



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



Nước dừa tươi
& dừa tắc



Nước ép trái cây
Collagen



Sữa hạt
9 loại



Nước dừa tươi
& dừa tắc

TIỀN PHONG TRONG NGÀNH SỮA VIỆT NAM

Giới Thiệu Doanh Nghiệp
Bản cập nhật mới nhất: 20/03/2026

Vinamilk
EST 1976
**GREEN
FARM**

Vinamilk
EST 1976
SỮA HẠT

Vinamilk
EST 1976
**SỮA
ĐẬU NÀNH**

Vinamilk
EST 1976
ADM

Vinamilk
EST 1976
PROBI™

EST Vinamilk 1976
Optimum

Ông Thọ®

Vinamilk
EST 1976



- 1 | **Tổng Quan Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam**
- 2 | **Vinamilk: Vị Thế Tiên Phong Vượt Trội**
- 3 | **Các Lợi Thế Cạnh Tranh Để Dẫn Đầu Thị Trường**
- 4 | **Sức Mạnh Tài Chính & Thu Nhập Cổ Đông**
- 5 | **Chiến Lược Tăng Trưởng**

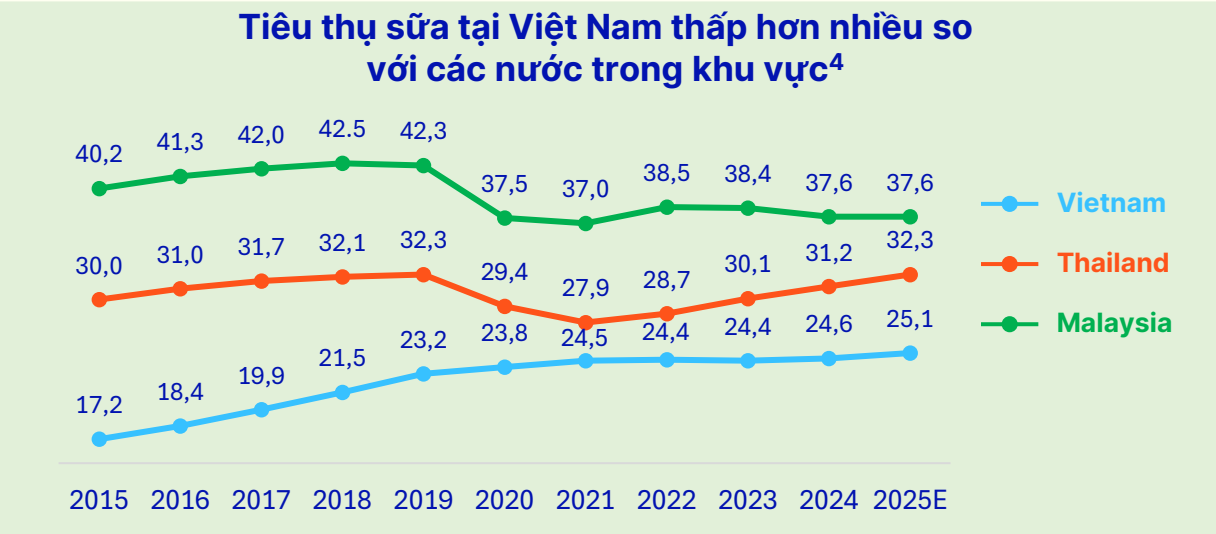
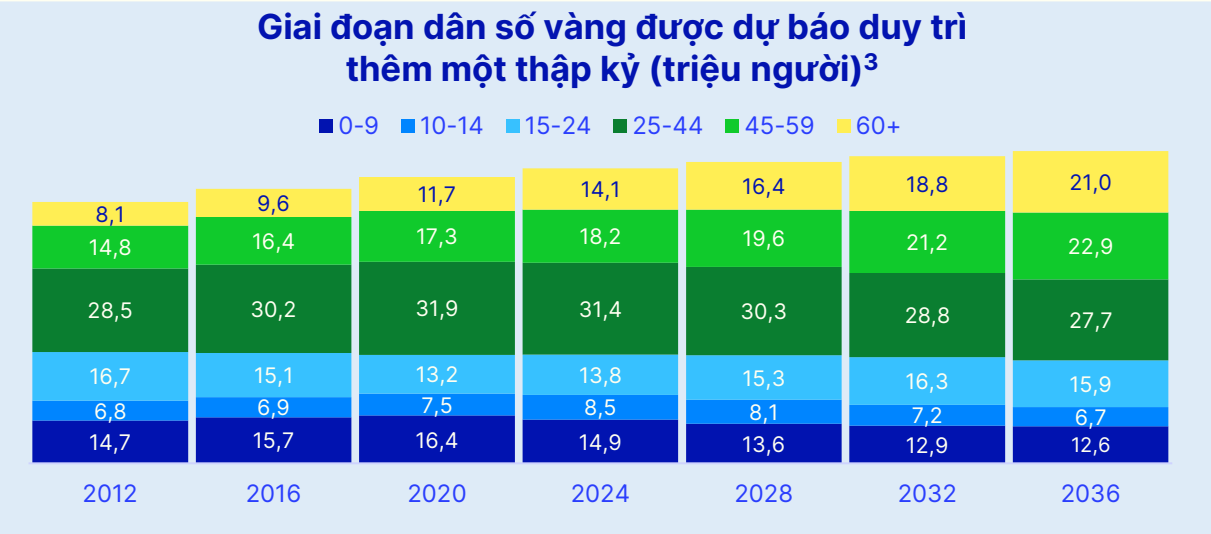
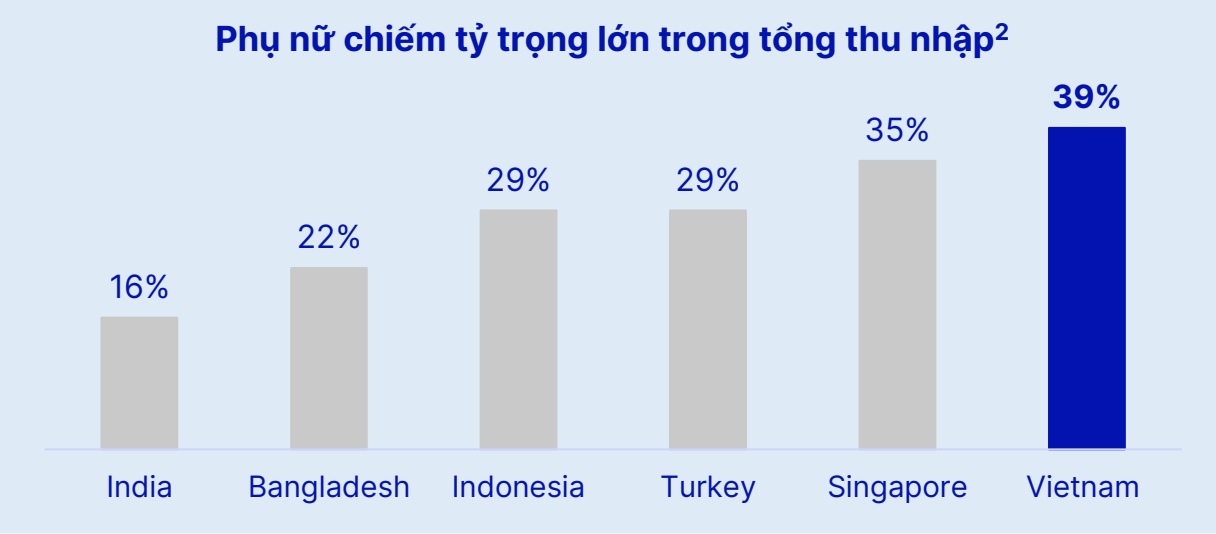


01

Tổng Quan Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

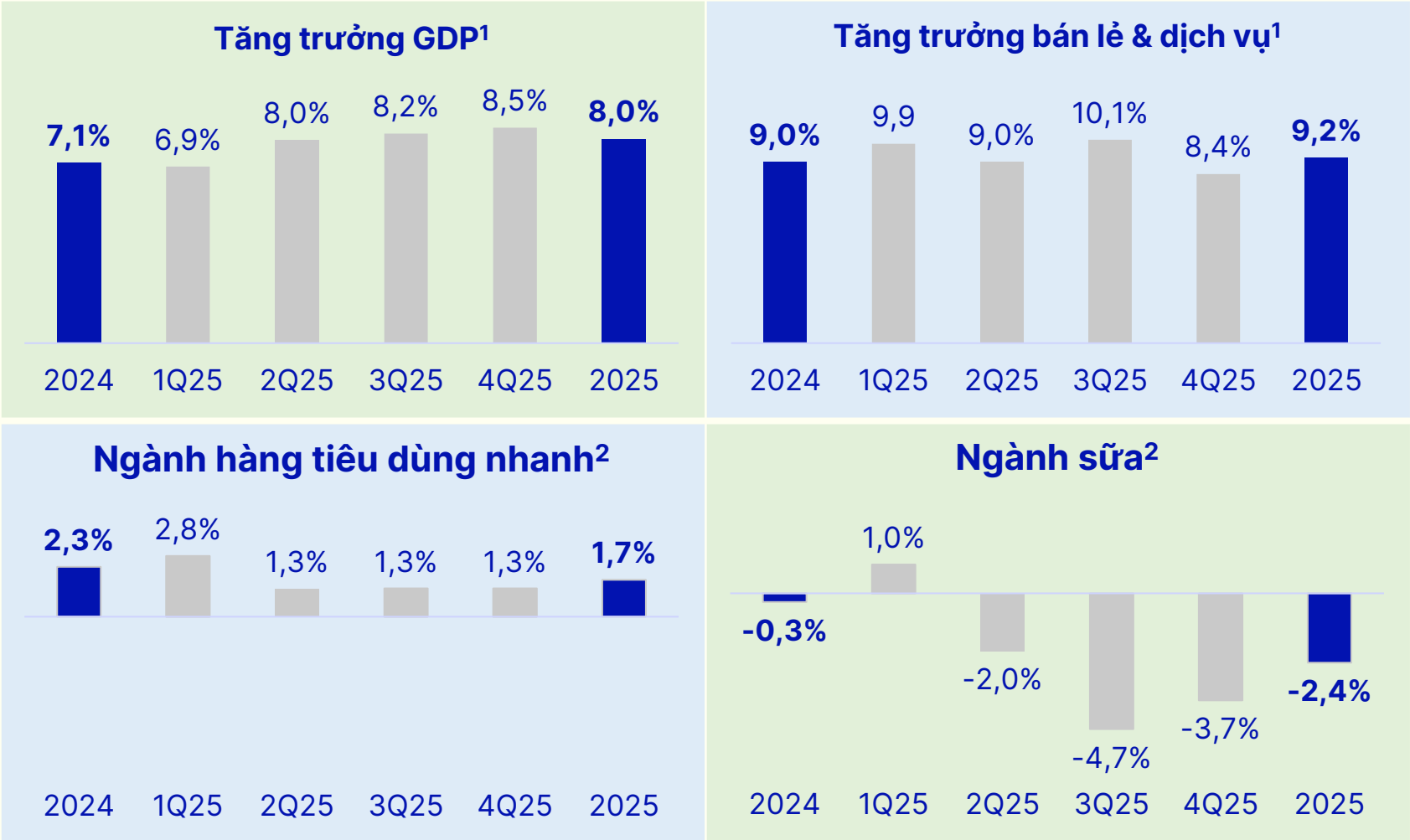
Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

Một thị trường sôi động có quy mô 5 tỷ USD mỗi năm



Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

FMCG tăng trưởng khiêm tốn, trong khi ngành sữa gặp khó khăn trong việc kích cầu



Điểm nhấn:

- **Tăng trưởng ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)** năm 2025 trì trệ, chỉ được duy trì nhờ bia và thuốc lá, trong khi các ngành hàng khác đều suy giảm.
- **Ngành sữa** tiếp tục đối mặt với khó khăn do sức mua yếu. Năm 2025, thị trường sữa Việt Nam chứng kiến sự chuyển dịch cơ cấu hướng đến dinh dưỡng cá nhân hóa và minh bạch hơn, được thúc đẩy bởi thu nhập khả dụng tăng và xu hướng sống lành mạnh.



02

Vinamilk: Vị Thể Tiên Phong Vượt Trội

Về Vinamilk

Vị thế lý tưởng để nắm bắt các cơ hội trên thị trường

1976

Thành lập

2003

Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO)

2005

Xây dựng hệ thống trang trại bò sữa đầu tiên tại Việt Nam

2025

Số 1 tại Việt Nam và xếp thứ 36 trên toàn cầu theo doanh thu

2013-2014

Mở rộng chiến lược tại Campuchia và Hoa Kỳ để tăng cường hiện diện quốc tế

Doanh thu theo khu vực¹



15

Trang trại bò sữa

130K

Số lượng bò sữa đang khai thác

3 TỶ USD

Giá trị thương hiệu²

17

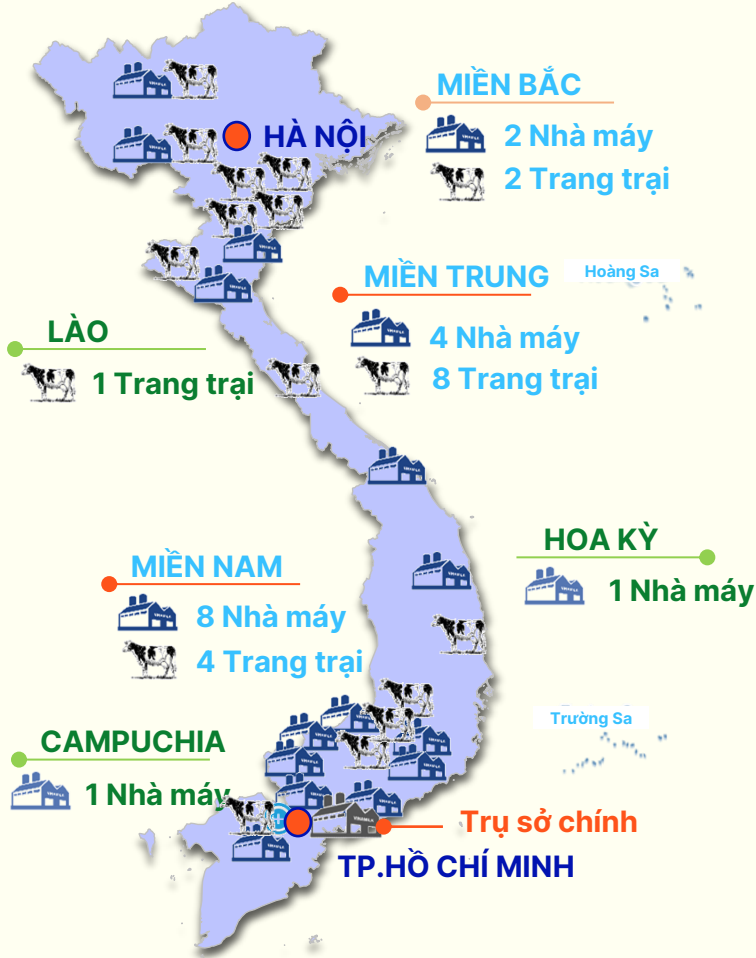
Nhà máy

65

Quốc gia xuất khẩu

~10K

Nhân viên



Về Vinamilk

Định hướng phát triển và các cam kết cốt lõi



Tầm nhìn

- *Trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu Việt Nam về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe phục vụ cuộc sống con người.*



Sứ mệnh

- *Cam kết mang đến cho cộng đồng nguồn dinh dưỡng và chất lượng hàng đầu bằng chính sự trân trọng, tình yêu và trách nhiệm cao của mình với cuộc sống con người và xã hội.*



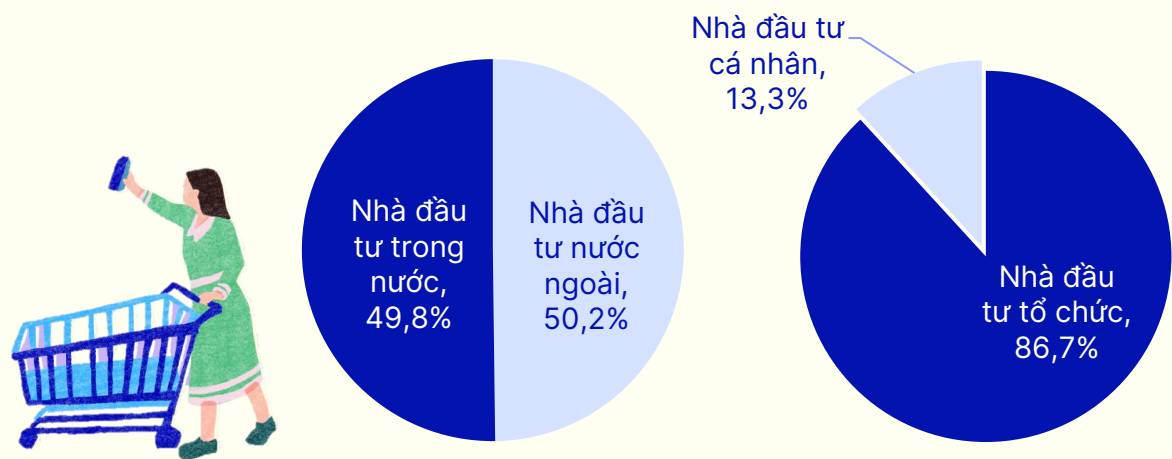
Lời hứa

- *Không ngừng tìm kiếm các đối tác phù hợp trên toàn thế giới để mang về các nguyên liệu an toàn, đạt chất lượng quốc tế và phương pháp sản xuất tiên tiến nhất.*
- *Truyền thông chân thật và trực diện về chất lượng nguyên liệu và sản phẩm.*
- *Chủ động thử thách và hoàn thiện sản phẩm ở chất lượng cao nhất.*

Cổ phiếu có thanh khoản cao, cơ cấu cổ đông đa dạng

2006	Niêm yết trên sàn GDCK Tp.HCM (HOSE)	4,9 tỷ USD	Vốn hóa ¹
35%	Lượng cổ phiếu trôi nổi ²	100%	Tỷ lệ sở hữu tối đa của nhà đầu tư nước ngoài
11 triệu USD	Giá trị giao dịch bình quân ²	~7,5%	Lợi tức cổ phiếu 1 năm ³

Tỷ lệ sở hữu theo nhóm nhà đầu tư³



STT	Danh sách 20 cổ đông tổ chức lớn nhất ³	Sở hữu (%)
1	State Capital Investment Corporation (SCIC)	36,0%
2	F&N Dairy Investments Pte. Ltd.	22,29% ⁴
3	F&NBev Manufacturing Pte. Ltd.	2,7%
4	Platinum Victory Pte Ltd.	2,51% ⁵
5	Employees Provident Fund Board	1,5%
6	Pzena Emerging Markets Value Fund	1,1%
7	Stichting Depositary APG Emerging Markets Equity Pool	1,1%
8	Seafarer Overseas Growth and Income Fund	1,1%
9	Invesco Funds	0,6%
10	Vaneck Vietnam ETF	0,6%
11	Hostplus Pooled Superannuation	0,6%
12	Vietnam Enterprise Investments Limited	0,6%
13	Manulife Co., Ltd (Vietnam)	0,5%
14	Invesco Asian Fund (UK)	0,5%
15	Pension Reserves Investment Trust Fund	0,5%
16	City of New York Group Trust	0,5%
17	Vanguard International Value Fund	0,4%
18	Tianhong Vietnam Thematic Fund(GDII)	0,4%
19	Sei Institutional Investments Trust World Equity Ex-US Fund	0,4%
20	Fubon FTSE Vietnam ETF	0,4%

Ghi chú: ¹Tại ngày 31/12/2025; ²Vinamilk ước tính; ³Tại ngày 18/03/2026. Số lượng cổ phiếu đang lưu hành 2.089.955.445; ⁴Plantinum đã bán 4,6% cho F&N Dairy Investments Pte Ltd vào tháng 12 năm 2025



03

Các Lợi Thế Cạnh Tranh Để Dẫn Đầu Thị Trường

A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

B. Thương hiệu mạnh & Đổi mới vì người tiêu dùng

C. Quản trị tiên tiến & Phát triển bền vững

A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

Xây dựng lợi thế cạnh tranh từ quy mô vượt trội



A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

Bắt đầu từ nguồn nguyên liệu chất lượng cao...



15

Trang trại quy mô lớn

Nguyên
liệu trong
nước

Độc quyền

Với các hộ nông dân



42.000

Con bò thuần chủng và cao sản

90.500

Con bò địa Phương



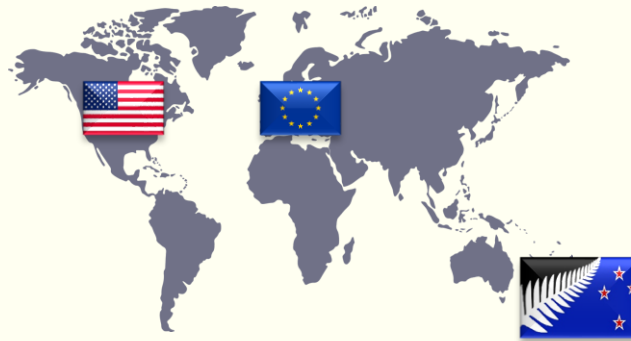
~45%¹

Tự cung cấp

~55%

Nguồn cung bên ngoài

Nguyên
liệu nhập
khẩu



A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

...đến năng lực sản xuất theo tiêu chuẩn quốc tế...

- **Tự động hóa trong nông nghiệp:** cho ăn, làm mát, vắt sữa bằng công nghệ Isarel.
- **Cảm biến trên bò:** theo dõi sức khỏe và năng suất vắt sữa

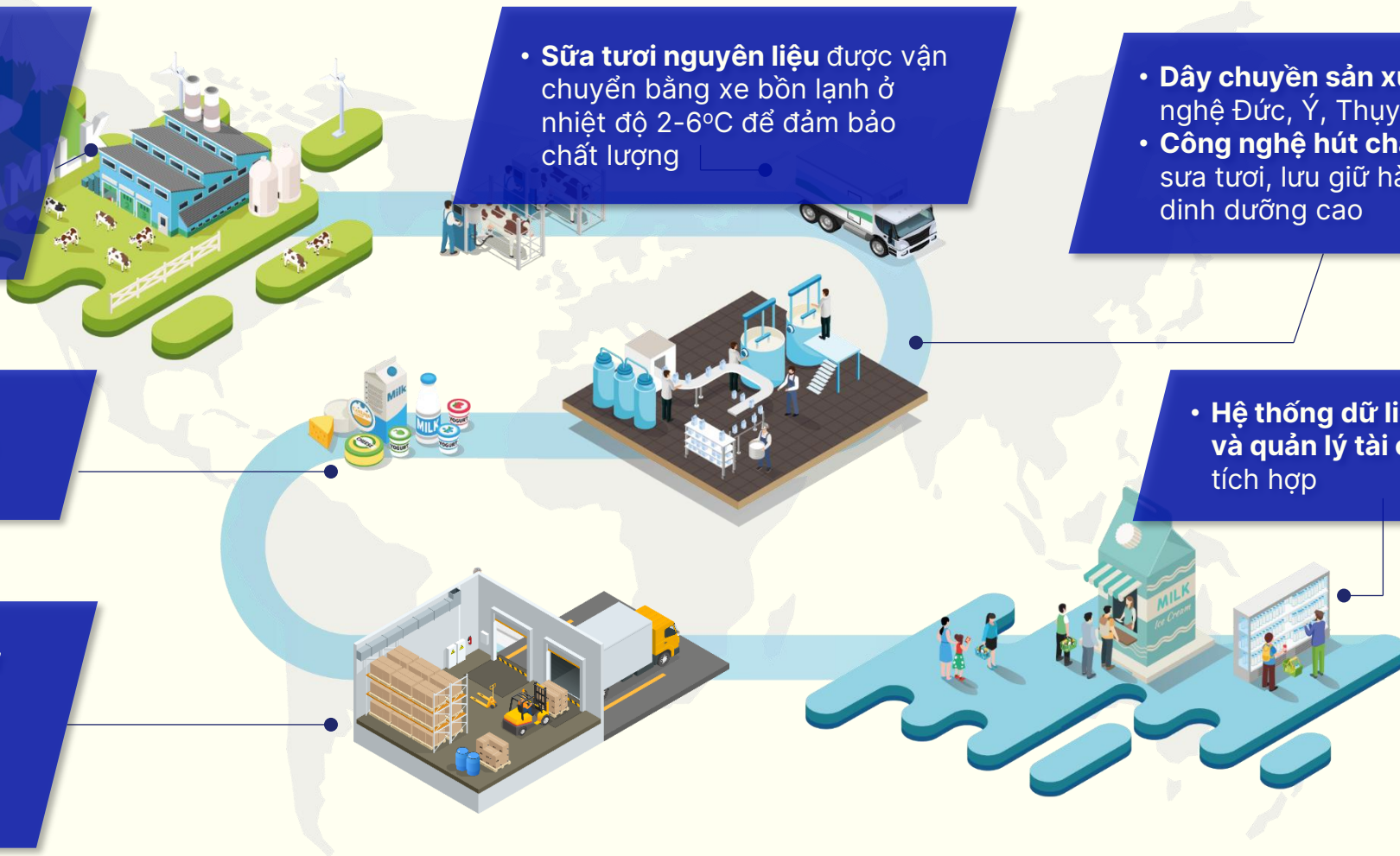
- **Sữa tươi nguyên liệu** được vận chuyển bằng xe bồn lạnh ở nhiệt độ 2-6°C để đảm bảo chất lượng

- **Dây chuyền sản xuất** công nghệ Đức, Ý, Thụy Sĩ
- **Công nghệ hút chân không** sữa tươi, lưu giữ hàm lượng dinh dưỡng cao

- **Công nghệ đóng gói** từ Tetrapak, Bencopack, và SIG Combibloc

- **Hàng tồn kho và tổn thất hư hỏng** được kiểm soát bằng Oracle
- **Vận chuyển tự động** từ kho thông minh bằng robot LGV

- **Hệ thống dữ liệu bán hàng và quản lý tài chính** được tích hợp



A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

...và hệ thống phân phối đa kênh để tiếp cận mọi người tiêu dùng

Kênh truyền thống



Kênh hiện đại



Cửa hàng Vinamilk và TMĐT



Khách hàng đặc biệt



B. Thương hiệu mạnh & Đổi mới vì người tiêu dùng

Nhiều thương hiệu được người tiêu dùng ở mọi phân khúc yêu thích

TRẺ EM



HỌC SINH



NGƯỜI TRƯỞNG
THÀNH



NGƯỜI MẸ ĐI LÀM



NGƯỜI LỚN TUỔI



B. Thương hiệu mạnh & Đổi mới vì người tiêu dùng

Tận dụng vị thế ở phân khúc phổ thông để mở rộng sang phân khúc cao cấp

49

Năm trên thị trường

9/10

Gia đình Việt Nam dùng sản phẩm VNM¹

3/4

Ngành hàng dẫn đầu thị trường

1 | SỮA NƯỚC



2 | SỮA CHUA



3 | SỮA ĐẶC



4 | SỮA CÔNG THỨC



5 | KEM & ĐỒ UỐNG KHÁC



B. Thương hiệu mạnh & Đổi mới vì người tiêu dùng

Không ngừng cải tiến để đáp ứng các nhu cầu mới

SẢN PHẨM
ĐẶC TRỊ



ĐỒ UỐNG
GIẢI KHÁT



ÍT ĐƯỜNG
ÍT BÉO
CAO ĐẠM



DỊ ỨNG LACTOSE/
HỮU CƠ



C. Quản trị tiên tiến & Phát triển bền vững

Hệ thống quản trị theo thực hành tiên tiến

Hội Đồng Quản Trị



Ông NGUYỄN HẠNH PHÚC
Chủ tịch, Thành viên HĐQT độc lập

Hơn 40 năm kinh nghiệm quản lý Nhà nước

- Bà Mai Kiều Liên**
Thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc

Bà Tongjai Thanachanan
Thành viên HĐQT không điều hành
- Ông Lê Thành Liêm**
Thành viên HĐQT, GĐĐH Khối Tài chính

Bà Đặng Thị Thu Hà
Thành viên HĐQT không điều hành
- Ông Alain Xavier Cany**
Thành viên HĐQT không điều hành

Ông Đỗ Lê Hùng
Thành viên HĐQT độc lập
- Ông Michael Chye Hin Fah**
Thành viên HĐQT không điều hành

Bà Tiêu Yến Trinh
Thành viên HĐQT độc lập
- Ông Vũ Trí Thức**
Thành viên HĐQT không điều hành

Ban Điều Hành



Bà MAI KIỀU LIÊN
TGD, 49 năm tại VNM

Kỹ sư công nghệ Chế biến sữa, Nga
TOP50 nữ doanh nhân quyền lực nhất Châu Á¹

- Bà Bùi Thị Hương**
• GĐĐH Khối Hành chính, Nhân sự, Đối ngoại
• 20 năm tại Vinamilk

Ông Đoàn Quốc Khánh
• GĐĐH Khối Phát triển Vùng nguyên liệu
• 27 năm tại Vinamilk
- Ông Lê Thành Liêm**
• GĐĐH Khối Tài chính
• 30 năm Vinamilk

Ông Nguyễn Quốc Khánh
• GĐĐH Khối Nghiên cứu và Phát Triển
• 37 năm tại Vinamilk
- Ông Lê Hoàng Minh**
• GĐĐH Khối Sản xuất
• 33 năm tại Vinamilk

Ông Nguyễn Quang Trí
• GĐĐH Khối Marketing
• 10 năm tại Vinamilk

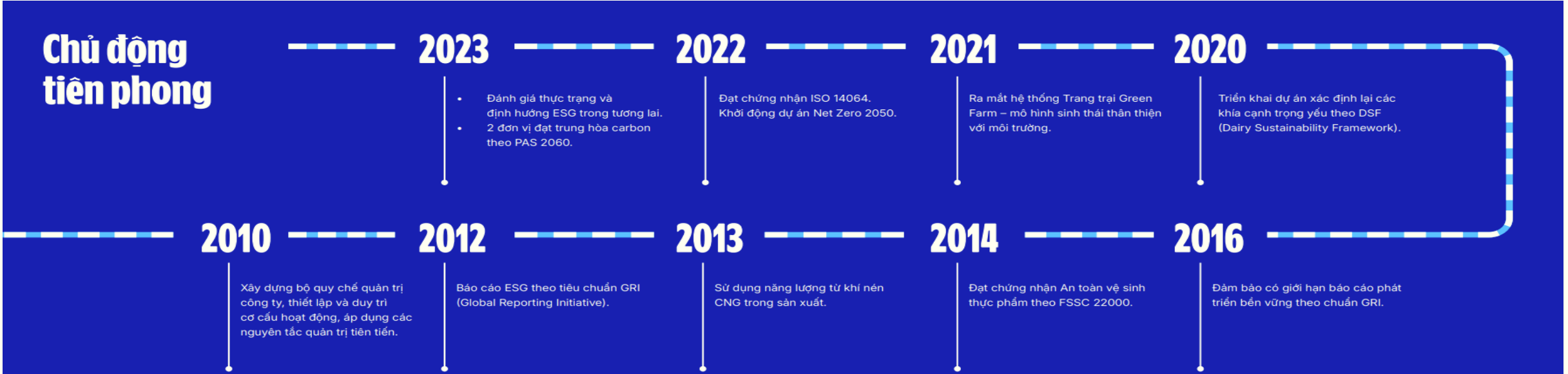
30%
Thành viên HĐQT Độc Lập

40%
Thành viên HĐQT là nữ

04
Ủy Ban Chức Năng trực thuộc HĐQT
Kiểm Toán, Chiến Lược, Lương Thưởng, Nhân Sự

C. Quản trị tiên tiến & Phát triển bền vững

Hành trình phát triển bền vững của chúng tôi



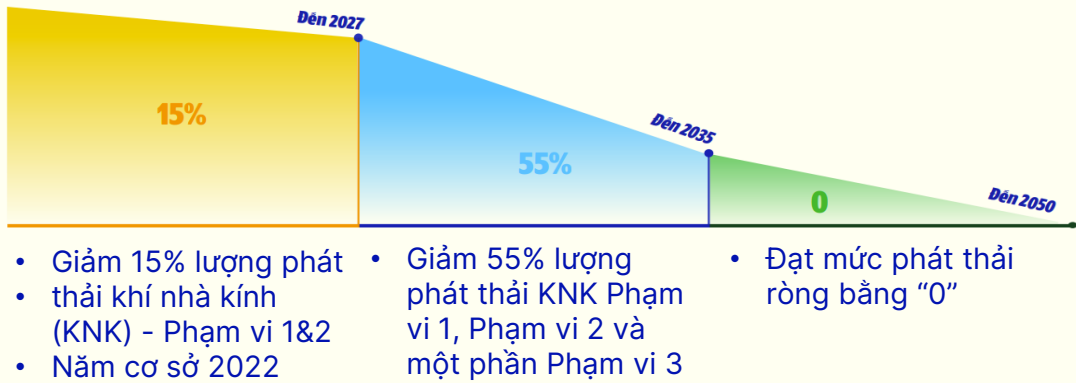
Chuẩn Mục Toàn Cầu



Mục tiêu – Cam kết

- Trở thành 1 trong 30 công ty sữa lớn nhất thế giới.
- Củng cố vị thế dẫn đầu ngành sữa Việt Nam.
- Đi đầu trong đổi mới và sáng tạo.
- Trở thành công ty sữa tạo ra nhiều giá trị nhất tại Đông Nam Á.

Mục tiêu trung hòa phát thải đến năm 2050





04

Động Lực Tăng Trưởng Tương Lai

Thị Trường Quốc Tế

Được tin cậy tại 65 quốc gia và vùng lãnh thổ

XUẤT KHẨU

Đóng góp
doanh thu¹

11,2%

Thị trường
chính

65 quốc gia
(Trung Đông, Châu Phi, Đông
Nam Á...)

Vị thế cạnh
tranh

Dẫn đầu²
Ở các thị trường chủ chốt

Sản phẩm
thương mại

Sữa công thức, Sữa đặc

CHI NHÁNH NƯỚC NGOÀI DO VINAMILK SỞ HỮU 100%

ANGKORMILK

DRIFTWOOD

8,8%

Campuchia



**Công ty sản xuất sữa
quy mô lớn nhất²**

Sữa dinh dưỡng, Sữa chua và
Sữa đặc

Hoa Kỳ



**Thương hiệu sữa
100 năm tuổi** với trường
học và kênh HORECA

Sản phẩm sữa

Liên Doanh Mới

JVL – Giá trị cộng hưởng giữa trang trại sữa & kinh doanh thịt bò

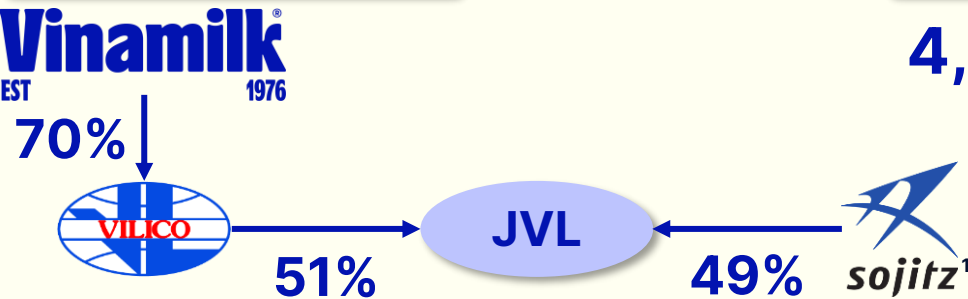
Tiến độ

Nhà máy hoàn thành Q4/2024
Trang trại hoàn thành Q2/2025
Đã bắt đầu phân phối sản phẩm

Lợi thế cạnh tranh

- 1. Vinamilk: Đàn bò chất lượng cao
- 2. Villico: Quỹ đất có sẵn
- 3. Sojitz: Nhiều kinh nghiệm kinh doanh thịt bò

Cơ cấu sở hữu



Sản phẩm chính

Thịt bò mát & thịt chế biến

Tổng vốn góp

3.000 tỷ đồng
(đã góp đầy đủ)

Quy mô thị trường²

4,8 tỷ USD



Ghi chú: ¹Tập đoàn Sojitz trụ sở tại Tokyo, Nhật Bản, tham gia vào nhiều lĩnh vực kinh doanh toàn cầu, bao gồm mua, bán, nhập khẩu và xuất khẩu hàng hóa, sản xuất và bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ cũng như lập kế hoạch và điều phối các dự án. ²Vinamilk ước tính



05

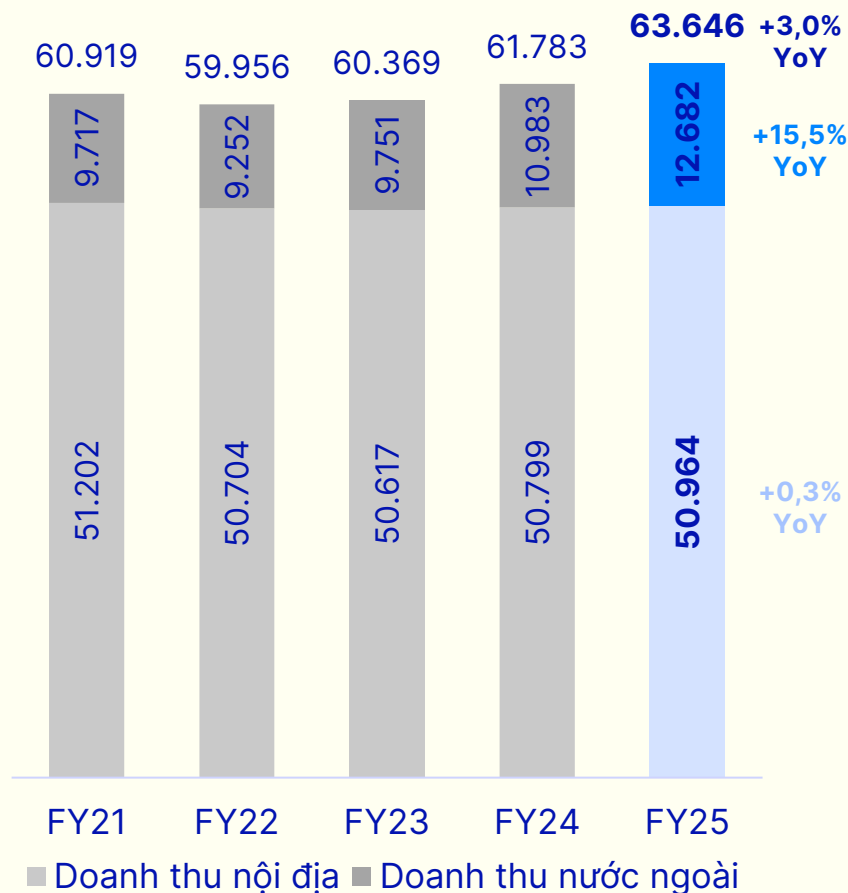
Kết Quả Tài Chính & Thu Nhập Cổ Đông

Điểm Nhấn Kết Quả Kinh Doanh

Lợi thế cạnh tranh đảm bảo tăng trưởng ổn định với biên lợi nhuận vượt trội...

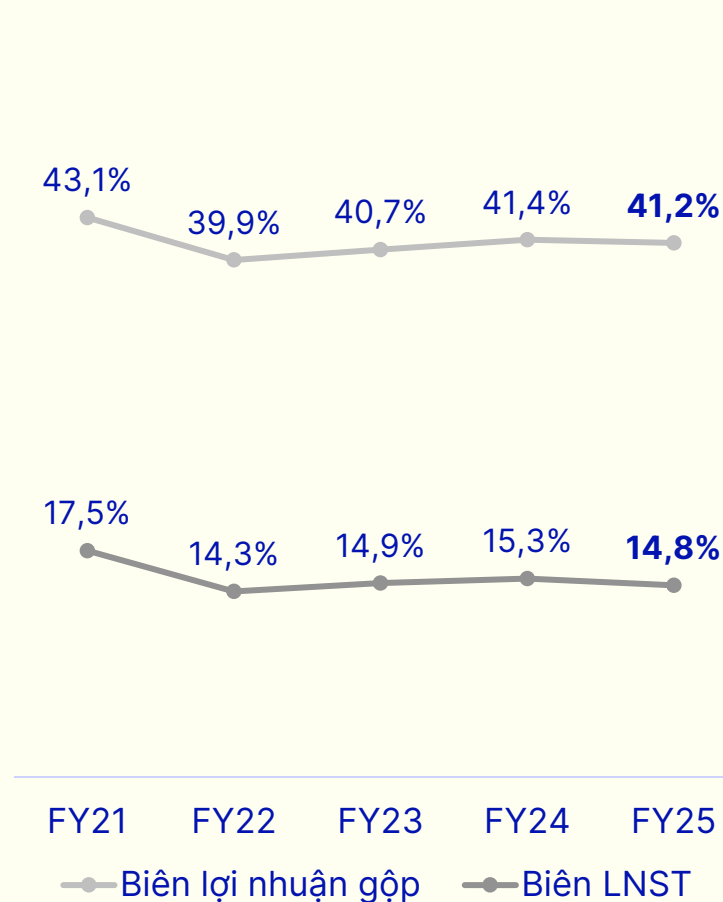
DOANH THU

Vững vàng giữa nhiều thách thức vĩ mô



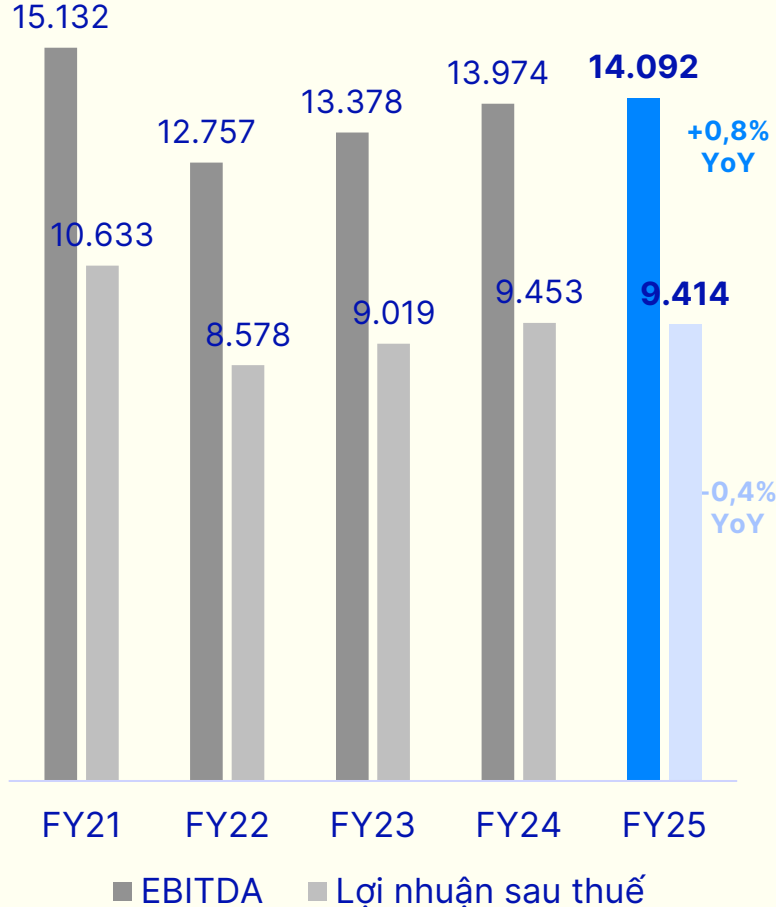
BIÊN LỢI NHUẬN

Hưởng lợi từ việc tối ưu chi phí



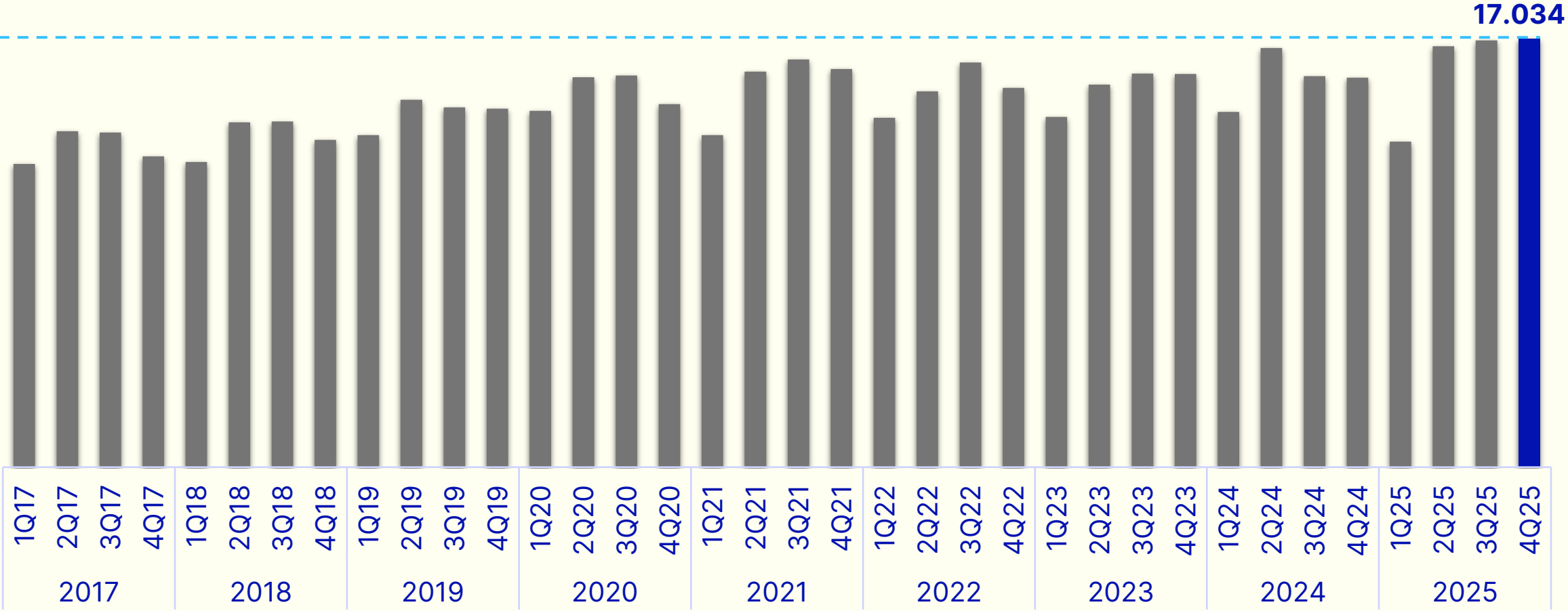
LỢI NHUẬN

Duy trì đà tăng trưởng ổn định gần đây



Kết Quả Mới Nhất

Doanh thu thuần hợp nhất Q4/2025 lập đỉnh mới, vượt mốc 17 nghìn tỷ đồng



Kết Quả Mới Nhất

Mảng kinh doanh quốc tế tiếp tục là động lực chính, trong khi đồ kinh doanh nội địa trở lại đã tăng trưởng

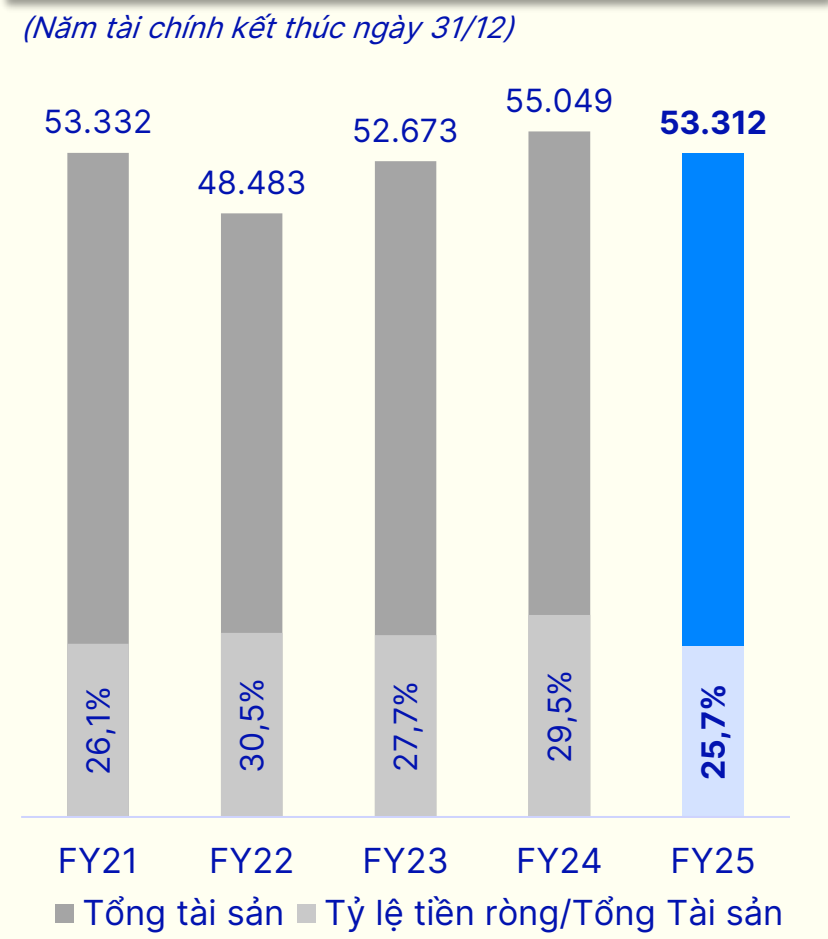


Bảng Cân Đối Kế Toán Và Dòng Tiền

...và mang lại thu nhập dồi dào cho các cổ đông

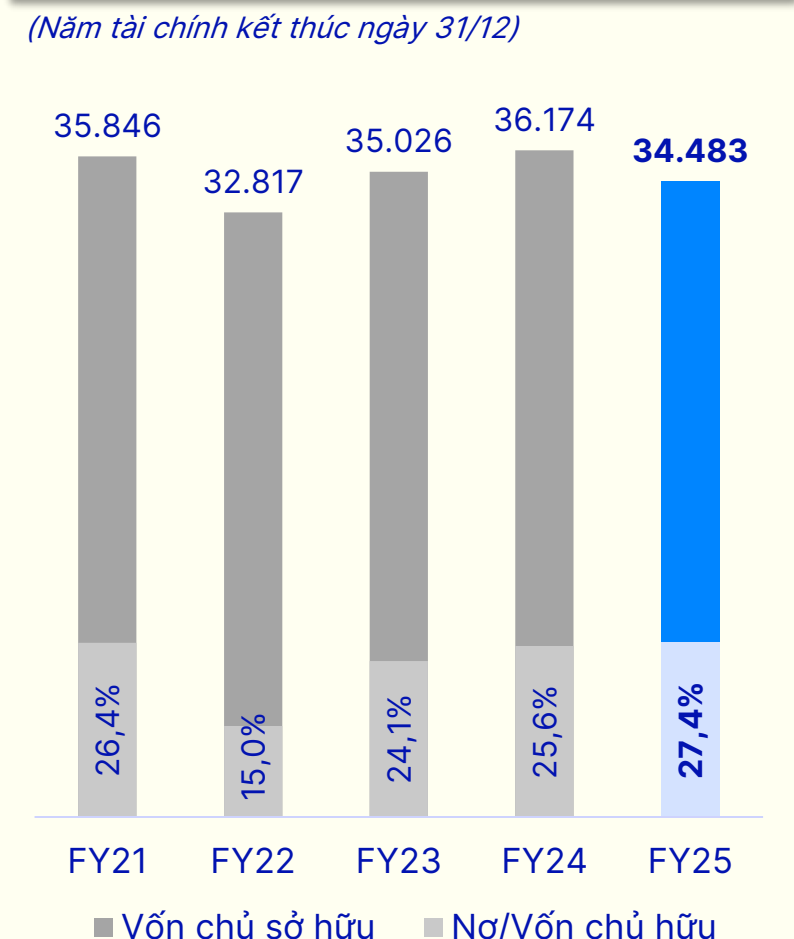
DÒNG TIỀN

Bảng CĐKT khỏe mạnh có thanh khoản cao



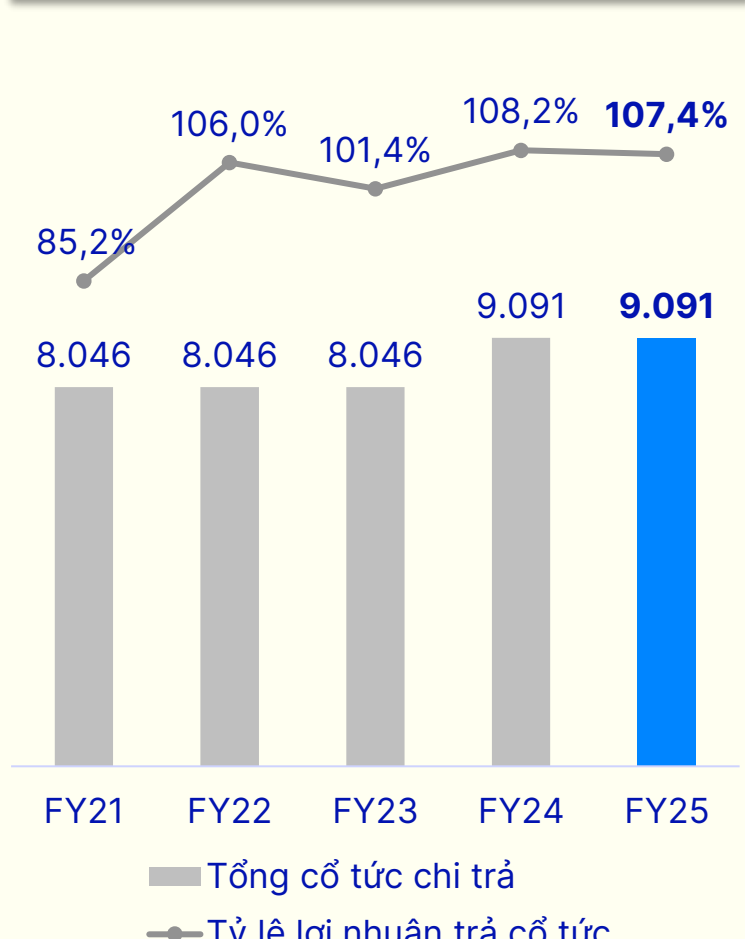
ĐÒN BẦY TÀI CHÍNH

Cơ cấu vốn an toàn



CỔ TỨC

Chính sách cổ tức cao





Liên hệ

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



Cổ đông & Quan hệ Nhà đầu tư

*Trần Chí Sơn, Trưởng BP Tài chính/Thư
Kí Công ty*

tcson@vinamilk.com.vn

Phạm Anh Tuấn, Chuyên viên IR

patuan2@vinamilk.com.vn

Media, PR:

Đỗ Thanh Tuấn, Giám đốc PR

dothanhtuan@vinamilk.com.vn

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.