

Số: 48/VIT-HĐQT

Bắc Ninh, ngày 20 tháng 4 năm 2026

NGHỊ QUYẾT HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

“Về việc thông qua kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh
I/2026 và kế hoạch sản xuất kinh doanh Quý II/2026”

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ CÔNG TY CỔ PHẦN VIGLACERA TIÊN SƠN

- Căn cứ Luật Doanh nghiệp số 50/2020/QH14 ngày 17/06/2020;
- Căn cứ Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty Cổ phần Viglacera Tiên Sơn;
- Căn cứ kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2026.
- Căn cứ Biên bản họp Hội đồng Quản trị số 47/VIT-HĐQT ngày 20/04/2026 về việc thông qua kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh Quý I/2026 và kế hoạch sản xuất kinh doanh Quý II/2026.

QUYẾT NGHỊ

Điều 1: Thông qua các chỉ tiêu hoạt động sản xuất kinh doanh I/2026 như sau:

Chỉ tiêu	ĐVT	Kế hoạch Quý I/2026	Thực hiện Quý I/2026	TH/KH (%)
Doanh thu thuần	Tr.đồng	750.037	834.857	111
Lợi nhuận trước thuế	Tr.đồng	-7.073	331	
Khấu hao TSCĐ	Tr.đồng	38.086	41.621	109
Thu nhập bình quân	Tr.đ/ng/th	18,00	17,9	99

Đánh giá kết quả sản xuất kinh doanh Quý I/2026

1.1. Về kinh doanh:

- Doanh thu thuần Quý I/2026 : 834.857 triệu đồng, vượt 11% kế hoạch.

1.2. Về tài chính:

- Chỉ tiêu lợi nhuận trước thuế Quý I/2026: 331 triệu đồng
- Chỉ tiêu khấu hao tài sản cố định Quý I/2026: 41.621 triệu đồng vượt 9% kế hoạch.

1.3. Về sản xuất:

Trong Quý I/2026:

- Nhà máy Tiên Sơn: Dây chuyền số 1 dừng 25 ngày để sửa chữa lớn, dây chuyền số 2 dừng sản xuất chờ đánh giá tình hình thị trường, tập trung bán hàng tồn kho.
- Nhà máy Thái Bình: dây chuyền 1 dừng 11 ngày, dây chuyền 2 dừng 30 ngày để thực hiện bảo dưỡng sửa chữa lớn.
- Nhà máy Mỹ Đức: Cả hai dây chuyền dừng 30 ngày để thực hiện bảo dưỡng sửa chữa lớn.

- Nhà máy EuroTile:

+ Dây chuyền số 1 dừng 32 ngày để cải tạo sấy phun.

+ Dây chuyền số 2 dừng hoạt động để cải tạo sản xuất ngói.

+ Dây chuyền số 3 dừng sản xuất.

+ Dây chuyền số 4 dừng sản xuất 15 ngày để thực hiện bảo dưỡng sửa chữa lớn.

+ Dây chuyền số tám lớn dừng sản xuất 22 ngày để thực hiện bảo dưỡng sửa chữa lớn.

1.4. Về công tác đầu tư :

- Triển khai các dự án Cải tạo dây chuyền sản xuất sản phẩm ngói tráng men 1,32 triệu m²/năm tại Nhà máy gạch Viglacera Eurotile.

- Đầu tư lò tầng sôi cấp nhiệt cho tháp sấy phun ATM6000L tại Nhà máy gạch Viglacera Eurotile.

- Đầu tư nối dài lò nung số 1 từ 128,1m lên 163,8m tại Nhà máy gạch Viglacera Eurotile.

- Đầu tư 01 máy nghiền bi gián đoạn 40 tấn tại Nhà máy Viglacera Mỹ Đức.

- Đầu tư máy in kỹ thuật số System XL8C tại Nhà máy Viglacera Thái Bình.

Điều 2: Thông qua định hướng nhiệm vụ sản xuất kinh doanh Quý II/2026:

Hội đồng quản trị giao cho Ban điều hành kế hoạch sản xuất kinh doanh Quý II/2026 với những chỉ tiêu chính như sau:

Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Quý I/2026	Kế hoạch Quý II/2026			
			Tháng 4	Tháng 5	Tháng 6	Cộng
Doanh thu thuần	Tr.đồng	834.857	395.783	408.440	422.295	1.226.518
Lợi nhuận trước thuế	Tr.đồng	331	17.574	17.715	18.583	53.873
Khấu hao TSCĐ	Tr.đồng	41.621	15.826	15.760	15.880	47.467
Thu nhập bình quân	Tr.đ/ng/th	17,9	19,2	19,7	19,9	19,6

Biện pháp thực hiện:

2.1. Về sản xuất và chất lượng sản phẩm:

- Các nhà máy kiểm tra, bảo dưỡng máy móc thiết bị đảm bảo sản xuất ổn định, kiểm soát chặt chẽ nguyên liệu đầu vào đảm bảo chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn, đạt các chỉ tiêu kế hoạch đề ra.

- Tiếp nhận và điều hành hoạt động sản xuất ổn định Nhà máy Viglacera Thăng Long, Nhà máy Viglacera Hà Nội, Nhà máy Viglacera Hải Dương

- Dự trữ nguyên liệu:

+ Duy trì việc dự trữ nguyên liệu tại kho của nhà cung cấp theo hình thức gửi kho, cử cán bộ thường xuyên kiểm tra, giám sát đảm bảo đúng đủ về chất và lượng theo yêu cầu kỹ thuật.

+ Tìm kiếm nguồn nguyên liệu cao lanh và đất sét đảm bảo dự trữ từ 6 tháng đến 1 năm sản xuất. Tận dụng tối đa mặt bằng kho bãi đã thuê để dự trữ nguyên liệu.

- **Về chất lượng sản phẩm:** Đảm bảo đạt Tiêu chuẩn nội bộ TCCS GRA 03:2013 do Tổng công ty Viglacera ban hành.

Phát triển sản phẩm: Tập trung phát triển mẫu cho các sản phẩm các kênh Viglacera, United, Eurotile, Vasta, dự án và xuất khẩu theo kế hoạch kinh doanh.

- **Tỷ lệ thu hồi các Nhà máy:** Phần đầu đạt trên 96%.

2.2. Kiểm soát và tiết giảm chi phí:

- Tiếp tục đàm phán với các nhà cung cấp giảm giá nguyên liệu, vật tư đầu vào. Tìm kiếm các nguồn nguyên liệu khác thay thế với chất lượng phù hợp, giá thành thấp.

- Phối hợp Ban mua sắm tập trung tìm kiếm các mỏ nguyên liệu đất sét mới như Hón Quảng, Hà Nội, Vĩnh Phúc...

- Tăng cường kiểm soát chất lượng vật tư, nguyên vật liệu đầu vào nhằm giảm hao hụt công đoạn.

- Kiểm soát chặt chẽ quy trình sản xuất, nâng tỷ lệ thu hồi - chất lượng sản phẩm, tiếp tục rà soát và ban hành định mức khoán chi phí sản xuất phù hợp với từng Nhà máy/dây chuyền.

- Xây dựng định mức tồn kho thành phẩm, nguyên vật liệu chính cho từng Nhà máy.

2.3. Công tác kinh doanh:

a/ Kênh hệ thống:

- Đồng hành cùng nhà phân phối, đẩy mạnh công tác trưng bày mẫu (Trade Marketing) tại các cửa hàng C2.

- Kết hợp với phòng R&D bổ sung mẫu mới cho các bộ sản phẩm.

- Nghiên cứu, khảo sát thị trường, chuẩn bị đưa ra dòng sản phẩm kích thước 15mm lát sân vườn, dự kiến ra thị trường vào khoảng 15/5.

- Đánh giá tồn kho tại đại lý và tại các Nhà máy sản xuất để xây dựng phương án sản phẩm phù hợp cho từng dây chuyền, tránh gia tăng tồn kho các sản phẩm không phù hợp.

- Tiếp tục khảo sát, mở rộng hệ thống đại lý/nhà phân phối tại miền Tây và miền Đông TP. HCM.

- Xây dựng và triển khai chính sách thị trường cho sản phẩm ngói, chuẩn bị đưa sản phẩm vào sản xuất tại Nhà máy Eurotile (dự kiến từ 15/5).

- Tiếp tục triển khai công tác trưng bày mẫu (Trade Marketing) và đào tạo sản phẩm cho hệ thống cửa hàng C2.

- Phối hợp với R&D ra mắt bộ sản phẩm mới cho các đại lý mới trong tháng 4.

- Nghiên cứu chính sách chiết khấu cho thị trường Tây Nguyên đối với sản phẩm từ Nhà máy Thăng Long và Hà Nội, đảm bảo không ảnh hưởng đến sản lượng.

- Thống nhất với đại lý phương án triển khai tăng giá kênh C2 từ ngày 10/4/2026.

Trong bối cảnh:

+ Dự kiến tăng giá bán từ 5% đến 10%.

+ Chi phí vận chuyển tăng 30-50%.

b/ Kênh dự án:

Tập trung trọng tâm vào các dự án có tiến độ gấp, tiến độ không bị ảnh hưởng bởi các vấn đề biến động giá cả vật liệu của thị trường như:

- Các dự án của các chủ đầu tư có tiềm lực lớn Vingroup, Sungroup, MIK group, Masterise Group, Đất Xanh, Novaland, Phú Mỹ Hưng ...

- Các dự án đầu tư công triển khai theo hình thức BT: Các dự án của Bộ Công an do Vingroup, Sungroup triển khai, các dự án Sân bay Phú Quốc, sân bay Gia Bình, dự án phục vụ hội nghị Apec tại Phú Quốc ...

- Các dự án đầu tư công của Bộ Công an, Bộ quốc phòng, Bộ Y tế và các dự án xây dựng trụ sở tại các tỉnh thành.

c/ Kênh xuất khẩu:

Thông báo chính sách giá bán mới Quý II cho toàn hệ thống khách hàng.

- Phát triển mẫu cho khách hàng Emser (10 mẫu).

- Công tác xúc tiến chào bán khách hàng mới: Malaysia/Indonesia và thị trường Đông Âu...

- Tham dự Lễ kỷ niệm 25 năm thành lập Công ty của khách hàng Anh Verona ngày 13/6/2026.

- Hoàn thiện chứng chỉ Smeta cho nhà máy Viglacera Hà Nội (xuất khẩu gạch Semi-porcelain vào thị trường Mỹ).

d/ Công tác Marketing:

* Hoạt động sự kiện, đào tạo: Hoạt động kết nối & lan tỏa.

- *Hợp tác hội nghề nghiệp: Đồng hành chặt chẽ với Hội KTS, Hội Nội thất và Hội VLXD trên toàn quốc thông qua các giải thể thao và sự kiện chuyên môn.*

- *Kích hoạt sản phẩm mới: Tổ chức hội thảo giới thiệu dòng gạch 15mm.*

- *Hỗ trợ kinh doanh: Đào tạo hệ thống đại lý/cửa hàng và tư vấn dự án theo nhu cầu thực tế.*

* Hoạt động Product - nghiên cứu thị trường.

- *Nghiên cứu, cập nhật liên tục thông tin thị trường cùng Bộ phận kinh doanh trong giai đoạn tình hình Thế giới & nguyên nhiên vật liệu biến động.*

* Hoạt động Trade Marketing: Hiện diện điểm bán.

- *Chuẩn hóa hình ảnh: Cập nhật tiêu chuẩn trưng bày, biển bảng và tối ưu mạng lưới nhà cung cấp thi công vùng miền.*

- *Mở rộng độ phủ: Đầu tư kế trưng bày cho đại lý toàn quốc; hoàn thiện các Showroom trọng điểm (Cường Quốc, Cổ Loa).*

- *Thích ứng thị trường: Theo dõi sát biến động nguyên vật liệu và đối thủ để điều chỉnh phương án trưng bày tại sự kiện/triển lãm.*

* Hoạt động truyền thông và số hóa: Branding & Design.

- *Đa dạng nội dung: Đẩy mạnh bài viết chuyên sâu cho Bê tông khí, Ngói, Gạch ...*

- Tập trung Video ngắn (TikTok/Reels) và Podcast Trend+
- Tăng tốc truyền thông sản phẩm mới (15mm) và lộ trình đạt 100k follow Fanpage.
- Quản trị thương hiệu cao cấp (Eurotile/Vasta Stone).
- Lập Fanpage riêng cho thương hiệu Vasta Stone.
- Cập nhật kho phối cảnh 360, App kiến trúc và làm giàu Data khách hàng từ các nền tảng số.

- Chiến lược dài hạn: Xây dựng kế hoạch Marketing tổng thể cho giai đoạn 2026-2027.

e/ Công tác bán hàng tồn kho: tiếp tục triển khai gói bán hàng tồn kho trên 2 năm dự kiến tổng sản lượng tiêu thụ Quý II đạt 305.000m², doanh thu đạt 25,8 tỷ đồng, cụ thể:

STT	Sản phẩm	Tồn kho tại 31/03/2026		Ước lượng bán tháng Quý II/2026			Dự kiến tồn kho tại 30/06 (m ²)
		Sản lượng (m ²)	Giá trị (Tr.đ)	Sản lượng (m ²)	Giá trị tồn kho (Tr.đ)	Doanh thu (Tr.đ)	
1	VIT	705.100	169.025	210.000	26.436	21.436	495.100
2	TLT	80.660	8.148	55.000	4.723	2.834	25.660
3	VIH	99.135	7.728	40.000	2.650	1.590	59.135
	CỘNG	884.895	184.901	305.000	33.809	25.860	579.895

2.4. Công tác tài chính:

- Tiếp nhận chuyển giao công tác tài chính từ Công ty cổ phần Viglacera Thăng Long, Công ty cổ phần Viglacera Hà Nội vào Công ty cổ phần Viglacera Tiên Sơn.
- Tìm kiếm nguồn vốn với lãi suất thấp nhằm tiết giảm chi phí tài chính cho công ty.
- Đảm bảo nguồn vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh và đầu tư.
- Bám sát mục tiêu lợi nhuận đề ra.
- Xây dựng kế hoạch dòng tiền theo tháng.

2.5. Công tác đầu tư: triển khai thực hiện các dự án.

- Dự án: Đầu tư thay thế máy in KTS System XL8C cho dây chuyền số 2 tại Nhà máy Viglacera Thái Bình.
- Dự án: Đầu tư máy nghiền bi gián đoạn 40 tấn tại Nhà máy Viglacera Mỹ Đức.
- Dự án: Đầu tư lò tầng sôi cấp nhiệt cho tháp sấy phun ATM 6000L tại Nhà máy gạch Viglacera Eurotile.
- Dự án: Cải tạo dây chuyền sản xuất sản phẩm ngói 1.32 triệu m²/năm tại Nhà máy gạch Viglacera Eurotile.

2.6. Công tác R&D

Tổ chức vận hành đồng bộ, thông suốt hệ thống nhân sự và các quy trình đã ban hành; đồng thời rà soát, điều chỉnh nhằm nâng cao tính hiệu quả và phù hợp với thực tế sản xuất.

Triển khai phát triển sản phẩm mới: Thực hiện phát triển và đưa vào sản xuất các sản phẩm mới theo kế hoạch đã được phê duyệt, đảm bảo tiến độ, chất lượng và khả năng ứng dụng thực tế.

Tăng cường kiểm soát công nghệ toàn hệ thống: Triển khai công tác kiểm soát công nghệ đồng bộ tại 7 nhà máy, đảm bảo sự nhất quán về tiêu chuẩn kỹ thuật, ổn định chất lượng sản phẩm và tối ưu hóa quá trình sản xuất.

Xây dựng cơ chế thưởng của công tác phát triển sản phẩm; Xây dựng hệ thống đánh giá KPI đối với công tác nghiên cứu, phát triển sản phẩm, đảm bảo thúc đẩy được tinh thần đổi mới sáng tạo, chuẩn hóa công nghệ, giảm phụ thuộc cá nhân, giảm lỗi và chi phí sản xuất, đồng thời gắn kết giữa Phòng R&D – KSCL và các Nhà máy tạo động lực phát huy tinh thần làm việc đội nhóm, góp phần nâng cao hiệu quả nghiên cứu phát triển sản phẩm toàn hệ thống.

Áp dụng cơ chế phân loại dự án phát triển sản phẩm, tập trung nguồn lực phát triển sản phẩm cho các dự án quan trọng, giảm thiểu dự án phát triển nhỏ lẻ, không rõ kế hoạch, không khả thi.

2.7 Công tác chuyển đổi số.

- Xây dựng kế hoạch chuyển đổi số của Công ty giai đoạn năm 2026-2027.
- Xây dựng đầu bài chi tiết cho kế hoạch triển khai phần mềm ERP.
- Chuẩn bị lựa chọn nhà cung cấp và triển khai xây dựng phần mềm ERP.

2.8. Công tác khác:

- Tổ chức tốt công tác Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2026.
- Rà soát hệ thống quy trình, quy chế nội bộ.
- Xây dựng hệ thống KPI cho toàn Công ty.
- Tiếp tục phương án tinh gọn bộ máy theo đề án tái cơ cấu của Tổng công ty.

Điều 3: Nghị quyết này có hiệu lực kể từ ngày ký. Các thành viên Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc, các Phòng ban, Chi nhánh trực thuộc Công ty có trách nhiệm thi hành Nghị quyết này.

Nơi nhận:

- UV HĐQT; TV BKS;
- UBCK; Sở GD&ĐT Hà Nội;
- Các Phòng, Ban, NM;
- Lưu HĐQT



CHỦ TỊCH H.Đ.Đ.T
Đoàn Hải Mầu

No: 48/VIT-HĐQT

Bac Ninh, April 20, 2026

**RESOLUTION
BOARD OF DIRECTORS**

"Regarding the approval of Q1/2026 business performance results and the Q2/2026 business plan"

**BOARD OF DIRECTORS
OF VIGLACERA TIEN SON JOINT STOCK COMPANY**

- Pursuant to the Law on Enterprises No. 50/2020/QH14 dated June 17, 2020;
- Pursuant to the Charter on Organization and Operation of Viglacera Tien Son Joint Stock Company;
- Pursuant to the 2026 Business Plan;
- Pursuant to the Board of Directors Meeting Minutes No. /VIT-HĐQT dated April 17, 2026 regarding the approval of Q1/2026 business performance results and the Q2/2026 business plan.

HEREBY RESOLVES

Article 1: To approve the business performance targets for Q1/2026 as follows:

1. Assessment of Q1/2026 Business Performance

Indicator	Unit	Plan Q1/2026	Implementation Q1/2026	Implementation / Plan (%)
Net Revenue	Million.VND	750.037	834.857	111
Profit Before Tax	Million.VND	-7.073	331	
Fixed Asset Depreciation	Million.VND	38.086	41.621	109
Average Income	Million VND/person/month	18,00	17,9	99

1.1. Business Operations:

- **Net Revenue for Q1/2026:** VND 834,857 million, exceeding the plan by 11%.

1.2. Financial Performance:

- **Profit Before Tax (PBT) for Q1/2026:** VND 331 million.

- **Fixed Asset Depreciation for Q1/2026:** VND 41,621 million, exceeding the plan by 9%.

1.3. Production Activities (during Q1/2026):

- **Tien Son Factory:** Production line No. 1 was suspended for 25 days for major overhauls; production line No. 2 was suspended to monitor market conditions and focus on inventory liquidation.

- **Thai Binh Factory:** Line No. 1 was suspended for 11 days and Line No. 2 for 30 days for major maintenance and repairs.

- **My Duc Factory:** Both production lines were suspended for 30 days for major maintenance and repairs.

- **EuroTile Factory:**

- **Line No. 1:** Suspended for 32 days for spray dryer renovation.

- **Line No. 2:** Suspended for conversion to roof tile production.

- **Line No. 3:** Production suspended.

- **Line No. 4:** Suspended for 15 days for major maintenance and repairs.

- **Slab Line (Large-size tiles):** Suspended for 22 days for major maintenance and repairs.

1.4. Investment Activities:

- Implementing the renovation project for the glazed roof tile production line (capacity: 1.32 million \$m²/year) at the Viglacera Eurotile Factory.

- Investing in a fluidized bed furnace to provide heat for the ATM6000L spray drying tower at the Viglacera Eurotile Factory.

- Investing in the extension of Kiln No. 1 from 128.1m to 163.8m at the Viglacera Eurotile Factory.

- Investing in one (01) 40-ton intermittent ball mill at the Viglacera My Duc Factory.

- Investing in a System XL8C digital printer at the Viglacera Thai Binh Factory.

Article 2: Approval of Business Orientations and Tasks for Q2/2026

The Board of Directors hereby assigns the Management Board the Q2/2026 business plan with the following key targets:

Indicator	Unit	Implement ation QI/2026	Plan for QII/2026			
			Month 4	Month 5	Month 6	Total
Net Revenue	Million.VND	834.857	395.783	408.440	422.295	1.226.518
Profit Before Tax	Million.VND	331	17.574	17.715	18.583	53.873
Fixed Asset Depreciation	Million.VND	41.621	15.826	15.760	15.880	47.467
Average Income	Million VND/person/month	17,9	19,2	19,7	19,9	19,6

Implementation Measures:

2.1. Production and Product Quality:

- **Factories** are to inspect and maintain machinery and equipment to ensure stable production; strictly control input materials to ensure product quality complies with standards and meets the set plan targets.

- **Receive and manage** stable production operations at Viglacera Thang Long Factory, Viglacera Hanoi Factory, and Viglacera Hai Duong Factory.

- **Raw Material Inventory:**

- Maintain raw material reserves at suppliers' warehouses under consignment arrangements; assign staff for regular inspection and monitoring to ensure quality and quantity meet technical requirements.

- Seek sources for kaolin and clay to ensure reserves for 6 months to 1 year of production. Maximize the use of leased warehouse space for material storage.

- **Product Quality:** Ensure compliance with Internal Standard **TCCS GRA 03:2013** issued by Viglacera Corporation.

- **Product Development:** Focus on developing samples for Viglacera, United, Eurotile, Vasta channels, projects, and exports according to the business plan.

- **Recovery Rate:** Strive to achieve over 96% across all factories.

2.2. Cost Control and Reduction:

- Continue negotiations with suppliers to reduce the prices of input raw materials and supplies. Seek alternative material sources with suitable quality and lower costs.

- Coordinate with the Centralized Procurement Board to find new clay mines in areas such as Hon Quan, Hanoi, Vinh Phuc, etc.

- Enhance quality control of input materials and supplies to reduce process loss.

- Strictly control production processes to increase recovery rates and product quality; continue reviewing and issuing production cost norms tailored to each factory/production line.

- Establish inventory norms for finished goods and key raw materials for each factory.

2.3. Sales and Marketing: a/ Distribution System Channel:

- Accompany distributors and promote **Trade Marketing** (sample displays) at Tier 2 (C2) stores.

- Coordinate with the R&D Department to add new samples to product sets.

- Conduct market research and surveys to prepare for the launch of the 15mm outdoor paving tile line, expected to hit the market around May 15.

- Assess inventory levels at dealerships and factories to develop appropriate product plans for each line, avoiding stock accumulation of unsuitable products.

- Continue surveying and expanding the dealer/distributor network in the Western and Eastern regions of Ho Chi Minh City.

- Develop and implement market policies for roof tile products; prepare for production at the Eurotile Factory (expected from May 15).

- Continue Trade Marketing activities and product training for the Tier 2 (C2) store system.

- Coordinate with R&D to launch new product sets for new dealers in April.

- Research discount policies for the Central Highlands market regarding products from Thang Long and Hanoi factories, ensuring no impact on sales volume.

- Reach a consensus with dealers on the plan to increase prices for the C2 channel starting from April 10, 2026, in the context of:

- An expected price increase of 5% to 10%.

- Transportation costs increasing by 30%–50%.

b/ Project Channel:

Focus primarily on projects with urgent schedules and those unaffected by market fluctuations in material prices, such as:

- Projects from major developers: Vingroup, Sungroup, MIK Group, Masterise Group, Dat Xanh, Novaland, Phu My Hanh, etc.

- Public investment projects implemented under the BT (Build-Transfer) model: Projects for the Ministry of Public Security deployed by Vingroup and Sungroup; Phu Quoc Airport, Gia Binh Airport, and projects serving the APEC Summit in Phu Quoc, etc.

- Public investment projects of the Ministry of Public Security, Ministry of National Defense, Ministry of Health, and headquarters construction projects in various provinces and cities.

c/ Export Channel:

- Announce the new Q2 pricing policy to the entire customer network.

- Develop samples for customer Emser (10 samples).

- Sales promotion activities for new customers in Malaysia, Indonesia, and the Eastern European market, etc.

- Attend the 25th Anniversary Celebration of British customer Verona on June 13, 2026.

- Complete the **SMETA certification** for the Viglacera Hanoi Factory (for exporting Semi-porcelain tiles to the US market).

d/ Marketing Activities:

- **Events and Training: Connection & Engagement.**

- Professional Association Cooperation: Closely accompany the Association of Architects, Interior Association, and Building Materials Association nationwide through sports tournaments and professional events.

- New Product Activation: Organize seminars to introduce the 15mm tile line.

- Business Support: Provide training for the dealer/store system and project consultancy based on actual needs.

• Product – Market Research:

◦ Continuously research and update market information in coordination with the Sales Department during periods of global volatility and fluctuations in raw material/fuel prices.

• Trade Marketing: Point-of-Sale Presence.

◦ Image Standardization: Update display standards, signage, and optimize the network of regional construction contractors.

◦ Expansion of Coverage: Invest in display shelves for nationwide dealers; complete key showrooms (Cuong Quoc, Co Loa).

◦ Market Adaptation: Closely monitor raw material fluctuations and competitor activities to adjust display plans at events/exhibitions.

• Communication and Digitalization: Branding & Design.

◦ Content Diversification: Promote in-depth articles for Autoclaved Aerated Concrete (AAC), Roof Tiles, Bricks, etc.

◦ Focus on short-form videos (TikTok/Reels) and the "Trend+" Podcast.

◦ Accelerate communication for new products (15mm) and reach the milestone of 100k Fanpage followers.

◦ Premium Brand Management (Eurotile/Vasta Stone).

◦ Establish a dedicated Fanpage for the Vasta Stone brand.

◦ Update the 360-degree perspective library, architectural apps, and enrich customer data from digital platforms.

◦ Long-term Strategy: Formulate a comprehensive Marketing Plan for the 2026-2027 period.

e/ Inventory Liquidation:

Continue implementing the liquidation package for inventory older than 2 years. Expected total sales volume in Q2 to reach 305,000 m², with revenue reaching VND 25.8 billion, specifically:

No	Product	Inventory as of March 31, 2026		Estimated monthly sales for Q2/2026			Expected inventory as of June 30 (m2)
		Production volume (m2)	Value (VND)	Production volume (m2)	Inventory value (VND)	Revenue (VND)	
1	VIT	705.100	169.025	210.000	26.436	21.436	495.100
2	TLT	80.660	8.148	55.000	4.723	2.834	25.660
3	VIH	99.135	7.728	40.000	2.650	1.590	59.135
	CỘNG	884.895	184.901	305.000	33.809	25.860	579.895

2.4. Financial Affairs:

- Receive and manage the transfer of financial affairs from Viglacera Thang Long JSC and Viglacera Hanoi JSC to Viglacera Tien Son JSC.
- Seek low-interest capital sources to reduce financial costs for the company.
- Ensure capital sources for business operations and investments.
- Adhere strictly to the set profit targets.
- Develop monthly cash flow plans.

2.5. Investment Activities:

Implement the following projects:

- Project: Investment in replacing the System XL8C digital printer for production line No. 2 at Viglacera Thai Binh Factory.
- Project: Investment in a 40-ton intermittent ball mill at Viglacera My Duc Factory.
- Project: Investment in a fluidized bed furnace for the ATM 6000L spray drying tower at Viglacera Eurotile Factory.
- Project: Renovation of the roof tile production line (1.32 million \$m²/year) at Viglacera Eurotile Factory.

2.6. R&D Activities:

- Operate the personnel system and issued procedures synchronously and smoothly; simultaneously review and adjust to improve efficiency and suitability for production reality.
- Develop new products: Implement and put into production new products according to the approved plan, ensuring progress, quality, and practical applicability.
- Enhance technological control across the entire system: Deploy synchronous technological control at all 7 factories, ensuring consistency in technical standards, product quality stability, and production process optimization.
- Establish a reward mechanism for product development; build a KPI evaluation system for R&D to promote innovation, standardize technology, reduce individual dependency, minimize errors and production costs, and strengthen the link between the R&D - Quality Control Department and the factories to foster teamwork.
- Apply a project classification mechanism for product development, focusing resources on key projects and minimizing small-scale, unplanned, or unfeasible development projects.

2.7. Digital Transformation:

- Develop a digital transformation plan for the Company for the 2026-2027 period.
- Establish detailed requirements (Terms of Reference) for the ERP software implementation plan.
- Prepare for supplier selection and the deployment of ERP software development.

2.8. Other Tasks:

- Successfully organize the 2026 Annual General Meeting of Shareholders (AGM).

- Review internal procedures and regulations.
- Establish a KPI system for the entire Company.
- Continue the organizational streamlining plan according to the Corporation's restructuring scheme.

Article 3: This Resolution takes effect from the date of signing. Members of the Board of Directors, the Board of Management, Departments, and Branches under the Company are responsible for implementing this Resolution.

Recipients:

- *Members of the BOD; Members of the Supervisory Board;*
- *SSC; Hanoi Stock Exchange*
- *Departments, Boards, Factories;*
- *Saved: BOD Office.*



CHỦ TỊCH H.Đ.QUẢN
Đoàn Hải Mầu

