend của giới trẻ, cập nhật các chương trình mới, các show thu hút khách trên các Show giải trí truyền hình,
- ✓ Áp dụng các chương trình giảm giá vé theo khung giờ, ngày thường; combo gia đình, vé nhóm; ưu đãi cho khách mua vé online và khách quay lại; kết hợp quà tặng, minigame, vòng quay may mắn nhằm tăng giá trị trải nghiệm
- ✓ Các chương trình xổ số khuyến mãi vào tháng Tết hoặc các tháng hè để đảm bảo khách hàng ủng hộ và yêu thích khi đến với công viên nước Đầm Sen.

d) Công tác tiếp thị:

- ✓ Đẩy mạnh công tác tiếp thị trường học và giáo xứ, lên kế hoạch tiếp thị các tỉnh lân cận, chuẩn bị thư mời và brochure gửi và tiếp thị đến các trường học tại TPHCM và các tỉnh thành lân cận.
- ✓ Bộ phận tiếp thị tour của công viên xây dựng và có những chương trình tiếp cận các trường học, công ty tổ chức du lịch đưa ra những chế độ ưu đãi cho từng khách hàng, thực tế nhất là các công ty du lịch liên kết với các trường học tại các tỉnh lân cận.

2) Công tác quản trị nội bộ:

- Chuẩn bị các công việc cần thiết để tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2026 lần IV nhiệm kỳ 5 (2023 - 2028).
- Hoàn tất bản Thỏa ước lao động tập thể có thời hạn từ 01/01/2026 đến 31/12/2028 và sửa đổi, bổ sung Nội qui lao động của Công ty năm 2026.
- Tăng cường các hoạt động chăm lo cho người lao động: tiến hành khám sức khỏe tăng cường, mua BHSK cho CBNV, chế độ tham quan học tập, nghỉ mát, hiếu hỉ...

- Thường xuyên tăng cường công tác kiểm tra vệ sinh và các mặt an toàn. Kiểm tra việc sử dụng điện, nước, hóa chất để tránh lãng phí. Kiểm tra công tác bảo vệ an ninh trật tự, an toàn tài sản cho Công ty và khách hàng.
- Tập trung các công tác tập huấn, đào tạo nghiệp vụ chuyên môn cho CBNV.

3) Về công tác kỹ thuật

- Trước tình hình kinh tế vẫn còn ảm đạm trong năm 2026 tiếp tục ảnh hưởng đến việc chi tiêu giải trí, việc quản lý về mặt kỹ thuật nhằm tối ưu hóa chi phí vận hành cần tập trung tìm kiếm và thay thế thiết bị máy móc hiệu suất cao, tiết giảm chi phí sử dụng điện và hóa chất.
- Vấn đề mới trong năm 2026 là tiêu chuẩn kiểm nghiệm chất lượng nước hồ bơi chính thức áp dụng quy chuẩn cao hơn trước đây. Đòi hỏi việc xử lý nước hồ bơi khó khăn hơn, dẫn đến tăng chi phí nguyên liệu lọc, điện và hóa chất nhằm đáp ứng quy chuẩn mới QCVN01-1:2024. Bên cạnh đó việc vận hành 02 hệ thống xử lý nước thải làm tăng chi phí điện, hóa chất cho hoạt động công viên.
- Công tác trọng tâm năm 2026 là xin giấy phép môi trường. Giấy phép này hiện nay bị gián đoạn và chậm trễ cấp phép do vấn đề thuê đất, dịch Covid và luật môi trường sửa đổi trong đó liên quan đến toàn bộ hồ sơ đất đai, hồ sơ kỹ thuật, cùng việc đảm bảo thu gom toàn bộ nước thải khu ăn uống, nhà vệ sinh và hồ bơi qua hệ thống xử lý phải đạt chất lượng theo quy chuẩn môi trường. Ngoài ra, trong quá trình xin giấy phép Công ty phải điều chỉnh một số qui định nhằm đáp ứng với quy định luật môi trường hiện nay.
- Nhằm tiết kiệm chi phí điện năng, trong năm 2026 sẽ tính toán lắp đặt biến tần cho một số bơm máng trượt nhằm tiết giảm chi phí điện năng vào các ngày vắng khách. Tuy nhiên thời gian thu hồi vốn dài hơn so với các biến tần đã lắp đặt cho các bơm máng trượt như Dòng Sông Hoàng Dã, Black Thunder trước đây do dư công suất bơm.
- Các máy lọc hồ bơi Tây Ban Nha hiện nay đã hoạt động 25 năm, có hiện tượng hư hỏng. Trong năm 2026, Công ty có kế hoạch trang bị mới và dự phòng cho các bơm lọc này, tránh gây gián đoạn lọc nước hồ và ảnh hưởng chất lượng nước hồ bơi. Ngoài ra, máy bơm nhiệt hồ Massage hoạt động gần 10 năm cũng sẽ lên kế hoạch trang bị mới HeatPump này.

4) Công tác xây dựng, sửa chữa

- Hoàn tất việc thay gạch con sấu toàn công viên.
- Tiến hành sửa chữa toàn bộ 12 mái lá và khu vực Fast food 2.
- Hoàn thiện công trình sửa chữa cổng nội bộ.
- Tập trung làm mới các trò chơi, trang trí công viên cho Tết Dương Lịch, Tết Âm lịch cũng như các đợt kinh doanh cao điểm trong năm.

Nơi nhận:

- Thành viên HĐQT;
- BGD, Ban Kiểm soát;
- 04 phòng;
- Cổ đông;
- Lưu: HĐQT.

TỔNG GIÁM ĐỐC

[Đã ký]

Vũ Ngọc Tuấn



REPORT OF EXECUTIVE BOARD

ON THE IMPLEMENTATION RESULTS FOR
2025 AND THE OPERATIONAL PLAN FOR 2026.



DAM SEN WATER PARK CORPORATION (DSN)



No.3 Hoa Binh, Binh Thoi Ward, Ho Chi Minh City, Vietnam



028.38588.418



lienhe@damsenwaterpark.com.vn

REPORT OF EXECUTIVE BOARD

ON THE IMPLEMENTATION RESULTS FOR 2025 AND THE OPERATIONAL PLAN FOR 2026.

PART 1: REPORT ON 2025 PERFORMANCE RESULTS

I. GENERAL OVERVIEW

The year 2025 took place amid continued complex volatility in the global economy. Inflationary pressures, fluctuations in financial markets and international trade, and risks arising from armed conflicts, strategic competition among major economies and the impacts of the global tariff war persisted. Domestically, Vietnam faced the combined effects of natural disasters, climate change, and internal challenges affecting businesses and the population. In this context, under the decisive direction of the Government, Vietnam's socio-economic conditions in 2025 remained broadly stable. The country overcame difficulties to achieve comprehensive economic results, laying an important foundation for recovery and development in subsequent periods. Vietnam's economy recorded a strong breakthrough in 2025, with GDP growth reaching 8,02%, reaffirming its leading growth position in Southeast Asia. Specifically, Vietnam's GDP in 2025 increased by 8,02%, second only to the record growth achieved in 2022 during the 2011–2025 period.

The strong development of the tourism sector stimulated consumer demand and created significant spillover effects. In 2025, the service sector continued to be the primary growth driver, with estimated growth of approximately 8,62%, contributing over 51% to total GDP growth. Key service industries such as transportation, accommodation and food services, tourism and consumer services recorded robust recovery, supported by strong domestic consumption and a record number of international visitors to Vietnam in 2025.

In 2025, Ho Chi Minh City was adversely affected by ongoing economic difficulties; unfavorable weather conditions, heavy rainfall and tidal flooding disrupted production, business activities and daily life; market purchasing power recovered slowly, while living and production costs increased and access to capital remained constrained. In this context, the city implemented various management and support measures for businesses and social welfare, thereby maintaining overall socio-economic stability and achieving gradual recovery.

Dam Sen Water Park Corporation conducted its business operations in 2025 amid persistent socio-economic challenges. Key factors contributing to the underachievement of the plan included:

1. **External factors:** Unfavorable weather conditions during several peak months directly reduced visitor numbers; overall economic difficulties constrained consumer spending on entertainment and leisure activities.
2. **Market factors:** Intensifying competition from other entertainment, leisure and tourism destinations; a shift in consumer spending toward new forms of entertainment.

3. **Internal factors:** Certain facilities and attractions required time for maintenance and upgrading; although stimulus and promotion programs were implemented, their effectiveness fell short of initial expectations.

Total annual visitors reached 801.005, equivalent to 78,76% of the prior period and 76,29% of the plan.

Total revenue in 2025 amounted to 181.495.448.064 VND, representing 83,39% of the prior period and 80,66% of the plan.

II. PERFORMANCE RESULTS

1) Company Revenue in 2025:

NET REVENUE	FULL YEAR 2025				
	2024 Result	2025 Plan	2025 Result	%/2024	%/Plan
	217.636.663.313	225.000.000.000	181.495.448.064	83,39	80,66
1 VISITOR VOLUME	1.016.972	1.050.000	801.005	78,76	76,29
2 SERVICES	174.426.033.075	180.820.000.000	142.450.045.854	81,67	78,78
a Entrance tickets	168.611.046.744	174.500.000.000	137.741.256.316	81,69	78,93
b Locker service	5.814.986.331	6.320.000.000	4.708.789.538	80,98	74,51
Main counter	5.507.486.336	6.000.000.000	4.526.660.844	82,19	75,44
Fast food counter	307.499.995	320.000.000	182.128.694	59,23	56,92
WATER PARK					
3 FOOD & BEVERAGE	39.650.142.558	41.680.000.000	35.457.421.938	89,43	85,07
a Fastfood	33.928.019.136	35.680.000.000	29.817.183.561	87,88	83,57
b Restaurant	5.722.123.422	6.000.000.000	5.640.238.377	98,57	94,00
4 RENTAL INCOME	2.445.666.665	2.500.000.000	2.533.927.606	103,61	101,36
5 OTHER INCOME	1.114.821.015	0	1.054.052.666	94,55	-
a Sponsorship	0	0	0	-	-
b Other income	1.114.821.015	0	1.054.052.666	94,55	-

2) Marketing Activities:

- In 2025, the Park conducted advertising campaigns on television stations and VOV Traffic Radio with over 122 spots, more than 10 print publications, and digital platforms including Facebook, Messenger, YouTube and Zalo OA.
- The At Ty Lunar New Year 2025 music program featured artists such as Nguyen Dinh Vu, Luong Bich Huu, Hana Cam Tien and Ho Viet Trung, creating new highlights for promotion and attracting visitors.

- Promotional decorations and the At Ty Lunar New Year 2025 lottery program were implemented, including two online prize draws with prizes such as Air Blade 125cc motorbikes, robot vacuum cleaners, tablets, smartwatches and microwave ovens.
- Promotional programs were implemented for Valentine’s Day (14/2) and International Women’s Day (8/3).
- Promotional campaigns were conducted for Hung Kings’ Commemoration Day, 30/4–1/5, International Children’s Day (1/6) and the launch of Summer 2025.
- Traditional tug-of-war events were organized in coordination with the Department of Culture and Sports, along with domino chess, giant robots and giant checkers during Hung Kings’ Commemoration Day.
- An Acoustic Music Group Competition across District 11 was organized in late April 2025 in collaboration with the District 11 Culture and Sports Center; additional attractions included mermaid shows, children’s music, dance groups and interactive singing shows throughout the summer.
- The Summer Promotion Program from 14/6 featured prizes such as VinFast Evo 200 electric motorbikes, iPad A16 WiFi 128GB, Samsung MX-T70/XV tower speakers, Apple Watch SE GPS 40mm, Kangaroo air coolers and Magic air fryers, with prize draws on 06/7, 03/8 and 02/9/2025.
- In coordination with the Department of Education, the Park organized the “Chu Ve Con Children’s Singing Festival 2025” themed “50 Years of Radiant Knowledge – A Learning City Reaching Far”, attracting 110 teams, including two new participating units. (Zone 2 – Binh Duong, Vung Tau first time participated)
- Combo ticket and food programs were implemented: family combo (3 persons) sold 760 tickets generating 50.692.000 VND; 5-person combo sold 775 tickets generating 875.750.000 VND; and 10-person combo sold 239 tickets generating 548.505.000 VND. Online orders increased significantly, with 2.938 orders in 2025 (equivalent to 16.299 tickets and 3.272.872.000 VND) compared to 567 orders in 2024 (equivalent to 2.572 tickets and 549.240.000 VND).
- Music performances and promotional programs were implemented in celebration of Vietnamese Women’s Day (20/10), Vietnam Teachers’ Day (20/11), Christmas and New Year 2026. Notably, a customer appreciation program was conducted in conjunction with the Park’s 25th anniversary on 19/11, under which free admission was offered to visitors whose birthdays fell in November. In December, a lucky spin program offering discount vouchers of 30.000, 40.000 and 50.000 VND per ticket, with the chance to win free admission vouchers, attracted more than 2.300 participants. The three-person family combo was extended through 31/01/2026.
- Flamenco music performances continued to be held every Saturday and Sunday at the Wave Pool area. In addition, weekend programs such as mermaid shows, children’s music performances, dance groups around the park, and interactive singing shows were intensified to attract young visitors and families.

- Customer engagement and digital communications were actively managed by monitoring and responding to customer comments via chatbots, Zalo OA and other online channels, with information adjusted as appropriate. Fanpage content was regularly updated to reflect trending topics among young audiences, increasing total page likes to over 194.000 and total followers to over 202.000.
- Renovation and upgrades were carried out on panels and signage in preparation for Lunar New Year 2026. Ticket price boards at the Hoa Binh Gate area were upgraded with LED display boards, enhancing the visual prominence of the area. In parallel, CRM (customer relationship management) solution providers were surveyed and evaluated for potential implementation at the park.

III. TECHNICAL MANAGEMENT

1) Equipment, power and water systems:

- Regarding technical operations in 2025, in July 2025, the Company completed and put into operation two domestic wastewater treatment systems with a capacity of 200 m³/day and a swimming pool water treatment system with a capacity of 600 m³/day. In addition, reducing the depth of groundwater extraction improved water quality and helped lower chemical and electricity costs incurred in treating raw groundwater prior to supplying it to the swimming pools.
- The Park successfully renewed its groundwater extraction license for a term of three (03) years, with an approved extraction capacity of 350 m³/day. This license has significantly reduced the cost of using municipal water supplied to the swimming pools.
- The Company also converted all lighting poles to solar-powered lighting systems, enhancing the Park's appearance, aligning with the trend toward green energy utilization and partially reducing electricity expenses.

2) Construction, maintenance, landscape and environment:

- As most amusement facilities have been in operation for an extended period, regular inspections and periodic maintenance of ride equipment are continuously carried out to ensure visitor safety.
- In line with the Park's "Green – Clean – Beautiful" orientation, emphasis is placed on landscape maintenance, greenery development and maintaining a clean and pleasant environment, providing visitors with a relaxing atmosphere for photography and check-in activities.

IV. ADMINISTRATIVE GOVERNANCE

1) Administration, human resources, training and employee welfare:

- The Company updated its Business Registration Certificate in accordance with the new administrative boundaries effective from 01/07/2025.
- Organize training sessions for employees on first aid, fire prevention and fighting, food safety knowledge, lifeguard refresher training, swimming competency assessments and water rescue training,....

- In 2025, the Company fully complied with its statutory obligations relating to social insurance (17,5%), health insurance (3%) and unemployment insurance (1%) for employees, with a total contribution amount of 3.663.198.600 VND.
- From July 2025, the Company also contributed social insurance for seasonal workers, with a total amount of 382.998.850 VND.
- All employee welfare policies, including support for illness, bereavement and other personal circumstances, were duly implemented.
- Periodic inspection, maintenance and servicing were conducted for four (04) company's cars.
- Two (02) annual study and sightseeing trips were organized for employees in accordance with Company policy.
- Health insurance was purchased for all employees, with an estimated total cost of VND 260.000.000 VND.
- Enhanced health check-ups were organized for employees at DHA Medical Center, District 3, with total costs of approximately 174.000.000 VND.
- Annual personal accident insurance was purchased for employees.
- Monetary gifts were provided to employees on the occasion of birthdays and major public holidays in 2025.

2) Preventive healthcare:

- Periodic reports on healthcare activities, occupational safety and health, self-inspection reports on workplace hygiene and occupational health reports ...
- Annual monitoring and measurement of the working environment were conducted in accordance with regulations.
- Annual plans for personal protective equipment were prepared and implemented for employees.
- Food safety and hygiene were strictly ensured, with proper food sample retention and daily three-step inspection procedures.
- Transportation and disposal of food waste, medical waste and hazardous waste were carried out in compliance with applicable regulations.
- Periodic testing of swimming pool water and RO drinking water was conducted.
- Regular mosquito control and pest extermination were carried out throughout the park.
- Health monitoring records were maintained for employees, including occupational diseases and chronic conditions.
- Personal accident insurance was purchased for visitors to the park.

3) Public order, security and safety assurance:

- In 2025, security and public order within the park were consistently maintained. Regular patrols were conducted to ensure order within the park as well as in the areas outside the park entrance.

- The receipt and dispatch of goods were closely monitored and supervised to ensure full compliance with applicable regulations.
- Coordination was carried out with the Fire Prevention and Fighting Police and the Rescue Police to provide fire safety training for employees.
- Firefighting equipment and facilities were regularly inspected and maintained.
- The policy of returning lost property to visitors was strictly implemented, with timely commendations awarded to exemplary individuals.

PART 2: BUSINESS PLAN FOR 2026

I. OPERATING CONTEXT

Dam Sen Water Park Corporation, given its current business positioning, is facing increasing competitive pressure from entertainment destinations in Ho Chi Minh City and neighboring areas, including Suoi Tien Theme Park, VinWonders Grand Park and Dai Nam Tourist Area.

This has led to strategies focused on refreshing customer experiences and investing in new attractions to attract families, groups of friends and tour groups. These factors has intensified market fragmentation, thereby creating headwinds for the Company's 2026 business strategy.

Strategic orientations for 2026 include:

- Investing in new and more attractive rides.
- Improving service quality to extend visitors' length of stay.
- Optimizing customer experience (check-in process, amenities and food & beverage services,...).
- Strengthening promotional activities highlighting a green, clean and well-maintained park located in the city center, together with attractive ride offerings.
- Enhancing online ticketing experience through promotional mechanisms such as discount code lucky draws, family combo tickets (admission combined with F&B), and group ticket packages for 5, 8 or 10 visitors.

Business performance in 2025

In 2025, the Company's operations were conducted under multiple adverse factors affecting the broader entertainment industry as well as the Company specifically.

a) External factors:

- ✓ Prolonged adverse weather conditions, including heavy rains and storms, reduced operating days and visitor volume.
- ✓ General economic difficulties led consumers to tighten discretionary spending on leisure and entertainment services.
- ✓ Intensified competition from newly developed entertainment destinations and alternative leisure options.

b) Internal factors:

- ✓ Certain rides and products were not upgraded in a timely manner to create renewed attraction.
- ✓ Operational efficiency during certain peak periods fell short of expectations.
- Under these conditions, the Company proactively implemented flexible management solutions, strengthened cost control, enhanced marketing and communication efforts, maintained service quality and ensured operational safety. Although results did not fully meet the approved targets, the achieved revenue level reflects significant efforts by the management team and employees to maintain operational stability, safeguard employment and stabilize employee income.

1) Key focus: Customer demand and challenges in 2025

- In 2025, demand for leisure and entertainment services showed signs of recovery but remained unstable, heavily influenced by macroeconomic conditions, weather factors and evolving consumer trends. For an outdoor water park model, such external factors continue to directly impact operational capacity and business outcomes.
- Current customer expectations focus on:
 - ✓ Safety and service quality: Visitors prioritize reputable destinations that ensure ride safety, personal safety, strict hygiene standards and professional operating procedures.
 - ✓ Novel and diversified experiences: There is increasing demand for refreshed space design, seasonal programs, themed events and interactive activities, particularly among youth and family segments.
 - ✓ Reasonable pricing: Amid constrained purchasing power, customers are highly sensitive to ticket pricing, promotional schemes, family packages, group tickets and time-slot-based pricing.
 - ✓ Convenience and digitalization: Online ticket purchasing, cashless payments and information access via social media are becoming standard consumer behavior.
- To enhance visitor experience, the Company invested in several renovation items, including:
 - ✓ Replacement of all thatched roofs within the park with new synthetic palm-leaf materials aligned with the overall landscape design.
 - ✓ Replacement of deteriorated block paving after many years of use, with priority given to the central stage area.
 - ✓ Renovation of the sky decoration at the fountain stage area.
- In 2025, while demand for leisure services remains present, consumer behavior in the year shifted toward greater caution, emphasizing safety, experiential value and convenience. In the face of weather-related risks, weakened purchasing power and competitive pressures,

the Company must continue to operate flexibly, optimize cost structure, progressively refresh its product portfolio and enhance service quality in order to sustain operational efficiency going forward.

2) Next steps in formulating the 2026 business strategy

In 2026, the Company will develop and implement key strategic orientations and action plans as follows:

- Enhancement of existing products and services: Improve the operational efficiency of current rides, renovate and upgrade slide complexes, and organize seasonal events to promote newly upgraded facilities. The objective is to progressively refresh visitor experiences.
- Marketing and sales: Accelerate digital communication initiatives, expand online ticket sales channels and implement flexible promotional programs tailored to target segments and seasonal demand.
- Pricing and ticketing policy: Diversify ticket structures, including family packages, group tickets and time-slot-based pricing models.
- Operations and cost management: Optimize operating processes, promote energy efficiency and maintain strict cost control to safeguard margins.
- Quality and safety: Maintain absolute operational safety and continuously enhance service standards.
- Customer behavior indicates an increasing demand for renewed and differentiated leisure experiences when returning to Dam Sen Water Park. Beyond maintaining service quality and safety standards, visitors expect innovative programs, interactive activities and unique experiences. Continuous content refreshment, seasonal events and enhancement of the overall customer journey are critical to improving retention, increasing revisit frequency and strengthening business performance.
- The Executive Board has proposed selective investment in new high-interaction rides, reflecting the need for product renewal after several years without significant additions. However, legal matters relating to land lease documentation remain unresolved. The Board of Directors continues to expedite legal procedures concerning land lease arrangements.
- Collaboration with SantaPocket to deploy IoT-enabled 4.0 smart locker systems, enabling fully app-based parcel delivery and collection to enhance convenience and reduce time and operational costs.
- Investment in 3D wall art installations across the park to create vibrant and immersive visitor experiences.
- Landscaping renovation of the water treatment basement area, incorporating greenery and artificial rock features to create additional check-in attractions.

3) Overview

- In response to the objectives assigned by the General Meeting of Shareholders to the Board of Directors and the Executive Board under the 2025 business plan, the Company made substantial efforts; however, due to both objective and subjective factors, the approved targets were not fully achieved.

II. BUSINESS PLAN FOR 2026

Projected departmental targets for 2026

1. Total net revenue 2026 : 190 billion VND
2. Advertising, marketing and entertainment expenses : 6% of net revenue.
3. Total salary fund and Board remuneration : 25% of net revenue and other income generated during the year
(Employee salary fund: 23%, Board of Directors and Board of Supervisors remuneration: 2%).
4. Annual depreciation : 5,6 billion VND
5. Profit after tax: : 73 billion VND
6. Minimum dividend for 2026 : 24% of charter capital (120,830 billion VND).

III. IMPLEMENTATION MEASURES

1) Business strategy

a) Advertising strategy

- ✓ Increase brand awareness among families, youth and group visitors.
- ✓ Implement and complete the CRM system and integrate WiFi marketing throughout the park.
- ✓ Replace and upgrade LED lightbox signage to enhance visitor navigation.
- ✓ Conduct research, evaluation and development of a Zalo mini app; implement API integration with Nexpano to enable online ticket sales and synchronize promotional programs tailored to specific customer segments and demand patterns. Drive repeat visitation by proactively communicating new experiences, seasonal event programs and targeted promotional offers.
- ✓ Shift from mass advertising to targeted communication focused on priority customer segments.

- ✓ Emphasize the message of “continuous renewal - fascinating to return”, safe and high-quality experiences.
- ✓ Accelerate digital marketing and creative content aligned with consumer trends.
- ✓ Adjust communication messages flexibly based on seasonality, weather conditions and major events.
- ✓ Decorate thematic displays and promotional product showcase areas for Lunar New Year 2026.
- ✓ Optimize advertising cost efficiency in line with market conditions and financial capacity, reinforcing the positioning of the park as a safe leisure destination.
- ✓ Coordinate with the Ho Chi Minh City Department of Education and Training to organize youth activity platforms such as the “Chu Ve Con” performance groups, aerobic dance teams and mass children’s dance performances. Collaborate with the Ho Chi Minh City Department of Sports and Physical Training to host traditional sporting activities, including stick pushing, traditional wrestling and human chess.

b) Sponsorship activities

- ✓ Maintain partnerships with existing sponsors and proactively seek additional sponsors to implement and promote sponsorship programs within the park. Develop structured sponsorship packages and mobilize funding for key activities in 2026.

c) Promotion and music programs

- ✓ Integrate promotional campaigns with music events to enhance park attractiveness, encourage repeat visitation, particularly during off-peak periods, and improve overall leisure experience, thereby supporting the 2026 revenue plan.
- ✓ Develop game shows aligned with youth trends, regularly update new formats and incorporate popular television entertainment concepts to increase visitor engagement.
- ✓ Implement time-slot and weekday ticket discounts; introduce family packages and group tickets; provide incentives for online bookings and returning visitors; integrate gifts, mini-games and lucky draws to enhance perceived value and customer experience
- ✓ Organize promotional lottery programs during Lunar New Year and summer periods to reinforce customer engagement and brand affinity toward Dam Sen Water Park.

d) Marketing activities

- ✓ Intensify outreach to schools and parishes; develop marketing plans targeting neighboring provinces; prepare invitation letters and brochures for distribution to schools in Ho Chi Minh City and surrounding localities.

- ✓ The park's tour marketing division shall design dedicated programs to approach schools and travel companies, offering tailored incentive schemes, particularly for travel operators cooperating with schools in nearby provinces.

2) Internal governance

- Prepare all necessary arrangements for the 4th Annual General Meeting of Shareholders in 2026 of the 5th term (2023–2028).
- Finalize the Collective Labor Agreement effective from 01/01/2026 to 31/12/2028 and amend and supplement the Company's Internal Labor Regulations in 2026.
- Enhance employee welfare programs, including advanced health check-ups, health insurance coverage, training trips, annual vacations and employee care programs.
- Strengthen regular inspections on hygiene, safety, electricity, water and chemical usage to prevent waste; enhance security measures to safeguard Company and customer assets.
- Intensify professional training and technical capacity building for employees.

3) Technical operations

- In the context of continued subdued economic conditions in 2026 affecting discretionary spending, technical management will prioritize cost optimization through the replacement of machinery with higher-efficiency equipment to reduce electricity and chemical consumption.
- A key new challenge in 2026 is the implementation of stricter swimming pool water quality standards under QCVN 01-1:2024. Compliance will increase filtration material, electricity and chemical costs. Additionally, the operation of two wastewater treatment systems will further raise utility and chemical expenses.
- A primary objective in 2026 is obtaining the Environmental Permit. The licensing process has been delayed due to land lease matters, the impact of the Covid-19 pandemic and amendments to environmental legislation requiring comprehensive land and technical documentation, as well as full wastewater collection and treatment from F&B areas, restrooms and swimming pools in compliance with environmental standards. Certain operational adjustments will be required to align with current environmental regulations.
- To reduce electricity costs, the Company plans to install inverters for selected slide pumps to optimize energy consumption during low-traffic days. However, the payback period is expected to be longer compared to previously installed inverters (e.g., Wild River and Black Thunder) due to excess pump capacity.
- The Spanish-manufactured swimming pool filtration systems have been in operation for approximately 25 years and show signs of deterioration. In 2026, the Company plans to procure replacement and backup filtration pumps to avoid water quality disruption. In addition, the nearly 10-year-old massage pool heat pump system is scheduled for replacement.

4) Construction and repair works

- Complete replacement of interlocking pavement tiles across the park.
- Repair all 12 thatched roofs and the Fastfood 2 area.
- Finalize the internal gate renovation project.
- Prioritize ride refurbishment and park decoration for New Year, Lunar New Year and other peak business periods during the year.

Recipients:

- Members of the Board of Directors;
- Executive Board and Board of Supervisors;
- 04 Departments;
- Shareholders;
- Archived: Board of Directors.

GENERAL DIRECTOR

[Signed]

Vu Ngoc Tuan