

EIB: Eximbank bứt phá đầu năm 2025 với lợi nhuận tăng gần 26%, ngoại hối tăng hơn gấp đôi

1. Kế hoạch kinh doanh năm 2025

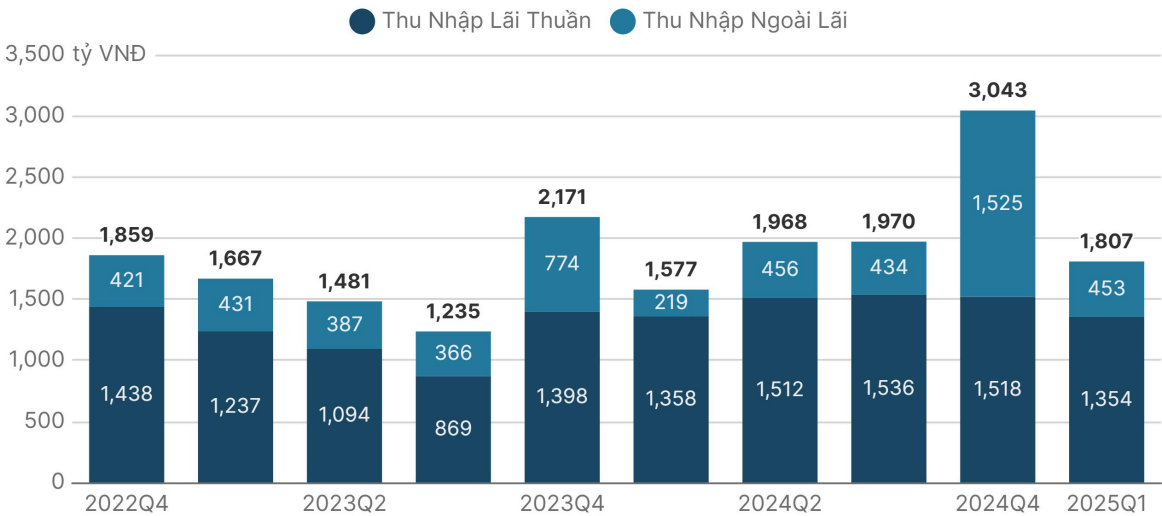
Chỉ tiêu	Đơn vị tính	KH Năm 2025	So với TH năm 2024
Tổng tài sản	Tỷ đồng	265,500	+ 10.7%
Huy động vốn	Tỷ đồng	206,000	+ 15.5%
Dư nợ tín dụng	Tỷ đồng	195,500	+ 16.2%
Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	5,188	+ ~24%
Tỷ lệ nợ xấu kiểm soát	%	Dưới 1.99	–

2. Kết quả kinh doanh quý I/2025

Lợi nhuận tăng trưởng ấn tượng, ngoại hối tăng vọt 141%

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Quý 1/2025	So với cùng kỳ
Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	832	+25.8%
Thu nhập lãi thuần	Tỷ đồng	1,354	giảm nhẹ
Lãi thuần từ kinh doanh ngoại hối	Tỷ đồng	201.7	+141%
Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng	Tỷ đồng	146	+32.2%
Lãi thuần từ hoạt động khác	Tỷ đồng	109	–
Tổng thu nhập hoạt động	Tỷ đồng	1,807	+14.6%

Thu nhập lãi thuần và Thu nhập ngoại lãi (EIB)

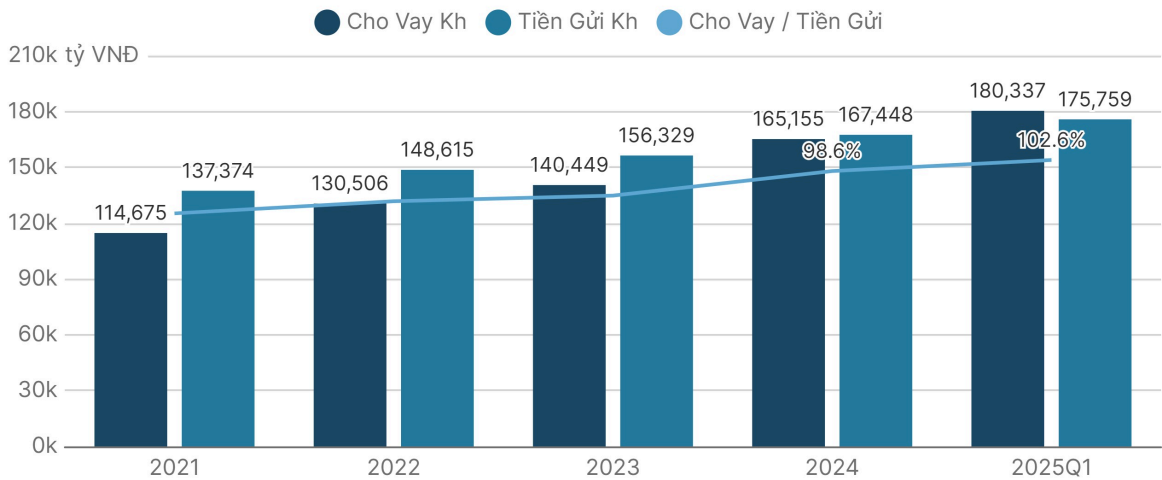


Nguồn, tổng hợp: BCTC EIB, fireant.vn.

Tăng trưởng tài sản và tín dụng

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Quý 1/2025	So với cùng kỳ
Tổng tài sản	Tỷ đồng	251,133	+4.74%
Cho vay khách hàng	Tỷ đồng	180,336	+ 9.2%
Dư nợ tín dụng toàn hệ thống	Tỷ đồng	182,258	+ 8.34%
Tiền gửi khách hàng	Tỷ đồng	175,759	+4.96%

Cho vay khách hàng và Tiền gửi khách hàng (EIB)



Nguồn, tổng hợp: BCTC EIB, fireant.vn.

Cuối quý 1/2025: Dư nợ cho vay khách hàng đạt 180,336 tỷ đồng, trong khi tiền gửi khách hàng ở mức 175,759 tỷ đồng, đưa tỷ lệ cho vay trên tiền gửi vượt ngưỡng 1, cụ thể đạt 1,026. Đây là mức cao nhất trong 5 năm trở lại đây.

Chỉ số an toàn tài chính

- Tỷ lệ vốn ngắn hạn cho vay trung dài hạn: 23–25%, dưới ngưỡng 30%.
- Tỷ lệ tín dụng/huy động (LDR): dưới 85%.
- Hệ số an toàn vốn (CAR): xấp xỉ 12%, cao hơn mức tối thiểu 8%.

3. Định hướng chiến lược và chuyển đổi số

- Tái cấu trúc tổ chức, nâng cao hình ảnh thương hiệu.
- Phát triển bền vững, ưu tiên hiệu quả và an toàn.
- Mục tiêu “đi nhanh nhưng không vội” để xây dựng nền móng vững chắc.

4. Đầu tư công nghệ và ngân hàng số

- Phát triển EDigi, EBiz và ứng dụng AI, RPA, sinh trắc học giọng nói.
- Mục tiêu: tối ưu chi phí, nâng cao trải nghiệm khách hàng và hiệu suất nội bộ.