



Sữa chua uống
thanh trùng



Sữa tiệt trùng
cao đậm



Sữa hạt
cao đậm



Sữa chua uống
thanh trùng



Sữa tiệt trùng
cao đậm



Sữa hạt
cao đậm



Nước ép trái cây
Collagen



Sữa hạt
9 loại



Nước dừa tươi
& dừa tắc



Nước ép trái cây
Collagen



Sữa hạt
9 loại



Nước dừa tươi
& dừa tắc

THUYẾT TRÌNH LỢI NHUẬN

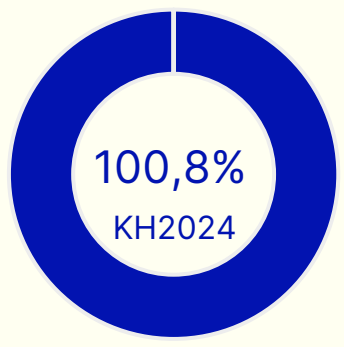
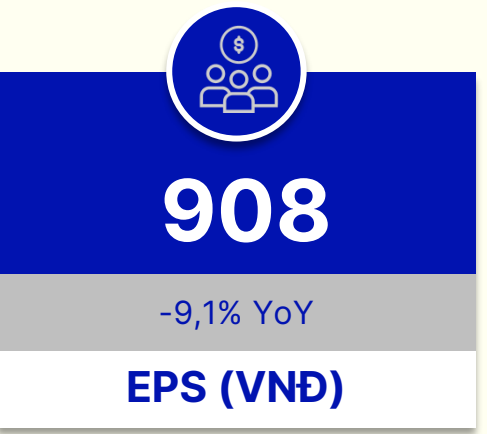
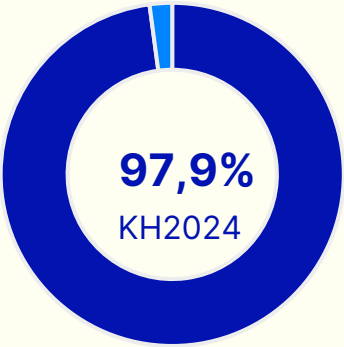
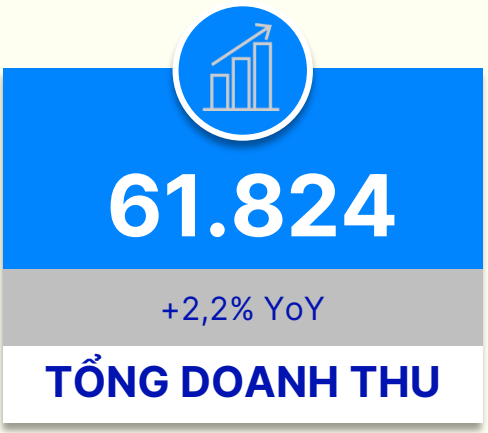
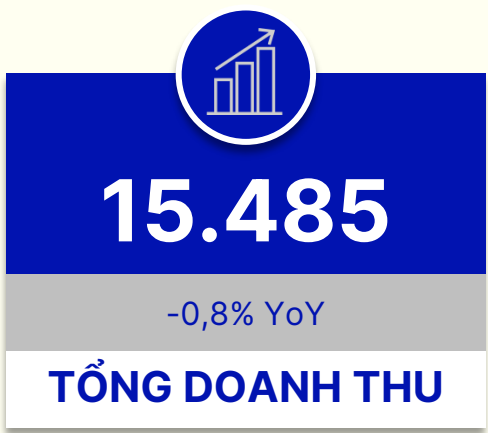
Giai đoạn 12 tháng kết thúc ngày 31/12/2024



Tóm Tắt Kết Quả Kinh Doanh

Kết quả hợp nhất – Q4/2024

2024



Thông Điệp Tổng Giám Đốc

Bà MAI KIỀU LIÊN
Tổng Giám đốc

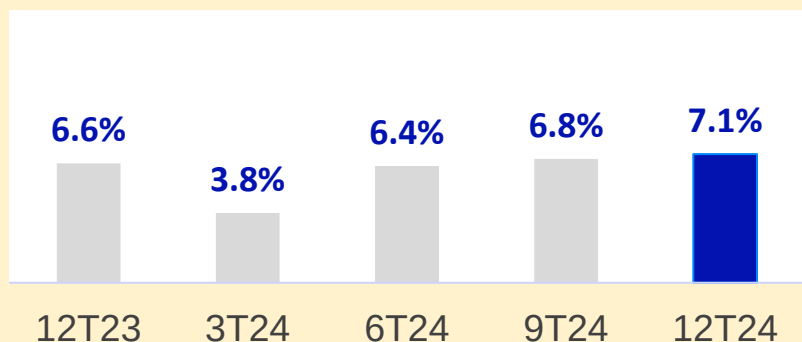


Trong năm 2024, Vinamilk đã ghi nhận tăng trưởng doanh thu ở cả mảng kinh doanh trong và ngoài nước với hai cột mốc quan trọng: gần như hoàn thành thay đổi bao bì sản phẩm cho thị trường trong nước theo bộ nhận diện thương hiệu mới và thị trường nước ngoài đạt mức tăng trưởng cao nhất trong 5 năm gần đây. Kết quả này, cùng hàng loạt cải tiến về sản phẩm và hoạt động tiếp thị, phân phối đã được chúng tôi thực hiện quyết liệt trong thời gian qua sẽ là nền tảng quan trọng cho chu kỳ tăng trưởng mới của Công ty trong những năm tiếp theo.

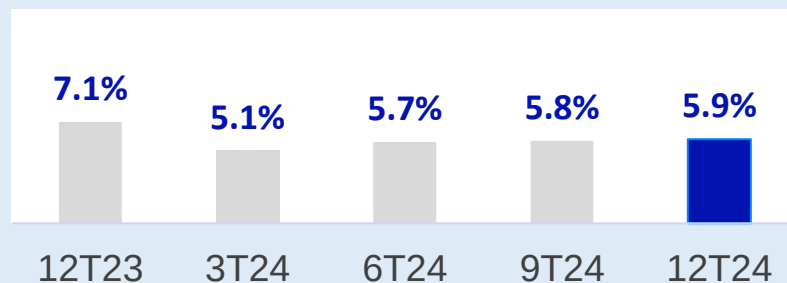
Vĩ Mô Và Ngành

Tiêu dùng hàng hóa tiếp tục xu hướng phục hồi

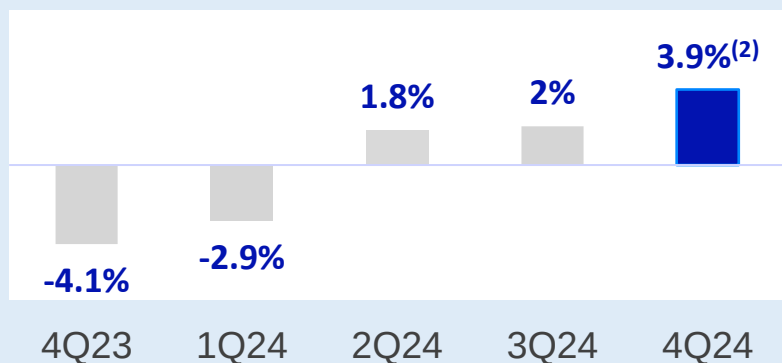
GDP



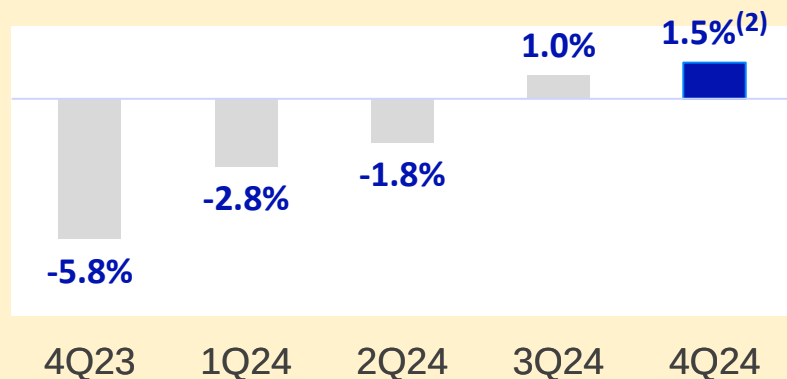
Tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng ⁽¹⁾



Ngành hàng tiêu dùng nhanh



Ngành Sữa



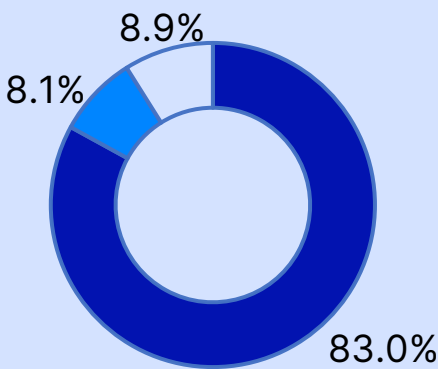
Điểm nhấn:

- **Ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)** tăng tốc trong Q4 so với 3 quý đầu năm, tương đồng với các xu hướng vĩ mô. Động lực tăng trưởng đến từ một số nhóm sản phẩm không thiết yếu. Lũy kế cả năm tăng 2,1% so với cùng kỳ.
- **Ngành sữa** trong 6 tháng cuối năm đã đảo ngược xu thế so với 6 tháng đầu năm, trong đó Q4 đạt tăng trưởng cao nhất cả năm, giúp giá trị lũy kế cả năm đạt mức tương đương so với cùng kỳ.

Kết Quả Kinh Doanh Hợp Nhất

Q4/2024

4Q2023	15,619		
Nội địa	242		-1,9%
Xuất khẩu	45		-3,5%
CNNN	146		+11,8%
4Q2024	15,477		-0,9%



	4Q2024	4Q2023
Nội địa	83,0%	83,8%
Xuất khẩu	8,1%	8,3%
CNNN	8,9%	7,9%

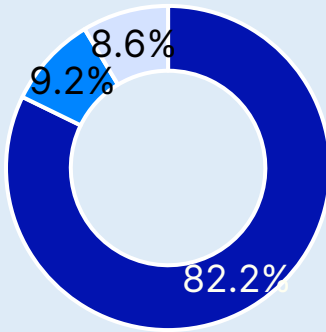
Điểm nhấn Q4/2024:

- Thị trường nước ngoài** đánh dấu quý thứ 6 liên tiếp đạt tăng trưởng dương với doanh thu thuần 2.635 tỷ đồng, tăng trưởng 4%, trong đó Angkor Milk và Driftwood tăng tốc trong khi xuất khẩu ổn định sau hai quý bùng nổ.
- Doanh thu thuần nội địa** đạt 12.843 tỷ đồng với hàng loạt sản phẩm mới được giới thiệu.

Năm 2024 ghi nhận hai cột mốc quan trọng: gần như hoàn thành thay đổi bao bì sản phẩm cho thị trường trong nước và thị trường nước ngoài đạt mức tăng trưởng cao nhất trong 5 năm gần đây.

2024

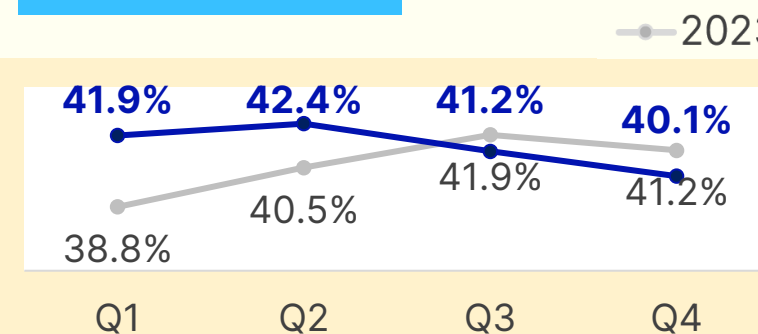
FY2023	60,369		
Nội địa	182		+0,4%
Xuất khẩu	625		+12,4%
CNNN	607		+12,9%
FY2024	61,783		+2,3%



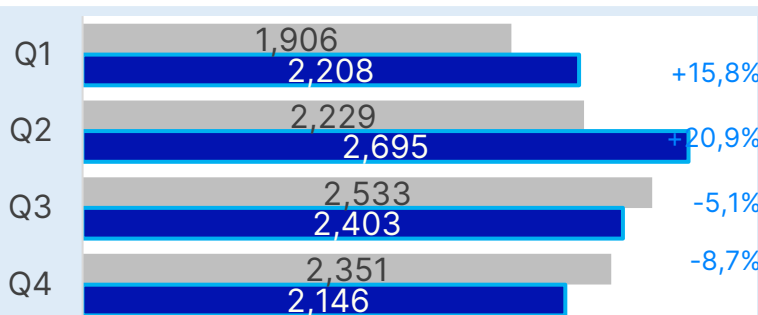
	2024	2023
Nội địa	82,2%	83,8%
Xuất khẩu	9,2%	8,3%
CNNN	8,6%	7,8%

Kết Quả Kinh Doanh Hợp Nhất

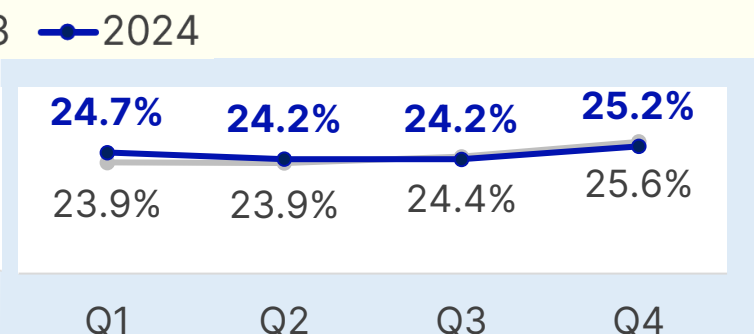
Q4/2024



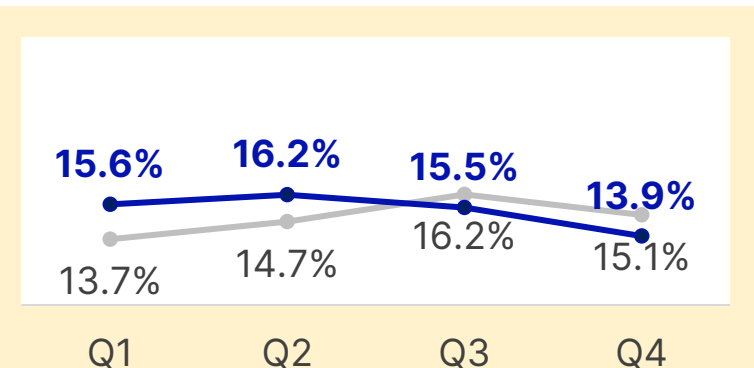
Biên lãi gộp Q4 thấp hơn so với cùng kỳ do chi phí đầu vào tăng vào cuối năm nhưng cả năm tăng 73 đcb



LNST Q4 thấp hơn so với cùng kỳ do kết quả doanh thu và biên lợi nhuận gộp nhưng cả năm vượt KH 77 tỷ

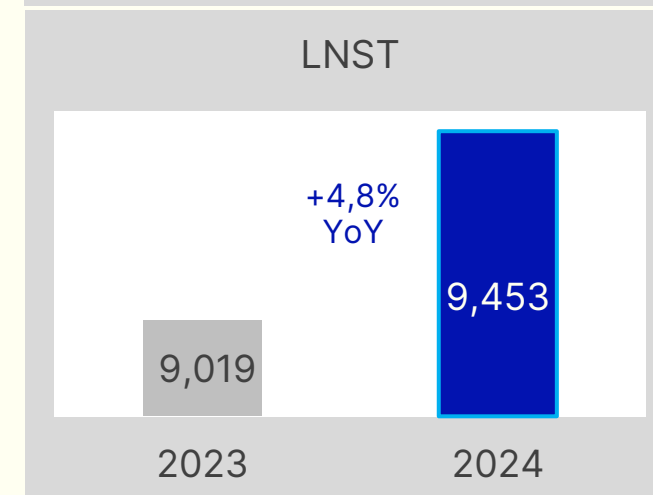
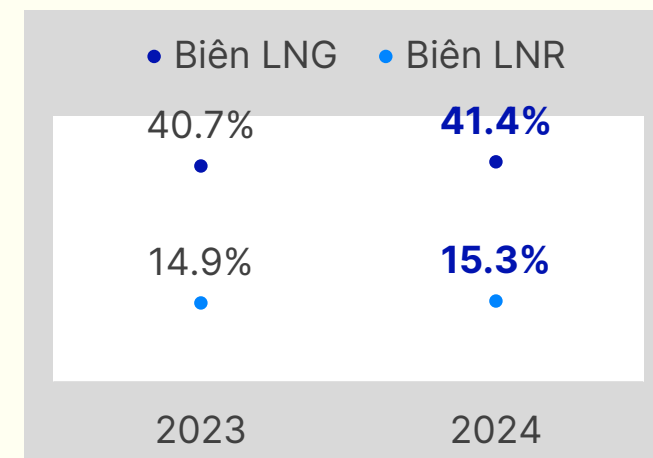


Biên chi phí BH&QLDN trong Q4 tăng nhẹ so với giai đoạn 9T/2024 do yếu tố mùa vụ



Biên LNST trong Q4 thấp hơn so với cùng kỳ nhưng cả năm tăng 36 đcb

2024

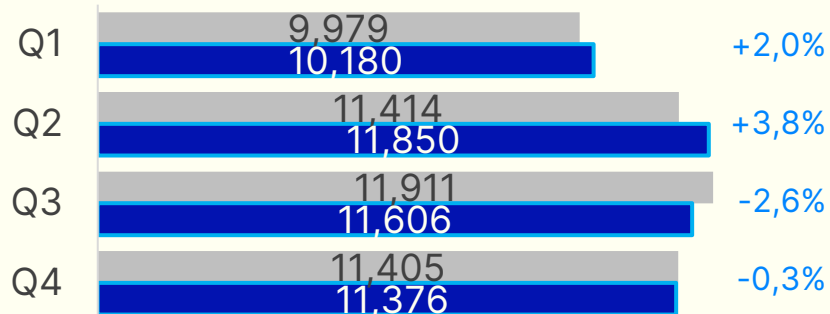


Kết Quả Kinh Doanh Theo Bộ Phận

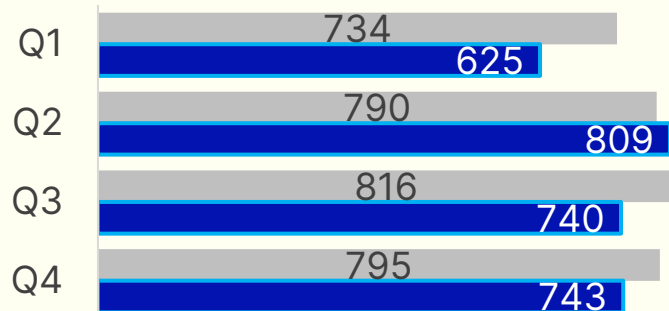
Thị trường trong nước: Gần như hoàn thành tái định vị thương hiệu

Vinamilk
EST 1976

■ 2023 ■ 2024



MỘC CHÂU
MILK



Điểm nhấn năm 2024:

- Các sản phẩm tăng trưởng 2 chữ số: sữa đặc, sữa chua ăn, sữa chua men sống Probi, sữa tươi Green Farm, sữa bột người lớn, sữa hạt.
- 125 sản phẩm tung mới hoặc cải tiến bao bì và 3 công nghệ lần đầu được ứng dụng trong sản xuất sữa tại Việt Nam.
- Gần như hoàn thành thay đổi bao bì sản phẩm cho thị trường trong nước theo bộ nhận diện thương hiệu mới với 100 sản phẩm được “thay áo”.
- Cao cấp hóa danh mục khi lần đầu tham gia vào ngành hàng cao đạm, ngoài ra còn Sữa chua uống thanh trùng Green Farm, Sữa công thức trẻ em chứa 6 HMO (đầu tiên tại Việt Nam) và Nước trái cây Collagen.
- Đẩy mạnh nhiều chương trình dùng thử sản phẩm.
- Trong năm 2024, MCM đạt doanh thu thuần 2.917 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế 220 tỷ đồng; đã lên kế hoạch tái định vị thương hiệu, mở rộng ngành hàng và kênh phân phối trong năm 2025.

ĐỘT PHÁ

về “lượng”

10

ngành hàng cơ sản phẩm
cải tiến trong năm 2024

SỮA NƯỚC

GREEN FARM

SỮA THỰC VẬT

SỮA ĐẶC

SỮA BỘT

SỮA CHUA ĂN

PROBI

SỮA CHUA UỐNG

NƯỚC TRÁI CÂY

KEM

125

sản phẩm cải tiến trong
năm 2024

100 sản phẩm có bao bì mới

25 sản phẩm hoàn toàn mới



Sản phẩm mới trong Q4/2024

1. Sữa tươi Green Farm Cao Đậm Ít Béo 250ml (chứa 12.5g đạm)
2. Sữa chua uống thanh trùng Green Farm 200ml
3. Sữa tươi 100% vị chuối 180ml
4. Nước trái cây Collagen 275ml vị Cam đào, Lựu tảo, Kiwi tảo
5. Nước dừa tắc 330ml
6. Creamer Vinamilk 9 loại hạt tuýp



Sản phẩm cải tiến bao bì trong Q4/2024

1. Sữa bột trẻ em
2. Sữa bột trẻ em pha sẵn
3. Sữa tươi Green Farm tổ yến
4. Sữa tươi Green Farm Organic
5. Sữa chua ăn Green Farm
6. Sữa chua uống tiệt trùng Susu



THAY ĐỔI

về “chất”

DẠNG/Kiểu DẰNG BAO BÌ MỖI LẠ

Tetra Top – Prisma – Chai Susu



CÔNG THỨC ĐỘT PHÁ

6 HMOs

EST Vinamilk 1976

Optimum

Lấy cảm hứng từ các dưỡng chất được tìm thấy trong sữa mẹ

Purity Award
CLEAN LABEL PROJECT

6 HMO
ĐẦU TIÊN
TẠI VIỆT NAM

Chuyên hỗ trợ tiêu hóa Chuyên hỗ trợ dễ kháng

CÔNG NGHỆ TIỀN TIẾN

Siêu vi lọc

Công nghệ SIÊU VI LỌC
từ Thụy Điển

12,5g ĐẠM

+30% CANXI

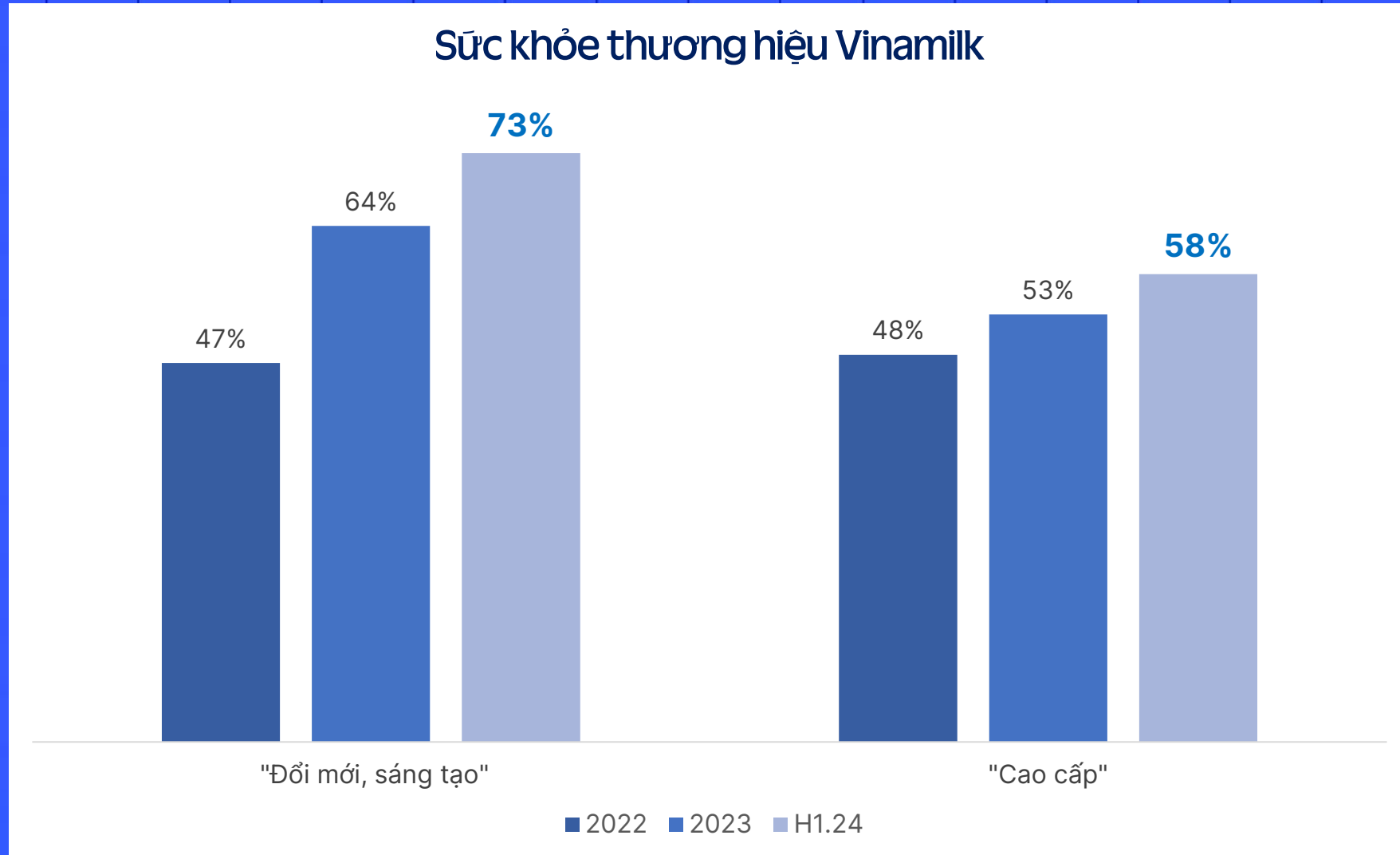
-60% CHẤT BÉO



Đẩy mạnh dùng thử để gia tăng nhận diện cho sản phẩm mới

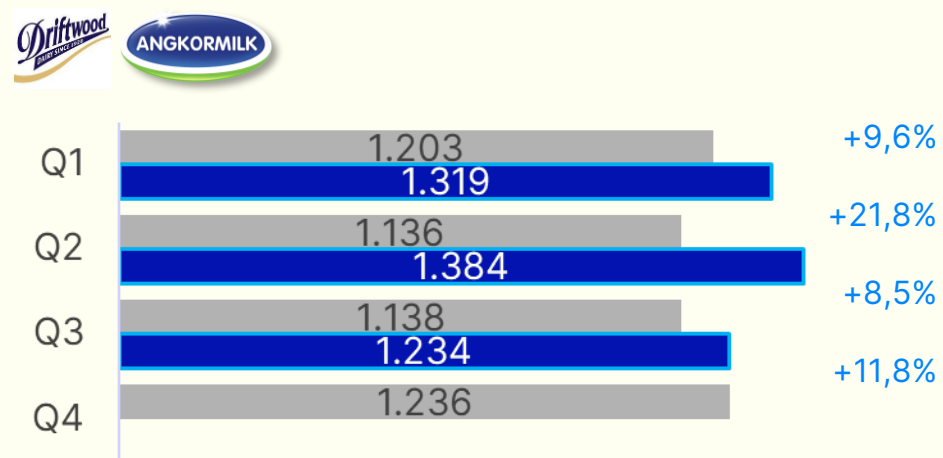
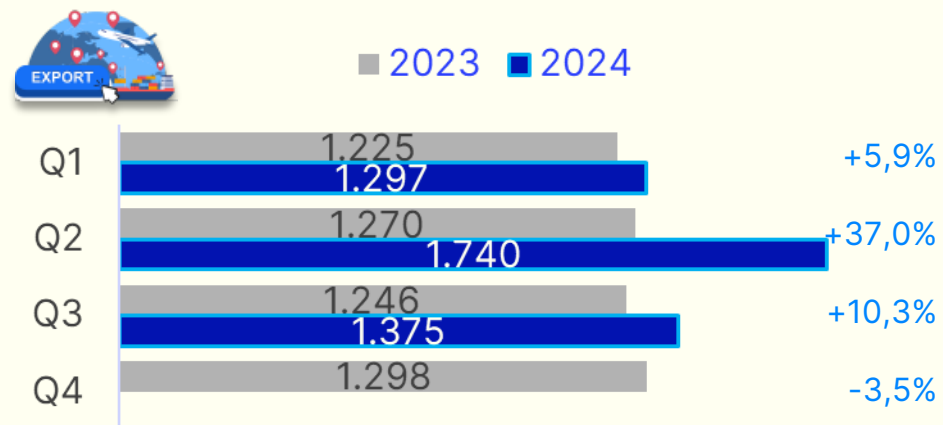
Phục vụ miễn phí gần 50.000 sản phẩm Vinamilk cho hàng nghìn hành khách khai trương tuyến metro Bến Thành - Suối Tiên tại TP.HCM

Sức khỏe thương hiệu sản phẩm Vinamilk tăng ấn tượng chỉ số “Đổi mới, sáng tạo” & “Cao cấp”



Kết Quả Kinh Doanh Theo Bộ Phận

Thị trường nước ngoài đánh dấu quý thứ 6 liên tiếp đạt tăng trưởng dương



Điểm nhấn Q4 và cả năm 2024

- **Doanh thu thuần xuất khẩu** Q4 giảm nhẹ so với cùng kỳ sau hai quý bùng nổ. Lũy kế cả năm đạt 5.664 tỷ đồng, tăng 12,4%, cao nhất trong 5 năm gần đây.
 - Một số thị trường cao cấp tăng trưởng 2-3 chữ số nhờ phục vụ hiệu quả tập khách hàng Việt kiều tại các quốc gia này.
 - Đẩy mạnh hợp tác với đối tác là một trong các thương hiệu sữa hàng đầu thế giới để mở rộng danh mục xuất khẩu và xây dựng danh mục chuyên biệt cho Úc và New Zealand.
- **Doanh thu thuần các chi nhánh nước ngoài** tăng tốc trong Q4. Cả năm đạt 5.319 tỷ đồng, tăng 12,9%.
 - **Angkor Milk** tăng trưởng >20% trong Q4 nhờ đẩy mạnh các hoạt động tiếp thị tại trường học, chợ, siêu thị, sự kiện văn hóa. Giới thiệu thêm sản phẩm mới.
 - **Driftwood** tăng trưởng >10% trong Q4 nhờ nắm bắt tốt các cơ hội bán hàng ngoài kênh trường học chủ lực.

Điểm Nhấn Bảng Cân Đối Kế Toán

Tại ngày 31/12/2024



55.049

TỔNG TÀI SẢN



18.875

TỔNG NỢ PHẢI TRẢ



36.174

TỔNG NGUỒN VỐN

Tiền và ĐTTC ngắn hạn	25.486
Tài sản ngắn hạn khác	12.068
Tài sản dài hạn	17.495

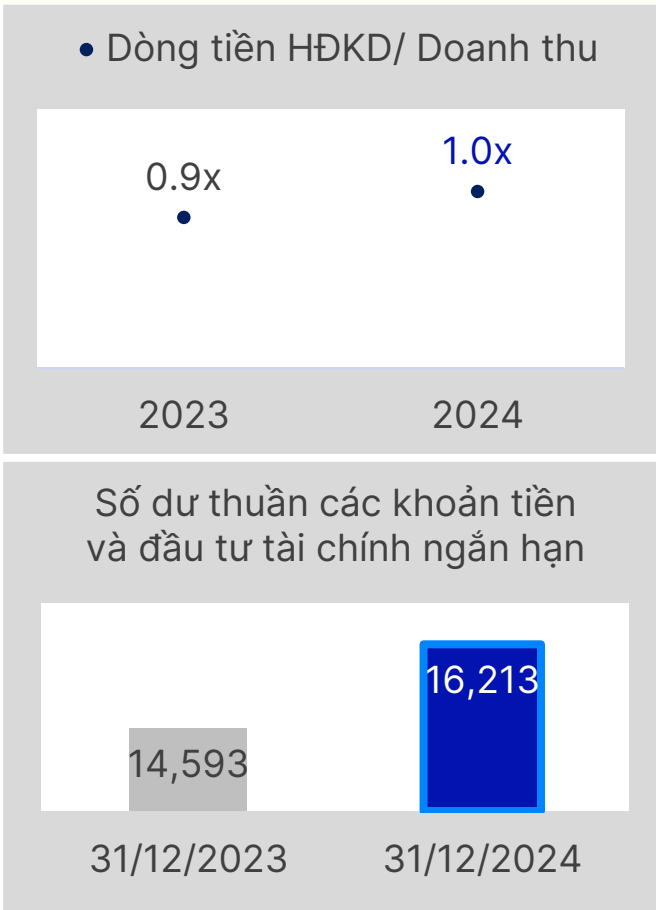
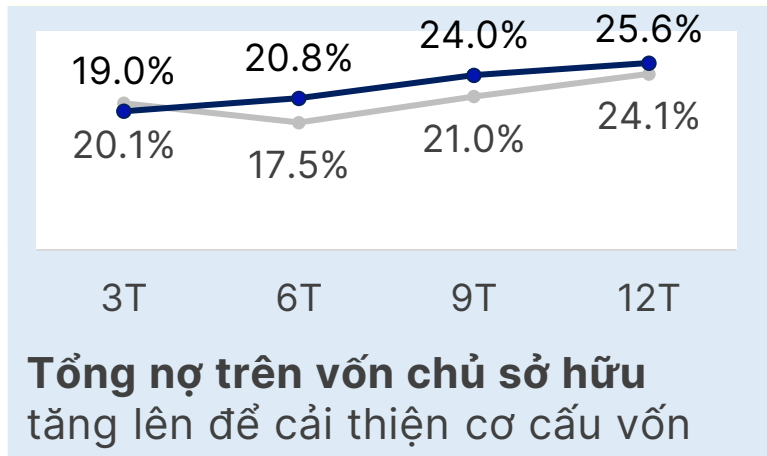
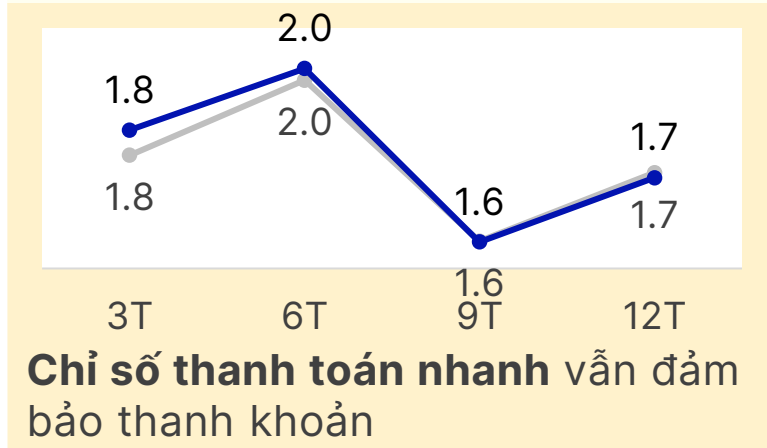
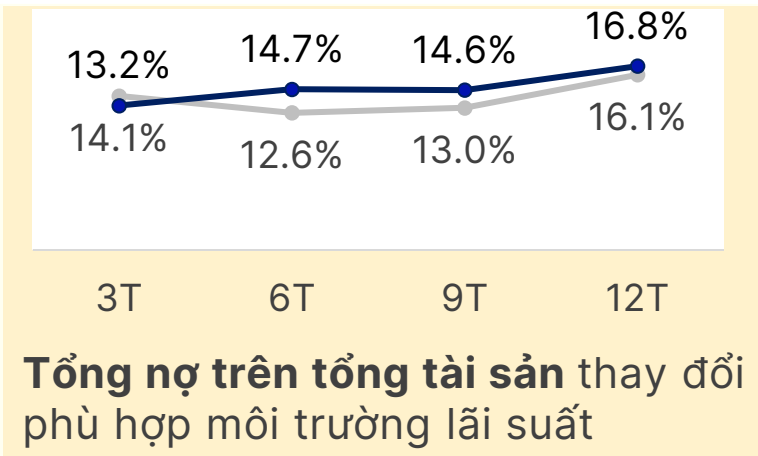
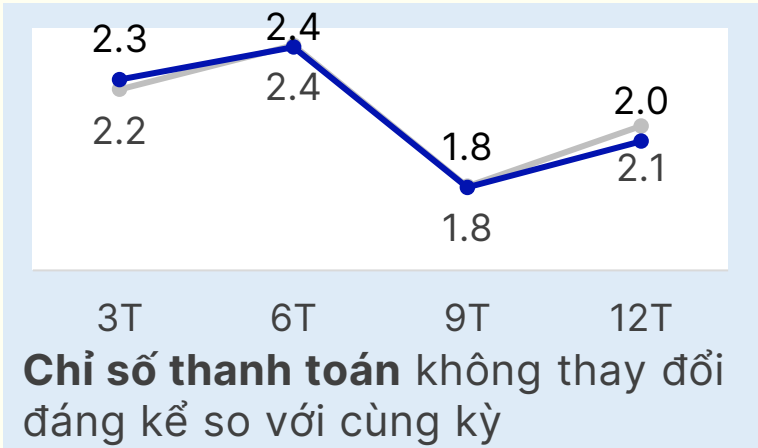
Nợ vay	9.273
Phải trả ngắn hạn khác	9.344
Phải trả hạn khác	257

Vốn góp và các quỹ	28.808
Lợi nhuận giữ lại	3.471
Lợi ích cổ đông thiểu số	3.896

Cơ Cấu Vốn Và Thanh Khoản

Tại ngày 31/12/2024

— 2023 — 2024





PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP

Giai đoạn 12 tháng đến ngày 31/12/2024

Phát Triển Doanh Nghiệp

Sản xuất thương mại sản phẩm thịt bò mát

- Tháng 12/2024, nhà máy đầu tiên tại Việt Nam chế biến sản phẩm thịt bò mát với thương hiệu Vinabeef đi vào hoạt động. Q2/2025 sẽ bắt đầu vận hành trang trại bò thịt, khép kín chuỗi chăn nuôi, chế biến và phân phối.
- Doanh thu năm 2024 tăng gần 3 lần so với 2023 từ các chuỗi siêu thị lớn như Aeon, Coopmart, Mega.



Tóm Tắt Kết Quả Tài Chính

Tóm tắt Kết quả kinh doanh hợp nhất

(tỷ đồng)	4Q2024	4Q2023	Thay đổi	2024	2023	Thay đổi
Tổng doanh thu	15.485	15.630	-0,9%	61.824	60.479	2,2%
Doanh thu thuần	15.477	15.619	-0,9%	61.782	60.369	2,3%
Trong nước	12.843	13.085	-1,9%	50.799	50.617	0,4%
Nước ngoài	2.635	2.534	4,0%	10.983	9.751	12,6%
Lợi nhuận gộp	6.209	6.442	-3,6%	25.590	24.545	4,3%
Trong nước	5.170	5.455	-5,2%	20.975	20.894	0,4%
Nước ngoài	1.039	986	5,4%	4.615	3.651	26,4%
Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp	3.906	3.998	-2,3%	15.186	14.774	2,8%
Thu nhập/(chi phí) khác không bao gồm chi phí khấu hao và lãi vay	908	1.022	-11,3%	3.570	3.606	-1,0%
Lợi nhuận sau thuế	2.147	2.351	-8,7%	9.453	9.019	4,8%
Thu nhập mỗi cổ phiếu (đồng)	908	999	-9,1%	4.022	3.796	6,0%

1. Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn từ 3 đến 12 tháng).

2. Số ngày tồn kho được tính dựa trên trung bình Số dư tồn kho và chia cho Giá vốn hàng bán 12 tháng gần nhất.

3. Số ngày phải thu và phải trả được tính dựa trên trung bình số dư Phải thu khách hàng và Phải trả người bán chia cho Doanh thu và Giá vốn hàng bán 12 tháng gần nhất.

Tóm tắt Bảng cân đối kế toán hợp nhất

(tỷ đồng)	31/12/2024	31/12/2023
Tiền và các khoản tương đương tiền¹	25.486	23.049
Tổng tài sản	55.049	52.673
Nợ vay	9.273	8.456
Vốn chủ sở hữu	36.174	35.026
Các chỉ số tài chính hợp nhất quan trọng	2024	2023
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh (tỷ đồng)	9.686	7.887
Đầu tư TSCĐ và các tài sản dài hạn khác (tỷ đồng)	1.742	1.580
Biên lợi nhuận gộp	41,4%	40,7%
Biên lợi nhuận ròng	15,3%	14,9%
ROE	26,6%	26,6%
ROA	17,6%	17,8%
Tỷ lệ tiền và các khoản tương đương tiền trên doanh thu	39,3%	35,4%
Tỷ lệ nợ vay trên tổng tài sản	16,8%	16,1%
Số ngày hàng tồn kho	59	59
Số ngày phải thu²	32	32
Số ngày phải trả³	40	40

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

Đôi tác truyền thông

Lê Thanh Lan Anh, Truyền thông DN

ltlanh@vinamilk.com.vn