

BẢN TIN NHÀ ĐẦU TƯ

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 7 năm 2024

QUÝ 2/2024

DOANH THU QUÝ 2/2024 TĂNG TRƯỞNG CAO NHẤT TÍNH TỪ 2022

Điểm nhấn Q2/2024

- Tổng doanh thu hợp nhất đạt 16.665 tỷ đồng, cao nhất trong lịch sử Công ty cho một quý, +9,6% so với cùng kỳ, mức tăng cao nhất từ đầu năm 2022.**
- Công ty Mẹ ghi nhận doanh thu thuần nội địa 11.850 tỷ đồng, +3,8% so với cùng kỳ và là mức tăng cao nhất trong 3 quý gần nhất. Đã giới thiệu bao bì mới cho Sữa chua uống Probi trong tháng 6 và Sữa chua ăn trong tháng 7, 2024.**
- Sữa Mộc Châu (HOSE: MCM) ghi nhận doanh thu thuần 810 tỷ đồng, +2,3% so với cùng kỳ và phục hồi đáng kể so với Q1.**
- Xuất khẩu ghi nhận doanh thu thuần 1.740 tỷ đồng, +37,0% so với cùng kỳ.**
- Các chi nhánh nước ngoài ghi nhận doanh thu thuần 1.384 tỷ đồng, +21,8% so với cùng kỳ.**
- Biên lợi nhuận gộp hợp nhất đạt 42,4%, +2% so với cùng kỳ.**
- Lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 2.696 tỷ đồng, +20,9% so với cùng kỳ và là quý thứ 3 liên tiếp duy trì mức tăng trưởng trên 15%.**

Lũy kế 6 tháng đầu năm 2024

- Tổng doanh thu hợp nhất đạt 30.790 tỷ đồng, tăng 5,6% so với cùng kỳ và hoàn thành 48,7% kế hoạch năm.
- Lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 4.903 tỷ đồng, tăng 18,6% so với cùng kỳ và hoàn thành 52,3% kế hoạch năm.

Thông điệp 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.”

Bà Mai Kiều Liên

Dữ Liệu Tổng Quan

Mã chứng khoán (HOSE)	VNM
Ngành	Hàng tiêu dùng
Ngày niêm yết	19/01/2006
Giá CP tại 31/03/2024 (đồng)	65.500
Khoảng giá 52 tuần (đồng)	65.500-81.300
Vốn hóa (tỷ đồng)	136.892
Vốn hóa (tỷ Đô la Mỹ)	5,4
SLCP lưu hành (triệu CP)	2.090
SLCP trôi nổi (triệu CP, ước tính)	682
Tr. bình KL 30 ngày (triệu CP)	4,2
Tỷ suất cổ tức (%)	5,9
Tỷ lệ tiền ròng trên tổng tài sản (%)	30

Về Vinamilk

Vinamilk là công ty dinh dưỡng hàng đầu tại Việt Nam và hiện xếp thứ 36 trong danh sách các công ty sữa lớn nhất thế giới về quy mô doanh thu. Sự mệnh của chúng tôi là trở thành thương hiệu quốc tế trong lĩnh vực thực phẩm và là biểu tượng niềm tin cho người tiêu dùng về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe. Truy cập website để biết thêm về chúng tôi <https://www.vinamilk.com.vn/>

Liên Hệ

Dành cho Cổ đông & Chuyên viên phân tích
Đồng Quang Trung, Quan hệ Nhà Đầu Tư
dqtrung@vinamilk.com.vn

Dành cho Báo chí & Truyền thông
Lê Thanh Lan Anh, Truyền thông DN
ltlanh@vinamilk.com.vn

Chuyên viên Phân tích

Ha Huynh | Vietcap
ha.huynhthu@vcsc.com.vn
Nhan Tran | Maybank IBG
nhan.tran@maybank.com
Minh Dang | SSI
minhdt1@ssi.com.vn
My Tran | HSC
my.th@hsc.com.vn
Paul Dewberry | Bank of America
paul.dewberry@bofa.com
Permada Darmono | UBS
permada.darmono@ubs.com
Shuo Han Tan | HSBC
shuohan.tan@hsbc.com.sg

TRIỂN VỌNG KINH DOANH 2024

Công ty vẫn duy trì kế hoạch tổng doanh thu 63.163 tỷ đồng (tăng trưởng 4,4%) và lợi nhuận trước thuế 11.516 tỷ đồng (tăng trưởng 5,0%) cho cả năm dựa trên kỳ vọng cả sức mua và biên lợi nhuận sẽ tiếp tục hồi phục trong 6 tháng cuối năm. Chúng tôi cũng kỳ vọng dự án tái định vị sẽ tiếp tục thu hút tiêu dùng đối với sản phẩm của Vinamilk. Mới nhất, Công ty đã giới thiệu bao bì mới cho Sữa chua ăn vào đầu T7/2024 sau khi ra mắt bao bì mới cho Sữa chua uống Probi trong T6/2024.

Công ty sẽ chi trả cổ tức đợt cuối năm 2023 là 950 đồng/cổ phiếu, thời gian chi trả dự kiến trong Q4/2024. Cho năm 2024, tổng mức cổ tức dự kiến là 3.850 đồng/cổ phiếu, tương đương năm 2023.

CUỘC HỌP KẾT QUẢ KINH DOANH VỚI BAN ĐIỀU HÀNH

Vào 15:00 ngày 31/07/2024 (giờ VN), Công ty sẽ tổ chức cuộc họp song ngữ Việt-Anh với sự tham gia của đại diện Ban Điều hành để trao đổi về Kết quả kinh doanh 6 tháng đầu năm và triển vọng 6 tháng cuối năm 2024. Đăng ký tham gia tại [ĐÂY](#).

Các tài liệu liên quan đến cuộc họp gồm **Báo cáo tài chính Soát xét** và **Thuyết trình Kết quả kinh doanh** đã được công bố trên trang Quan hệ Nhà đầu tư của Công ty tại [ĐÂY](#).

KẾT QUẢ KINH DOANH HỢP NHẤT

(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 khấu hao, lãi vay	860	820	4,9%	1.736	1.676	3,6%
Lợi nhuận sau thuế	2.696	2.229	20,9%	4.903	4.135	18,6%
Thu nhập mỗi cổ phiếu (đồng)	1.138	935	21,7%	2.082	1.731	20,3%

Tổng doanh thu hợp nhất Q2/2024 đạt 16.665 tỷ đồng, phá kỷ lục 16.194 tỷ đồng của Q3/2021 để trở thành **quý có doanh thu cao nhất trong lịch sử Công ty**. Đây cũng là **quý có mức tăng trưởng cao nhất tính từ đầu năm 2022** với mức tăng 9,5% so với cùng kỳ. Kết quả này được hỗ trợ bởi cả hoạt động kinh doanh trong nước và nước ngoài với mức tăng trưởng tăng lần lượt 5,8% và 29,9% so với cùng kỳ. Với sự tăng tốc trong Q2/2024, tổng doanh thu hợp nhất lũy kế 6T/2024 đạt 30.790 tỷ đồng, tăng 5,6% so với cùng kỳ và hoàn thành 48,7% kế hoạch năm.

Lợi nhuận gộp hợp nhất Q2/2024 đạt 7.068 tỷ đồng, tăng 14,9% so với cùng kỳ, nhanh hơn mức tăng doanh thu nhờ **biên lợi nhuận gộp mở rộng 2 điểm phần trăm lên 42,4%**. Bên cạnh tăng trưởng doanh thu tăng tốc, chủ động điều chỉnh chính sách mua hàng để phù hợp với diễn biến giá nguyên liệu đã đóng

vai trò quan trọng giúp Công ty cải thiện chỉ số này. Lũy kế 6T/2024, biên lợi nhuận gộp đạt 42,2%, mở rộng hơn 2,5 điểm phần trăm so với cùng kỳ.

Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp (BH&QLDN) hợp nhất Q2/2024 tiếp tục được kiểm soát chặt chẽ với mức tăng 11% so với cùng kỳ, khá tương đồng với tăng trưởng doanh thu và chủ yếu để tăng cường phát triển đội ngũ, trưng bày, khuyến dùng, hỗ trợ đối tác phân phối. **Chỉ số chi phí BH&QLDN trên doanh thu thuần Q2/2024 là 24,2%, tăng nhẹ so với 23,9% của cùng kỳ.** Lũy kế 6T/2024, chỉ số này là 24,4% (6T/2023: 23,9%).

Lợi nhuận sau thuế (LNST) hợp nhất Q2/2024 đạt 2.696 tỷ đồng, tăng 20,9% so với cùng kỳ và là **quý thứ 3 liên tiếp duy trì mức tăng trưởng LNST trên 15%**. Biên lợi nhuận trong Q2/2024 tiếp tục xu hướng phục hồi, mở rộng 151 điểm cơ bản so với cùng kỳ lên 16,2%. Lũy kế 6T/2024, LNST hợp nhất đạt 4.903 tỷ đồng, tăng 18,6% so với cùng kỳ và hoàn thành 52,3% kế hoạch năm. Theo đó, thu nhập mỗi cổ phần đạt 2.082 đồng, tăng 20,3% so với cùng kỳ.

Tại ngày 30/06/2024, Công ty duy trì bảng cân đối kế toán khỏe mạnh và có tính thanh khoản cao. **Tổng tài sản đạt 54,194 tỷ đồng, tăng 2,9% so với cuối năm 2023**, trong đó tiền và các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn chiếm 44,7%. Công ty sử dụng 7,978 tỷ đồng vốn vay, chủ yếu là các khoản vay ngắn hạn để tài trợ vốn lưu động và tối ưu cấu trúc vốn vốn. Chỉ số nợ vay trên tổng tài sản là 14,7% (31/12/2023: 16,1%).

Dòng tiền thuận từ hoạt động kinh doanh lũy kế 6T/2024 đạt 4.226 tỷ đồng, tăng 766 tỷ đồng so với cùng kỳ nhờ lợi nhuận trước thuế tăng 974 tỷ đồng so với cùng kỳ trong khi Công ty vẫn kiểm soát vốn lưu động hiệu quả (tổng của hàng tồn kho, các khoản phải thu và phải trả chỉ biến động -424 tỷ đồng so đầu năm).

- Chỉ số dòng tiền thuần từ hoạt động kinh doanh trên lợi nhuận sau thuế đạt 0,86x (6T/2023: 0,84x; 6T/2022: 0,67x), cho thấy Công ty tiếp tục cải thiện chất lượng lợi nhuận để đảm bảo tăng trưởng bền vững.
- Giải ngân đầu tư vốn đạt 968 tỷ đồng, tăng gần 100 tỷ đồng so với cùng kỳ. Điểm nhấn là dự án tổ hợp trang trại và nhà máy bò thịt tại Tam Đảo, Vĩnh Phúc với tổng vốn đầu tư 3.000 tỷ đồng và dự kiến đi vào hoạt động trong Q4/2024.

KẾT QUẢ KINH DOANH THEO BỘ PHẬN

THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC (đóng góp 81,2% tổng doanh thu HN Q2/2024)

Tiêu dùng hàng hóa tiếp tục xu hướng phục hồi

Bức tranh nền kinh tế Việt Nam khởi sắc với GDP Q2/2024 tăng 6,9% so với cùng kỳ, từ mức tăng 5,9% trong Q1/2024. Lũy kế 6T24, GDP đã 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 6T2023.

Theo AC Nielsen, **ngành tiêu dùng nhanh (FMCG) trong Q2/2024 tăng trưởng 1,8%** so với cùng kỳ, cao hơn mức đi ngang trong Q1/2024 và mức tăng 1,1% trong năm 2023. **Ngành sữa cũng ghi nhận xu hướng phục hồi** khi mức giảm chỉ còn 1,8% trong Q2/2024 so với mức giảm 2,8% trong Q1/2024 và giảm 4% trong Q4/2023.

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

(đã soát xét, tỷ đồng)	Q2/2024	Q2/2023	Thay đổi	6T/2024	6T/2023	Thay đổi
Doanh thu thuần nội địa	11.850	11.414	3,8%	22.030	21.393	3,0%
Lợi nhuận gộp nội địa	5.239	4.884	7,3%	9.694	9.017	7,5%

Doanh thu thuần nội địa đạt 11.850 tỷ đồng trong Q2/2024, tăng 3,8% so với cùng kỳ và là mức tăng cao nhất trong 3 quý gần nhất, 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. Cụ thể:

- **Đổi mới bao bì Sữa chua uống Probi trong T6/2024**, tiếp nối dự án tái định vị thương hiệu mà Công ty đã thực hiện cho Sữa nước trong năm trước. Trong 6 tháng cuối năm 2024, Công ty sẽ tiếp tục dự án này cho các sản phẩm còn lại trong danh mục. Bên cạnh đó, Công ty đã ra mắt 03 sản phẩm mới trong Q2/2024 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** để cung cấp các sản phẩm sữa chất lượng cao cho các bệnh nhân đến thăm khám tại đây, nằm trong định hướng tăng thâm nhập vào kênh y tế để mở rộng tập khách hàng và xây dựng uy tín thương hiệu.

Chia sẻ của ông Nguyễn Quang Trí – Giám đốc Điều hành Marketing: “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. Đây vừa là sứ mệnh vừa là động lực giúp chúng tôi nỗ lực trong suốt quá trình hình thành và phát triển của mình. 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”.

- **Tung chiến dịch quảng cáo “Vắt mỗi ngày, Tươi mỗi ngày” cho Sữa tươi 100%** để tiếp nối chuỗi hoạt động truyền thông hậu tái định vị. Trong 5T/2024, chỉ số “Luôn đổi mới/sáng tạo” cho sản phẩm này đạt 82 điểm, tăng đáng kể so với 76 điểm trong năm 2023 và 69 điểm trong năm 2022 (Brand Health Check, Kompa).
- **Các kênh phân phối đều ghi nhận với kết quả kinh doanh khả quan.** Chiến lược đầu tư vào thương mại điện tử đang phát huy hiệu quả với mức tăng hai chữ số trong Q2/2024. Trong 6 tháng đầu năm, Vinamilk – thương hiệu nội địa duy nhất, nằm trong TOP10 thương hiệu có doanh thu cao nhất trên các sàn Thương Mại Điện Tử Việt Nam¹. Riêng trong ngành Bách hóa – Thực phẩm, Vinamilk xếp thứ 2 về doanh thu trên các nền tảng bán hàng trực tuyến này.

Sữa Mộc Châu (HOSE: MCM) khôi phục tăng trưởng doanh thu

(đã soát xét, tỷ đồng)	Q2/2024	Q2/2023	Thay đổi	6T/2024	6T/2023	Thay đổi
Doanh thu thuần	810	790	2,4%	1,434	1,525	-5,9%
Lợi nhuận gộp	248	248	0,1%	425	485	-12,5%
Lợi nhuận sau thuế	56	93	-39.1%	106	194	-45.2%

¹Theo “Báo cáo thị trường sàn bán lẻ trực tuyến 6 tháng đầu 2024” của Metric, khảo sát trên 5 sàn thương mại điện tử lớn tại Việt Nam là Tiki, Shopee, Lazada, TikTok Shop và Sendo.

Doanh thu thuần Q2/2024 đạt 809 tỷ đồng, tăng 2,4% so với cùng kỳ và phục hồi đáng kể so với mức giảm trong Q1/2024 nhờ tăng cường đầu tư cho hoạt động bán hàng. Dù vậy, MCM ghi nhận 56 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế trong quý vừa rồi, thấp hơn so với cùng kỳ do lãi tiền gửi bị ảnh hưởng trong môi trường lãi suất hiện tại thấp hơn so với năm 2023 (Q2/2024: 20,6 tỷ đồng; Q2/2023: 41,4 tỷ đồng).

Trong Q2/2024, MCM đã chốt danh sách cổ đông để trả cổ tức năm 2023 bằng tiền 1.000 đồng/cổ phiếu.

THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI (đóng góp 18,8% tổng doanh thu HN Q2/2024)

(đã soát xét, tỷ đồng)	Q2/2024	Q2/2023	Thay đổi	6T/2024	6T/2023	Thay đổi
Doanh thu thuần xuất khẩu	1.740	1.270	37,0%	3.037	2.494	21,7%
Doanh thu thuần các chi nhánh nước ngoài	1.384	1.136	21,8%	2.703	2.339	15,6%

Doanh thu thuần xuất khẩu Q2/2024 đạt 1.740 tỷ đồng, tăng 37,0% so với cùng kỳ và cao hơn mức tăng 5,9% trong Q1/2024. 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 là cơ sở tăng trưởng cho hoạt động xuất khẩu trong các quý vừa qua.

Chia sẻ của ông Võ Trung Hiếu – Giám đốc Kinh doanh quốc tế: *“Việt Nam từng bị đánh giá là quốc gia không có lợi thế ngành sữa, nhưng hiện nay sản phẩm sữa mang thương hiệu Vinamilk đã xuất khẩu đến hơn 60 quốc gia khác nhau. Bí quyết của Vinamilk là chủ động lựa chọn chiến lược phát triển bền vững và tìm kiếm đối tác phù hợp.”*

Với các chi nhánh nước ngoài tại Campuchia và Mỹ, doanh thu thuần Q2/2024 đạt 1.384 tỷ đồng, tăng trưởng 21,8% so với cùng kỳ và cao hơn so với mức tăng 9,6% trong Q1/2024. Cả Angkormilk và Driftwood đều ghi nhận kết quả kinh doanh tích cực, trong đó Angkormilk gặt hái kết quả từ những nỗ lực marketing trong các quý trước và Driftwood khôi phục nguồn cung bao bì để đảm bảo hoàn thành các đơn hàng.

CÁC THÔNG TIN KHÁC

Quỹ Sữa Vươn Cao Việt Nam của Vinamilk năm thứ 17 dành tặng 630.000 hộp sữa cho 8.000 em nhỏ có hoàn cảnh khó khăn với tổng giá trị hỗ trợ gần 5 tỷ đồng.

Sữa Mộc Châu (HOSE: MCM) đã chính thức niêm yết trên sàn HOSE từ ngày 25/06/2024 với giá tham chiếu trong ngày giao dịch đầu tiên là 42.800 đồng/cổ phiếu. Sự kiện này thể hiện cam kết của MCM và tập đoàn trong cải thiện thực hành quản trị doanh nghiệp, hướng đến phát triển bền vững.

Các giải thưởng: Thương hiệu sữa được chọn mua nhiều nhất 12 năm liền; Top 3 nhà sản xuất ngành FMCG được chọn mua nhiều nhất Việt Nam, dẫn đầu ở khu vực thành thị với điểm CRP cao gấp đôi so với 2 nhãn hiệu tiếp sau (Vietnam Brand Footprint 2024, Kantar); Doanh nghiệp ngành sữa duy nhất của Việt Nam trong danh sách Fortune 500 Đông Nam Á và duy nhất của Châu Á đạt giải thưởng quốc tế “Green Leadership” cho chương trình hành động Net Zero 2050.

Tham dự và ghi dấu ấn tại nhiều sự kiện quốc tế: Hội nghị sữa toàn cầu 2024 lần thứ 17 tại Anh Quốc; Triển lãm Vietnam Sourcing 2024 quy tụ các nhà xuất khẩu – bán lẻ - chuỗi cung ứng lớn của thế giới; Triển lãm quốc tế ngành sữa 2024 nhân ngày sữa thế giới 1/6.

SỰ KIỆN SẮP DIỄN RA

Ngày	Sự kiện
19/08/2024	Hội nghị đầu tư HOSE-Daiwa Vietnam Corporate Day tại Singapore
09/09/2024	Hội nghị đầu tư CITIC CLSA tại Hong Kong
30/10/2024	Công bố kết quả kinh doanh Q3 và 9T/2024

CÁC CÂU HỎI THƯỜNG GẶP

1. Đầu được xem là nội lực lâu dài của Vinamilk để có thể hoàn thành mục tiêu 5 năm (2022-2026)?

Thương hiệu mạnh và uy tín: Được xây dựng qua nhiều năm liền với hình ảnh sản phẩm chất lượng, an toàn, dinh dưỡng. Vinamilk liên tục đổi mới để đáp ứng nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng, đồng thời vẫn giữ vững giá trị cốt lõi của mình.

Hệ thống phân phối rộng khắp: Sở hữu hệ thống phân phối rộng khắp cả nước với hàng trăm nghìn điểm bán, giúp sản phẩm của công ty dễ dàng tiếp cận người tiêu dùng.

Nguồn nhân lực chất lượng cao: Chú trọng đầu tư vào nguồn nhân lực, không chỉ về chuyên môn mà còn về kỹ năng mềm và tư duy sáng tạo. Công ty tạo ra môi trường làm việc tốt, thu hút và giữ chân nhân tài.

Năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm: Không ngừng đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm, nhằm mang đến những sản phẩm mới, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng.

2. Động lực tăng trưởng chính của Công ty trong 6 tháng cuối năm là gì? Thị trường xuất khẩu sẽ đón thêm “làn gió mới” nào không?

Tâm lý người tiêu dùng phục hồi: Với hoạt động kinh doanh trải khắp 63 tỉnh, thành, việc các chỉ số vĩ mô đang cải thiện sẽ tác động tích cực đến hoạt động kinh doanh nội địa của Vinamilk.

Mở rộng thị trường xuất khẩu: Vinamilk duy trì tập trung vào các thị trường mới nổi, tận dụng các hiệp định thương mại tự do và xây dựng quan hệ đối tác chiến lược. Chiến lược phát triển bền vững cũng được Vinamilk tận dụng như một thế mạnh cạnh tranh khi xuất khẩu để tạo ra “làn gió mới”. Cụ thể, Vinamilk cam kết chuyển đổi 100% sản phẩm xuất khẩu sang Úc và New Zealand sử dụng bao bì thân thiện môi trường từ năm 2025 (áp dụng cho chai 65ml).

Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển: Sau thành công của việc tái định vị sản phẩm sữa nước trong năm 2023, Vinamilk sẽ tiếp tục nâng cấp hình ảnh cho các ngành hàng còn lại trong 6 tháng cuối năm 2024. Bên cạnh đó, phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng như sữa hạt, sữa tươi thanh trùng, sữa chua uống men sống, sữa công thức pha sẵn v.v. để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về sức khỏe và sự tiện lợi.

Đẩy mạnh bán hàng trực tuyến: Vinamilk đầu tư vào nền tảng thương mại điện tử và ứng dụng di động để tiếp cận người tiêu dùng trực tiếp và thúc đẩy tiêu dùng.

3. Diễn biến giá nguyên liệu sữa cũng như kế hoạch tồn kho của Công ty trong quý 2 và dự báo 6 tháng cuối năm ra sao? Triển vọng biên lợi nhuận gộp của Vinamilk?

Giá các nguyên liệu trong năm 2024 đang diễn biến ổn định, tạo điều kiện thuận lợi để Công ty hoạt động. Với các nguyên liệu quan trọng đang có mức giá tốt, Công ty đã chủ động tăng cường thu mua để tối ưu cơ cấu chi phí sản xuất cho các quý tiếp theo. Do đó, Ban Điều Hành Vinamilk lạc quan về sự phục hồi biên lợi nhuận gộp trong năm 2024. Bên cạnh đó, tăng trưởng doanh thu cao hơn sẽ mang đến lợi thế kinh tế nhờ quy mô và mở rộng biên lợi nhuận gộp.

4. Việc triển khai siêu nhà máy sữa Hưng Yên hiện đang tiến hàng tới đâu? Kế hoạch sản phẩm thịt bò của Vinamilk và Sojitz Nhật Bản đang ở giai đoạn nào, khi nào sản phẩm thịt bò sẽ được tung ra thị trường?

Dự án nhà máy sữa Hưng Yên đã hoàn thành san lấp mặt bằng và có quy hoạch 1/500. Công ty dự kiến khởi công nhà máy trong năm 2024 hoặc đầu năm 2025.

Tổ hợp chăn nuôi và chế biến thịt bò của Vinamilk và tập đoàn Sojitz đã được khởi công vào đầu năm 2023 tại Vĩnh Phúc. Việc xây dựng tổ hợp trang trại-nhà máy chế biến đang bám sát kế hoạch. Công ty dự kiến vận hành tổ hợp và đưa sản phẩm ra thị trường trong Q4/2024.

5. Là một trong những doanh nghiệp đi đầu trong phát triển bền vững tại Việt Nam, thời gian qua Vinamilk đã làm gì để có thể truyền tải được hết những giá trị phát triển bền vững mà Công ty có được cho đối tác, đặc biệt là nhà đầu tư quốc tế?

Công bố báo cáo phát triển bền vững: Đã công bố báo cáo phát triển bền vững thường niên lần thứ 12 trong năm 2023. Báo cáo này tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế như GRI và SASB, đảm bảo tính minh bạch và tin cậy của thông tin.

Đạt chứng nhận trung hòa carbon: Ba đơn vị của Vinamilk, bao gồm Nhà máy Sữa Nghệ An, Trang trại Bò sữa Nghệ An và Nhà máy Nước giải khát Việt Nam đã đạt chứng nhận trung hòa carbon theo tiêu chuẩn quốc tế PAS 2060:2014. Đây là một thành tựu quan trọng, chứng minh nỗ lực của Vinamilk trong việc giảm thiểu tác động đến môi trường.

Phát triển nông nghiệp bền vững: Tất cả các trang trại của Vinamilk đều đạt chuẩn GlobalG.A.P., đảm bảo các tiêu chuẩn về môi trường, chất lượng, phúc lợi động vật và đa dạng sinh học.

Sử dụng năng lượng tái tạo và giảm thiểu khí thải: Đã và đang tích cực triển khai các dự án năng lượng mặt trời tại các nhà máy và trang trại, đồng thời áp dụng công nghệ tiết kiệm năng lượng. Tỷ lệ năng lượng xanh trong hoạt động sản xuất của Vinamilk trong năm 2023 đạt 86,2%.

Quản lý chất thải và tái chế: Không ngừng nỗ lực trong việc quản lý chất thải và tái chế, hướng tới nền kinh tế tuần hoàn.

Trồng rừng và tái tạo rừng: Trồng hơn 1,1 triệu cây xanh từ năm 2012 đến năm 2023 và đang tiếp tục triển khai các dự án trồng rừng, tái tạo rừng.

Đầu tư vào các chương trình cộng đồng: Triển khai nhiều chương trình cộng đồng ý nghĩa như Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam, chương trình Sữa học đường...