



THUYẾT TRÌNH LỢI NHUẬN

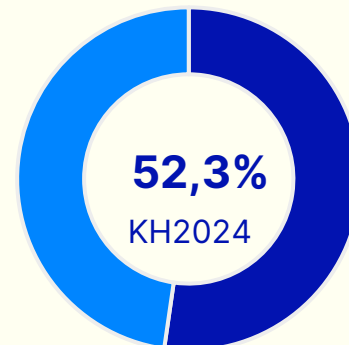
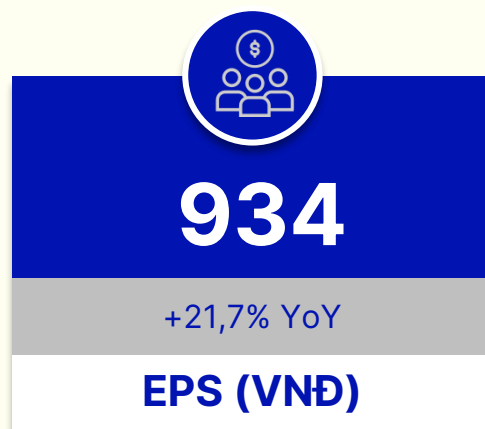
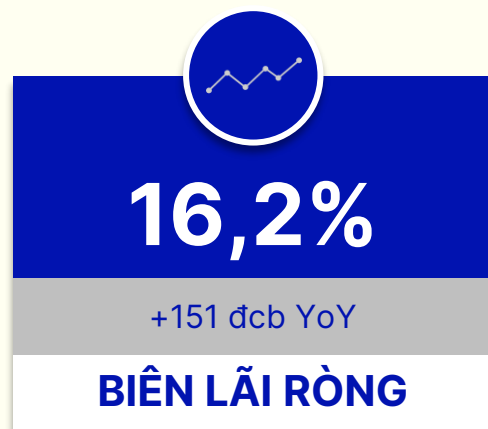
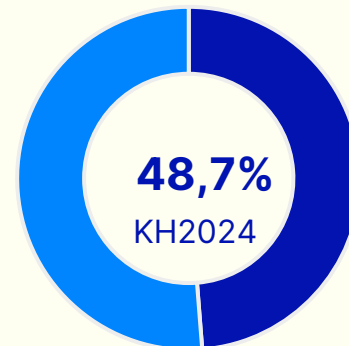
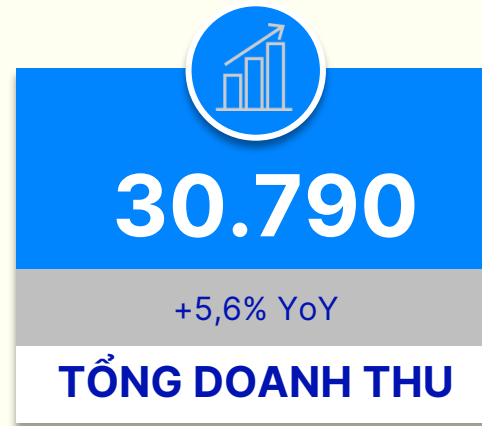
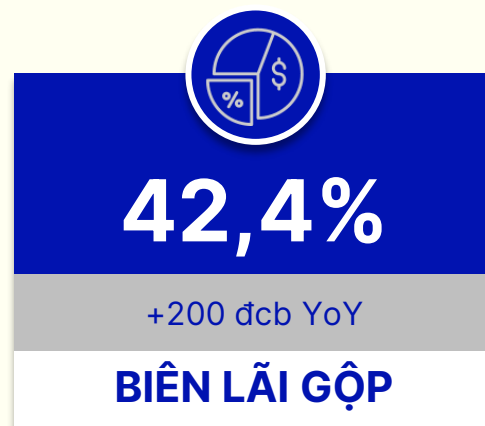
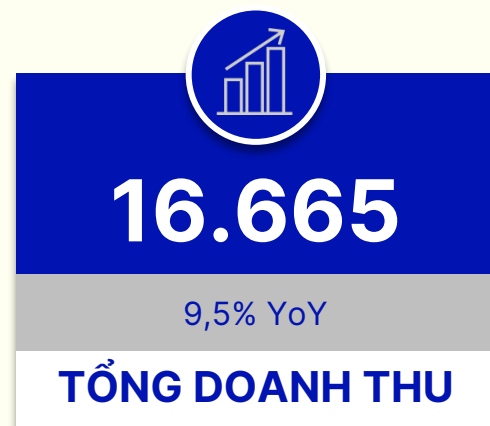
Giai đoạn 6 tháng kết thúc ngày 30/06/2024 (“năm 2024”)



Tóm Tắt Kết Quả Kinh Doanh

Kết quả hợp nhất – Q2/2024

6T/2024



Thông điệp Tổng Giám Đốc

Bà MAI KIỀU LIÊN
Tổng Giám Đốc

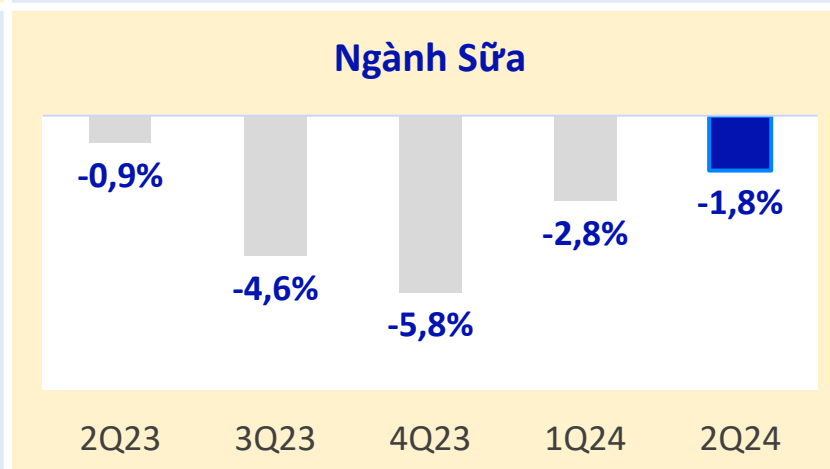
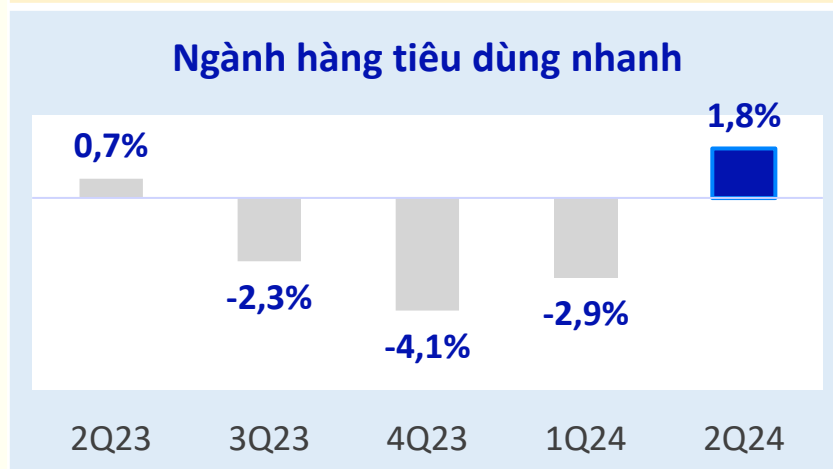
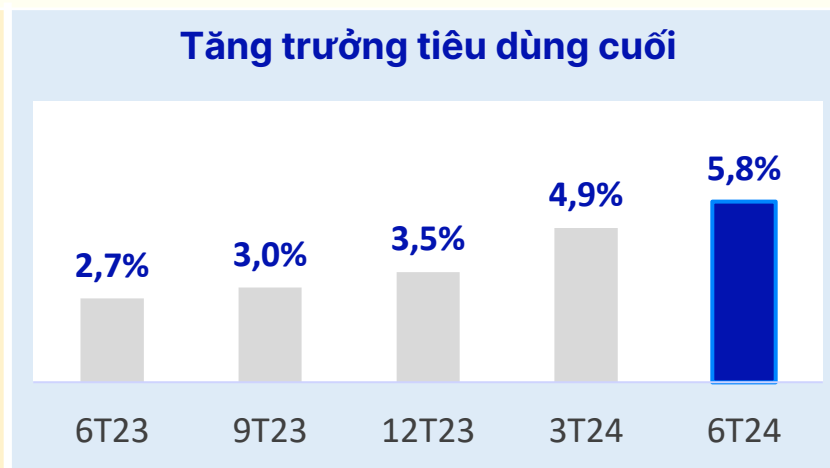
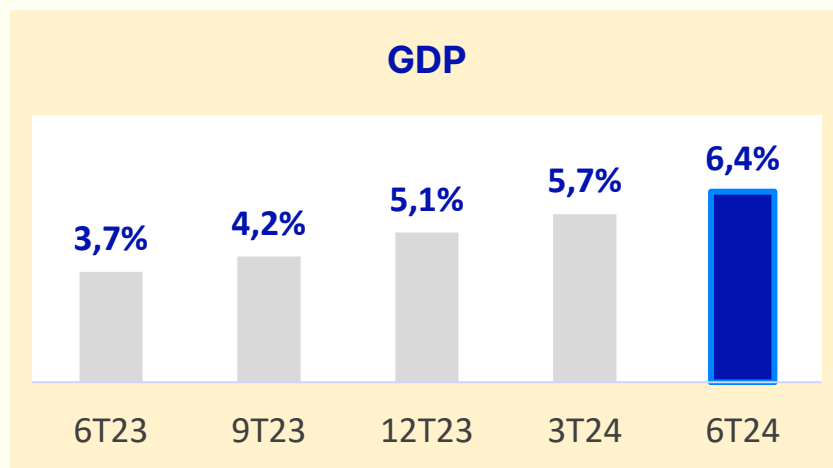


*Vinamilk đã có một quý 2 vượt trội khi tổng doanh thu hợp nhất lập kỷ lục mới, **đánh dấu một cột mốc quan trọng trong hành trình chăm sóc sức khỏe cho cộng đồng** của chúng tôi. Quan trọng hơn, chúng tôi đã đạt tăng trưởng ở tất cả các bộ phận từ trong nước, xuất khẩu đến các đơn vị thành viên trong và ngoài nước.*

*Những con số này là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng trong cải tiến sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng thị trường và tối ưu hiệu quả hoạt động. Dù còn nhiều điều cần làm, nhưng với kết quả đáng khích lệ trong nửa đầu năm 2024, **chúng tôi tự tin hướng đến mục tiêu hoàn thành kế hoạch cả năm và tin tưởng rằng Vinamilk sẽ tiếp tục là điểm sáng trên thị trường, mang lại giá trị bền vững cho các nhà đầu tư.***

Vĩ Mô Và Ngành

Tiêu dùng hàng hóa tiếp tục xu hướng phục hồi



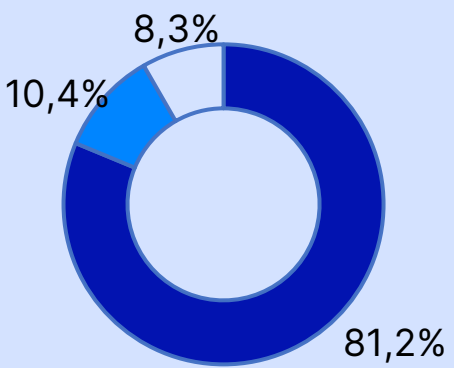
Điểm nhấn:

- **Bức tranh nền kinh tế Việt Nam khởi sắc.** GDP Q2/24 tăng 6,9% so với cùng kỳ. Lũy kế 6T/24, GDP tăng 6,4% so với cùng kỳ.
- **Theo sử dụng GDP, tiêu dùng trong nước cải thiện với mức tăng trưởng 5,8%** so với cùng kỳ, cao hơn đáng kể so với mức 2,7% trong 6T/23.
- **Tiêu dùng hàng hóa tiếp tục xu hướng phục hồi**, thể hiện trong tăng trưởng giá trị ngành FMCG và xu hướng phục hồi của ngành sữa.

Kết Quả Kinh Doanh Hợp Nhất

Q2/2024

2Q2023	15.195		
Nội địa	743	+5,8%	
Xuất khẩu	470	+37,0%	
CNNN	248	+21,8%	
2Q2024	16.656	+9,6%	



	2Q2024	2Q2023
Nội địa	81,2%	84,2%
Xuất khẩu	10,4%	8,4%
CNNN	8,3%	7,5%

Điểm nhấn Q2/2024: Đạt tăng trưởng ở tất cả bộ phận

Doanh thu thuần hợp nhất cao nhất trong lịch sử, mức tăng cao nhất tính từ năm 2022. Trong đó:

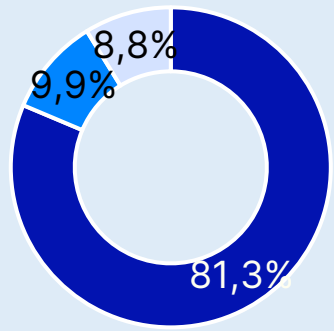
Doanh thu nội địa đạt 13.532 tỷ đồng (+5,8% YoY).

Doanh thu các thị trường nước ngoài đạt 3.124 tỷ đồng (+29,9% YoY).

- **Doanh thu thuần xuất khẩu đạt 1.740 tỷ đồng, (+37,0% YoY).**
- **Doanh thu thuần các chi nhánh nước ngoài đạt 1.384 tỷ đồng (+21,8% YoY).**

6T/2024

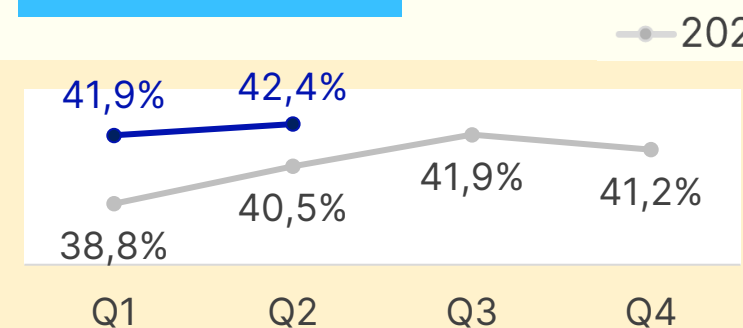
FY2023	29.113		
Nội địa	749	+3,1%	
Xuất khẩu	543	+21,7%	
CNNN	364	+15,6%	
FY2024	30.769	+5,7%	



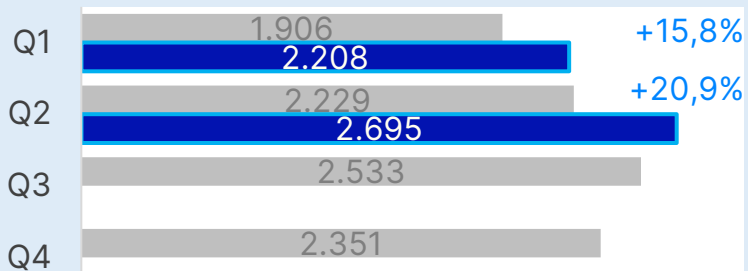
	2024	2023
Nội địa	81,3%	83,4%
Xuất khẩu	9,9%	8,6%
CNNN	8,8%	8,0%

Kết Quả Kinh Doanh Hợp Nhất

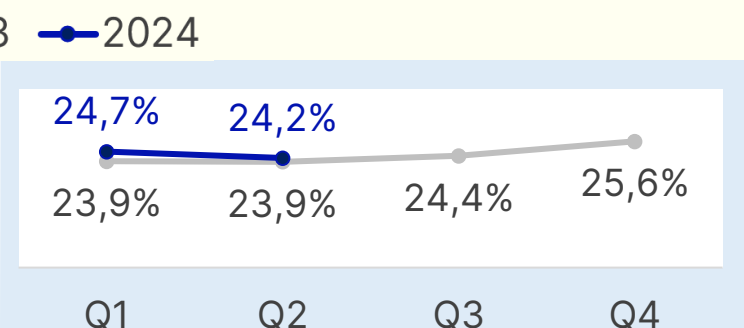
Q2/2024



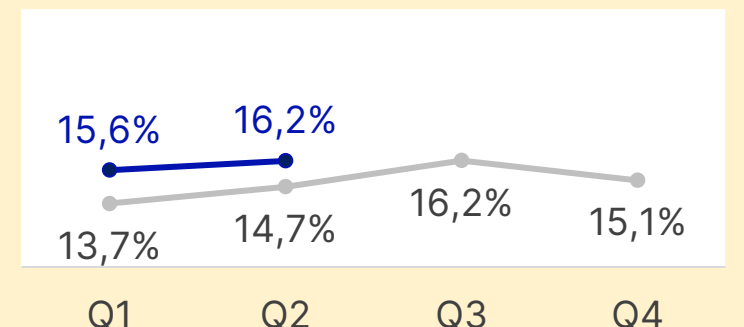
Biên lãi gộp trong Q2 tiếp tục xu hướng phục hồi nhờ tăng trưởng doanh thu và chính sách mua hàng hợp lý



LNST tăng mạnh 20,9% YoY nhờ doanh thu phục hồi và lợi nhuận gộp, là quý thứ 3 liên tiếp tăng trưởng trên 15%

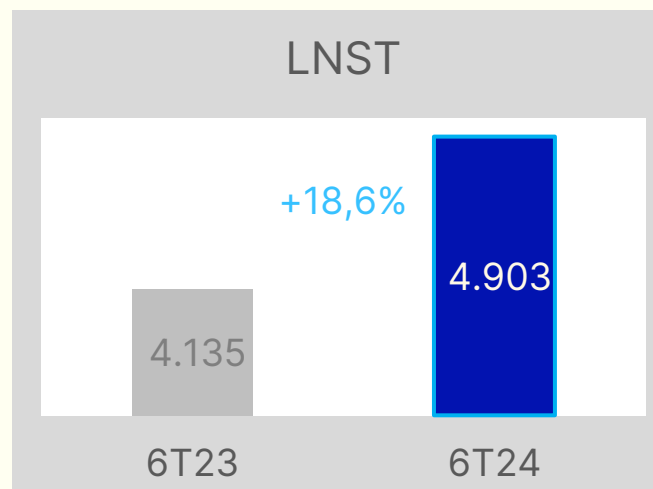
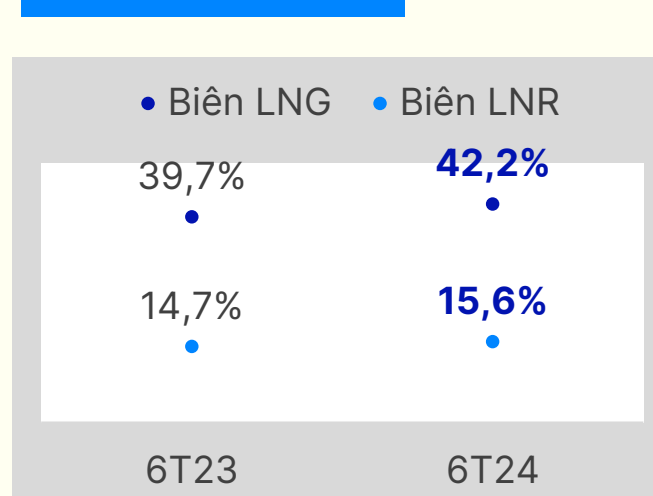


Biên chi phí BH&QLDN +31đcb YoY, tăng cường phát triển đội ngũ, trung bày, khuyến dùng, hỗ trợ phân phối



Biên LNST +151 đcb YoY

6T/2024

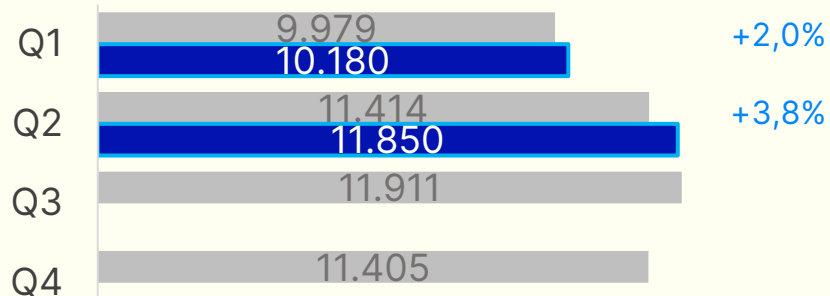


Kết Quả Kinh Doanh Theo Bộ Phận

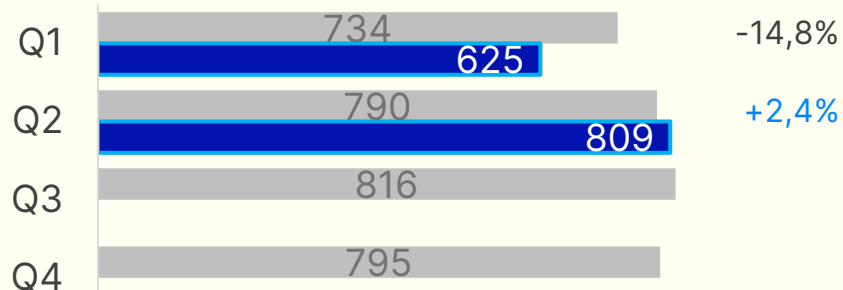
Doanh thu thuần nội địa Công ty Mẹ Q2/2024 tăng trưởng cao nhất trong 3 quý gần nhất

Vinamilk
EST 1976

■ 2023 ■ 2024



MỘC CHÂU
MILK



Điểm nhấn Q2/2024:

- **Động lực tăng trưởng trong thị trường nội địa** nhờ vào mức tăng trưởng hai chữ số của các ngành hàng Sữa chua uống, Sữa đặc, Sữa hạt cùng sự hồi phục của ngành hàng Sữa công thức sau nhiều nỗ lực cải tiến sản phẩm, mở rộng kênh phân phối và marketing hiệu quả:
 - **Giới thiệu bao bì mới** cho Sữa chua uống Probi trong T6/2024, tiếp nối dự án tái định vị thương hiệu.
 - **Ra mắt 03 sản phẩm mới** gồm Sữa đặc Ông Thọ hộp 1 lít có nắp, Sữa cao đậm 7 loại hạt và Sữa tươi 100% vị dừa để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.
 - **Hợp tác chiến lược với hai hệ thống y tế hàng đầu** theo định hướng tăng thâm nhập vào kênh y tế để mở rộng tập khách hàng và xây dựng uy tín thương hiệu.
- **Sữa Mộc Châu (HOSE: MCM)** phục hồi tăng trưởng doanh thu, cải thiện đáng kể so với Q1 nhờ tăng cường đầu tư cho hoạt động bán hàng.

NAY KHOÁC ÄO MÖI



VỎ MÖI KENG
“RUỘT” KHÔNG ĐÖI



* Uống 1 chai mỗi ngày

Giai đoạn 6T kết thúc ngày 30/06/2024

Cải Tiến Sản Phẩm

Bao bì mới cho Sữa Chua Uống Probi



SỮA CHUA VINAMILK ĐỒNG LOẠT THAY ÄO MỚI

“Lõng” chẳng thay



THỬ NGAY MÖI NGÀY MỘT VỊ



Cải Tiến Sản Phẩm

Bao bì mới cho Sữa Chua Ăn



Giai Äoän 6T kết thúc ngày 30/06/2024

RA MẮT ÔNG THỌ HỘP GIẤY 1KG CỖ NẮP MỚI

Dễ sử dụng và bảo quản



Nguyên liệu không thể thiếu cho mọi món ngon của gia đình



Giai đoạn 6T kết thúc ngày 30/06/2024

Cải Tiến Sản Phẩm

Bao bì mới tiện dụng mới cho Sữa Đặc



Vinamilk
EST 1976

SỮA HẠT CAO ĐAM KHÔNG ĐẬU NÀNH ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM

Đến 9g đạm chủ yếu từ đậu Hà Lan
Tiếp sức mọi lúc mọi nơi, ngon không ngấy



Bạn có biết?

Chúng tôi quyết định chọn đậu Hà Lan để cung cấp cho bạn dù 9 loại amino acids mà cơ thể không tự tổng hợp được

7 KHÔNG

- KHÔNG Đậu nành
- KHÔNG Lactose
- KHÔNG Biện dòi gen
- KHÔNG Gluten
- KHÔNG dùng chất bảo quản
- KHÔNG Cholesterol
- KHÔNG Thuốc diệt cỏ (Glyphosate)

Cải Tiến Sản Phẩm

Sữa cao đạm 7 loại hạt mới



Bao bì mới cho sữa 9 loại hạt



Vinamilk
EST 1976

SỮA 9 HẠT MỠI NỨT VỎ

Vị ngon y nguyên
Rang thơm béo bùi, xay nguyên hạt



Bạn có biết?

Sữa hạt 9 loại hạt chinh phục hơn 200 giám khảo có đầu bếp Michelin và Gault & Millau từ 20 quốc gia để đạt 3 sao về chất lượng và hương vị.



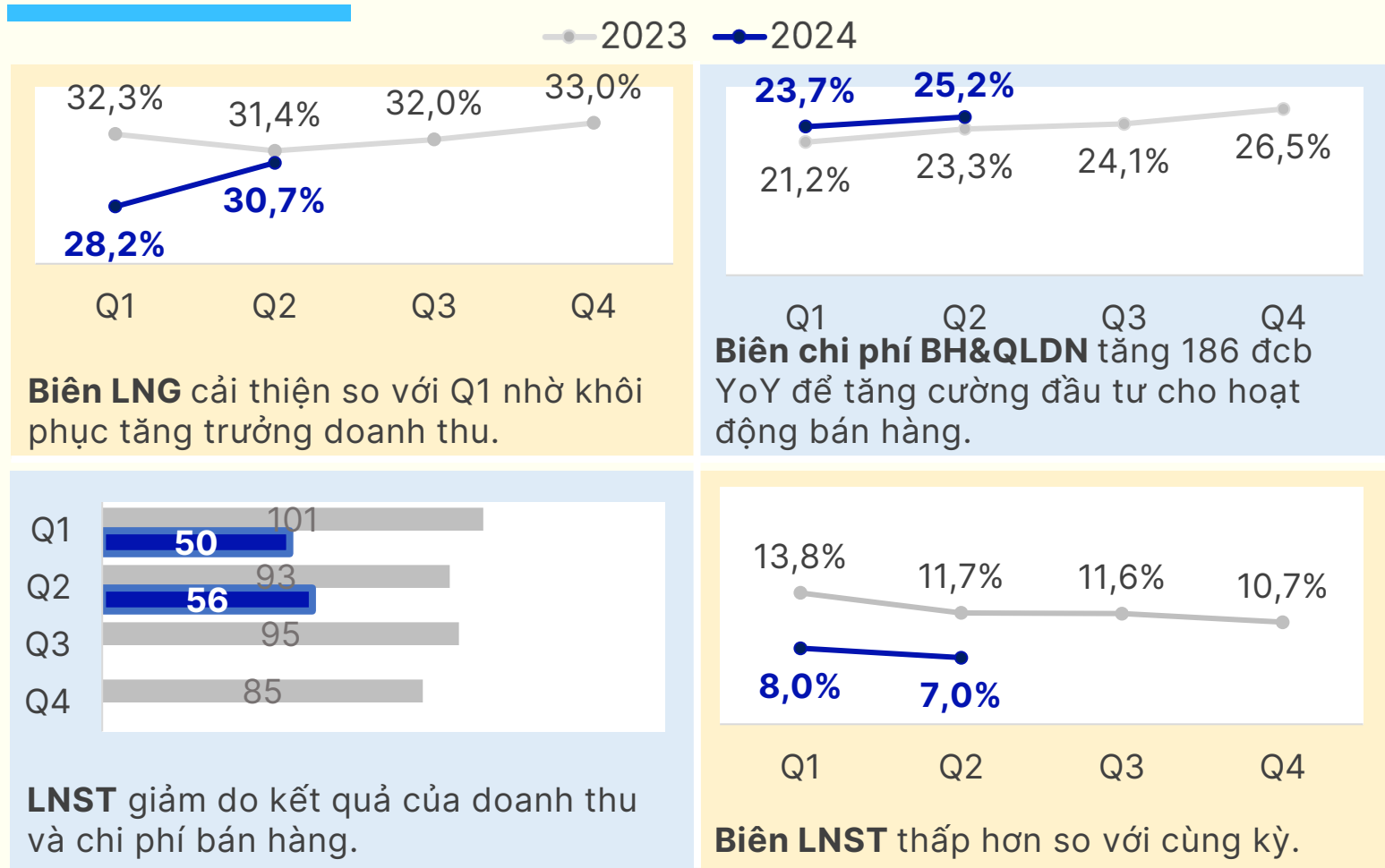
5 KHÔNG

- KHÔNG Lactose
- KHÔNG Gluten
- KHÔNG Biện dòi gen
- KHÔNG Chất bảo quản
- KHÔNG Thuốc diệt cỏ (Glyphosate)

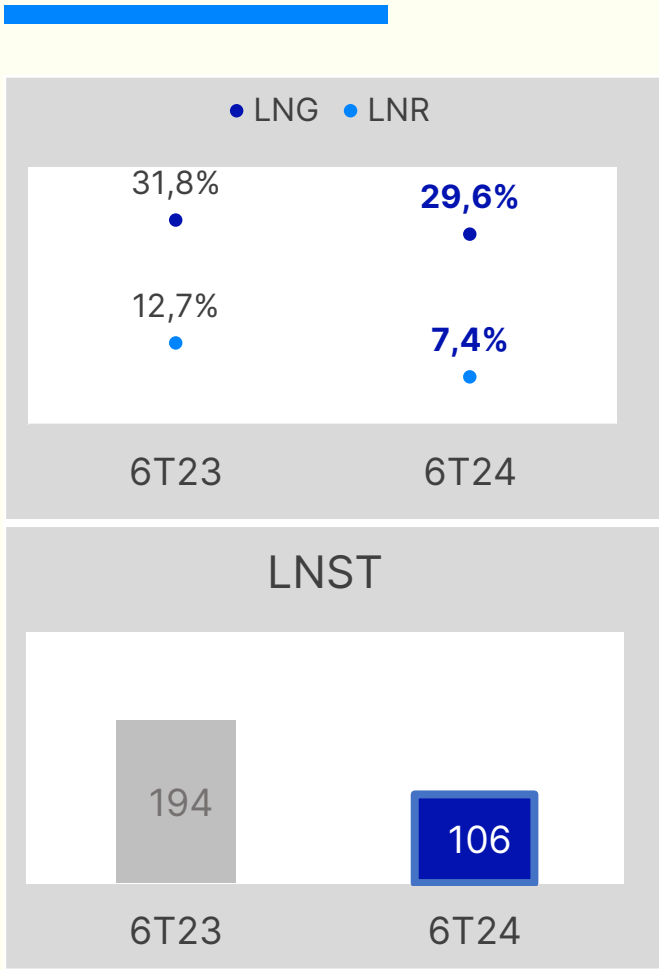
Trải nghiệm ngay

Kết Quả Kinh Doanh Theo Bộ Phận

Sữa Mộc Châu (HOSE: MCM) - Q2/2024

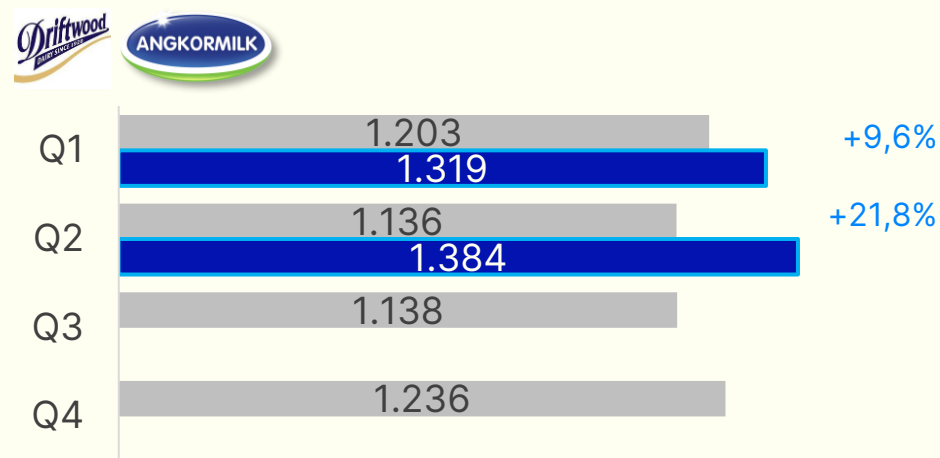
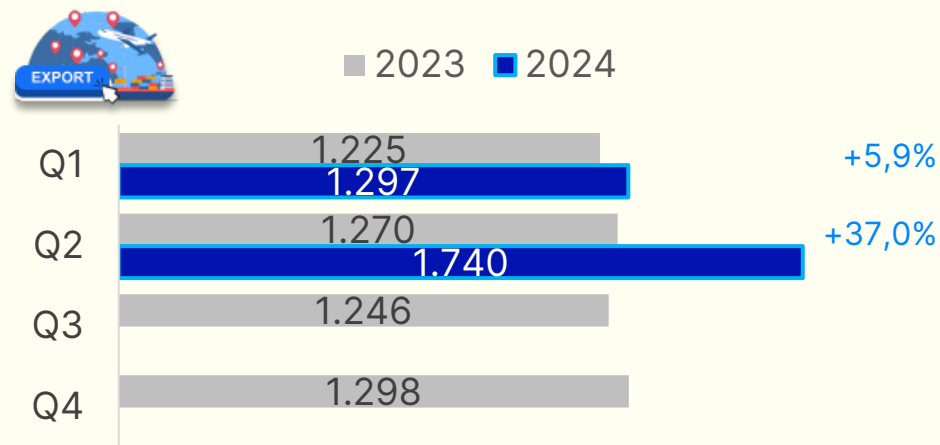


6T/2024



Kết Quả Kinh Doanh Theo Bộ Phận

Xuất khẩu và Các chi nhánh nước ngoài tăng trưởng lần lượt 37,0% và 21,8% YoY



Điểm nhấn Q2/2024:

- **Doanh thu thuần xuất khẩu đạt 1.740 tỷ đồng, tăng 37,0%** so với cùng kỳ và cao hơn mức tăng 5,9% trong Q1/24.
 - Liên tục cải tiến sản phẩm và tăng cường hỗ trợ các đối tác tại các thị trường xuất khẩu trọng điểm trong bối cảnh thế giới đang có nhiều biến động.
- **Doanh thu thuần các chi nhánh nước ngoài đạt 1.384 tỷ đồng, tăng trưởng 21,8%** so với cùng kỳ và cao hơn so với mức tăng 9,6% trong Q1/24.
 - **Angkormilk** gặt hái kết quả từ những nỗ lực marketing trong các quý trước.
 - **Driftwood** khôi phục nguồn cung bao bì để đảm bảo hoàn thành các đơn hàng.

Điểm Nhấn Bảng Cân Đối Kế Toán

Tại ngày 30/06/2024



54.194

TỔNG TÀI SẢN



15.857

TỔNG NỢ PHẢI TRẢ



38.337

TỔNG NGUỒN VỐN

Tiền và ĐTTC ngắn hạn	1.199
Tài sản ngắn hạn khác	36.134
Tài sản dài hạn	16.861

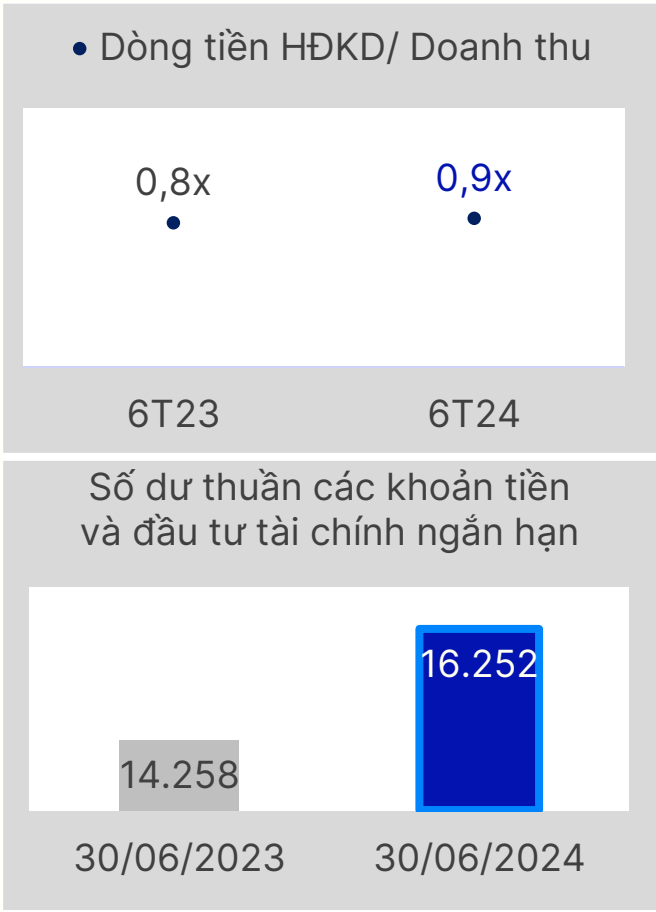
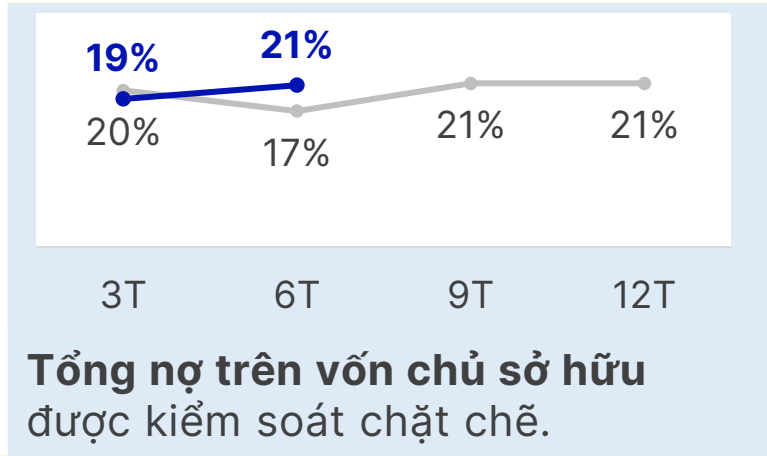
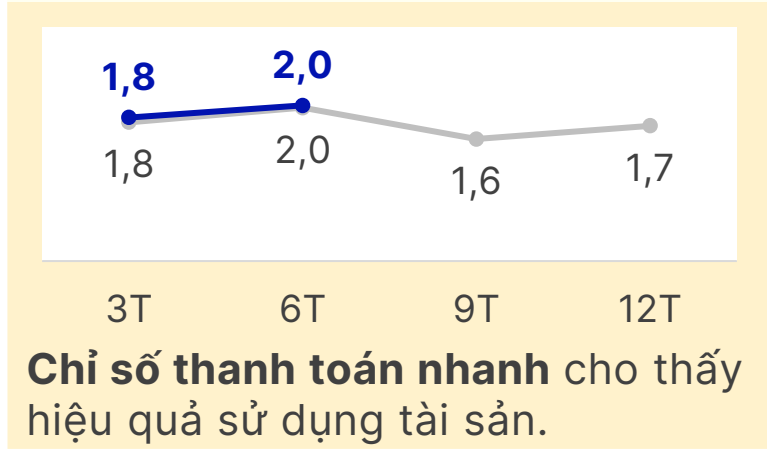
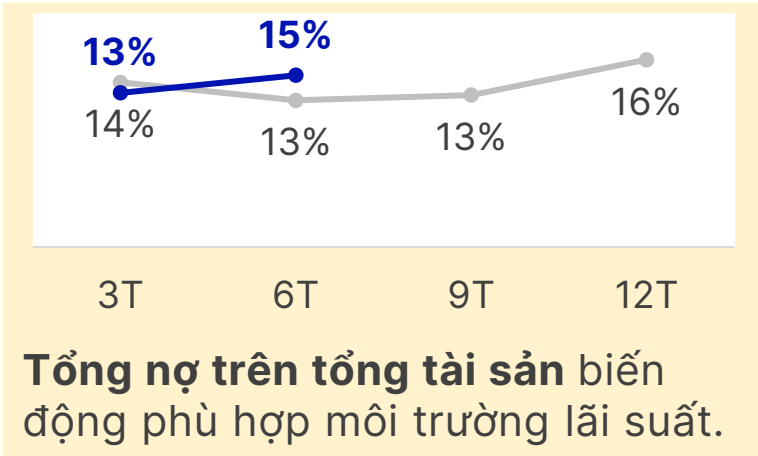
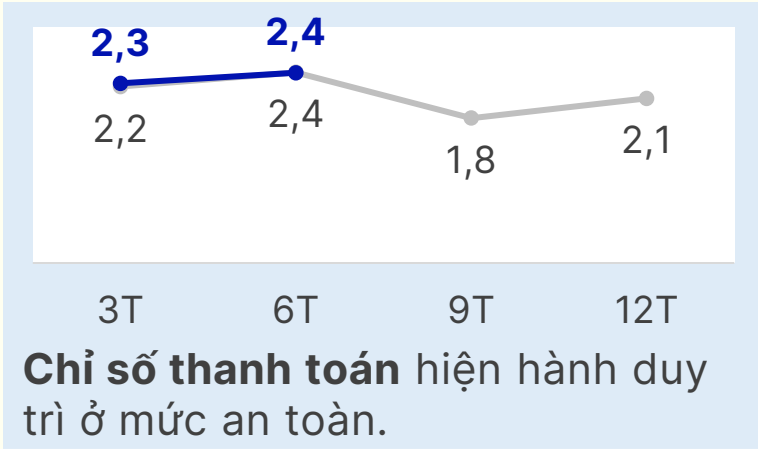
Nợ vay	7.978
Phải trả ngắn hạn khác	7.609
Phải trả hạn khác	270

Vốn góp và các quỹ	28.346
Lợi nhuận giữ lại	6.000
Lợi ích cổ đông thiểu số	3.991

Cơ Cấu Vốn Và Thanh Khoản

Tại ngày 30/06/2024

— 2023 — 2024



HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP

Giai đoạn 6 tháng đến ngày 30/06/2024



Phát Triển Doanh Nghiệp

Hợp tác chiến lược với các hệ thống y tế hàng đầu

“Giá trị cốt lõi của Vinamilk luôn được khẳng định cùng thời gian: đó là sứ mệnh **“chăm sóc”** – chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần cho người tiêu dùng qua các thế hệ vì một Việt Nam luôn khát khao vươn lên. Chúng tôi mong muốn cùng với các đối tác chia sẻ triết lý này, xuất phát từ sự đề tâm đến sức khỏe cộng đồng và mong muốn mang lại giá trị nhiều hơn thông qua các hoạt động chăm sóc dinh dưỡng, y tế, giáo dục và phát triển bền vững”.

Ông Nguyễn Quang Trí – Giám đốc Điều hành Marketing

Giai đoạn 6T kết thúc ngày 30/06/2024



Phát Triển Doanh Nghiệp

Thương hiệu Sữa được chọn mua nhiều nhất Việt Nam



Các nhãn hiệu của Vinamilk dẫn đầu danh sách các nhãn hiệu sữa được chọn mua nhiều nhất.

- Vinamilk tiếp tục giữ vững vị trí số 1 trong ngành hàng sữa và các sản phẩm từ sữa, suốt 12 năm liên tiếp.
- Sữa đặc Vinamilk vẫn là lựa chọn ưa thích của các hộ gia đình.
- Probi xuất hiện trong bảng xếp hạng các nhãn hiệu sữa được chọn mua nhiều nhất khu vực thành thị.
- Xét trên toàn ngành FMCG, Vinamilk dẫn đầu ở khu vực thành thị, với điểm CRP cao gấp đôi so với 2 nhãn hiệu tiếp sau.

Phát Triển Doanh Nghiệp

Quỹ Sữa Vươn Cao Việt Nam năm thứ 17



- **Dành tặng 630.000 hộp sữa cho trẻ em** có hoàn cảnh khó khăn khắp cả nước.
- Những chuyến xe của Vinamilk đã và đang tiếp tục **mang sữa đến với gần 8.000** em nhỏ có hoàn cảnh khó khăn.
- **Tổng giá trị hỗ trợ gần 5 tỷ đồng.**

Tóm Tắt Kết Quả Tài Chính

(đã soát xét, tỷ đồng)	Q2/2024	Q2/2023	Thay đổi	6T/2024	6T/2023	Thay đổi
Tổng doanh thu	16.665	15.213	9,5%	30.790	29.167	5,6%
Doanh thu thuần	16.656	15.195	9,6%	30.768	29.113	5,7%
Trong nước	13.532	12.789	5,8%	25.028	24.279	3,1%
Nước ngoài	3.124	2.406	29,9%	5.740	4.834	18,7%
Lợi nhuận gộp	7.068	6.150	14,9%	12.979	11.548	12,4%
Trong nước	5.657	5.280	7,1%	10.505	9.805	7,1%
Nước ngoài	1.411	870	62,1%	2.474	1.743	41,9%
Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp	4.031	3.630	11,0%	7.522	6.961	8,1%
Thu nhập/(chi phí) khác không bao gồm chi phí khấu hao và lãi vay	860	820	4,9%	1.736	1.676	3,6%
Lợi nhuận sau thuế	2.695	2.229	20,9%	4.903	4.135	18,6%
Thu nhập mỗi cổ phiếu (đồng)	1.138	934	21,7%	2.082	1.713	20,3%

Miễn Trừ Trách Nhiệm

Một số báo cáo trong bài Thuyết trình có thể bao gồm “các nhận định trong tương lai”, bao gồm cả thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này chứa đựng các rủi ro đã biết và chưa biết, các yếu tố không chắc chắn và các yếu tố khác có thể khiến kết quả thực tế, hiệu suất hoặc thành tích của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (“VNM” hoặc “Công ty”), hoặc các kết quả ngành, có sự khác biệt trọng yếu so với bất kỳ kết quả, hiệu suất hoặc thành tích nào trong tương lai được thể hiện hoặc ngụ ý bởi các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng dựa trên nhiều giả định liên quan đến chiến lược kinh doanh hiện tại và tương lai của VNM và môi trường mà VNM sẽ hoạt động trong tương lai. Vì những báo cáo và thông tin tài chính này phản ánh quan điểm hiện tại của VNM về các sự kiện trong tương lai, những báo cáo và thông tin tài chính này có chứa đựng rủi ro, sự không chắc chắn và các giả định. Kết quả thực tế trong tương lai có thể khác biệt trọng yếu với các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này.

VNM từ chối mọi nghĩa vụ hoặc cam kết phát hành công khai bất kỳ cập nhật hoặc sửa đổi nào đối với bất kỳ tuyên bố hoặc thông tin tài chính dự phóng được đề cập trong bài Thuyết trình này để phản ánh bất kỳ thay đổi nào trong các kỳ vọng của VNM đến bất kỳ thay đổi nào trong các sự kiện, điều kiện hoặc hoàn cảnh mà các tuyên bố hoặc thông tin được dựa trên.

Bài Thuyết trình này bao gồm dữ liệu thị trường và ngành và dự báo thu được từ khảo sát nội bộ, báo cáo và các nghiên cứu phù hợp, cũng như nghiên cứu thị trường, thông tin có sẵn công khai và các ấn phẩm ngành. Các ấn phẩm ngành, khảo sát và dự báo nhìn chung nói rằng thông tin họ cung cấp được lấy từ các nguồn được cho là đáng tin cậy, nhưng không thể đảm bảo tính chính xác hoặc đầy đủ của thông tin được sử dụng. Mặc dù VNM đã thực hiện các bước hợp lý để đảm bảo rằng thông tin được trích xuất chính xác và trong bối cảnh phù hợp, nhưng VNM chưa xác minh độc lập bất kỳ dữ liệu nào từ các nguồn của bên thứ ba hoặc xác định các giả định kinh tế cơ bản liên quan.



Liên hệ

<https://www.vinamilk.com.vn/>



Cố đông, CV phân tích

Đồng Quang Trung, Quan hệ NĐT

dqtrung@vinamilk.com.vn

Đối tác truyền thông

Lê Thanh Lan Anh, Truyền thông DN

ltlanh@vinamilk.com.vn