

# Vinamilk được đánh giá là thương hiệu sữa tiềm năng nhất toàn cầu theo báo cáo Brand Finance

12:53 19/08/2022

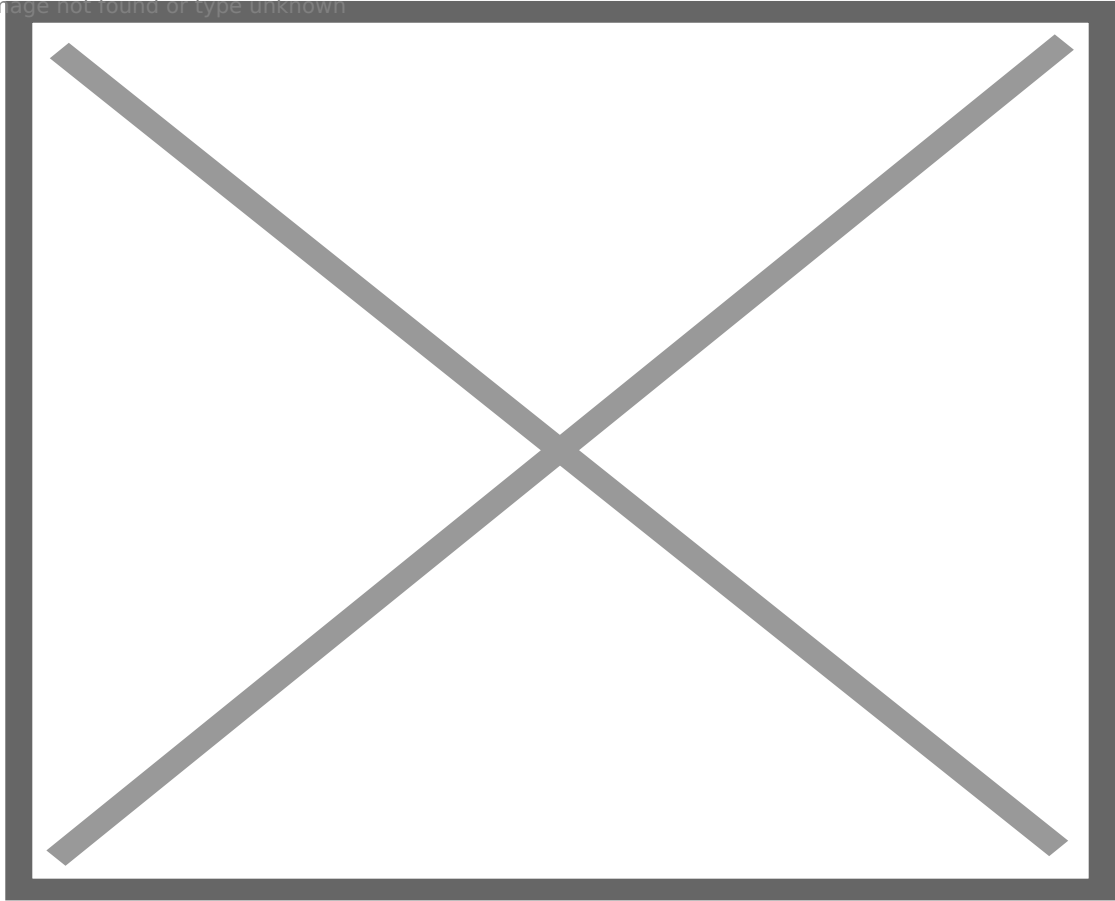
Tác giả: Nguyễn Hợi

**Theo báo cáo thường niên ngành “Thực phẩm và đồ uống” của Brand Finance 2022, thương hiệu Vinamilk đã được định giá 2,8 tỷ USD, tăng ấn tượng 18% so với năm 2021 và thăng hạng ở nhiều bảng xếp hạng lớn về giá trị và sức mạnh thương hiệu. Đặc biệt, Vinamilk đã vượt qua 2 thương hiệu lớn khác để dành vị trí dẫn đầu trong Top 3 thương hiệu sữa tiềm năng nhất toàn cầu. Vinamilk cũng là thương hiệu duy nhất đến từ khu vực Đông Nam Á trong các danh sách này.**

Đặc biệt, Vinamilk đã vượt qua 2 thương hiệu lớn khác để dành vị trí dẫn đầu trong Top 3 thương hiệu sữa tiềm năng nhất toàn cầu. Vinamilk cũng là thương hiệu duy nhất đến từ khu vực Đông Nam Á trong các danh sách này.

Để thực hiện báo cáo năm nay, Brand Finance (Anh Quốc) đã thực hiện đánh giá hơn 5.000 thương hiệu trong 29 ngành nghề tại 39 quốc gia. Với phương thức đo lường tổng hợp từ nhiều yếu tố và chỉ số như: mức độ tác động của thương hiệu, sức khỏe và uy tín thương hiệu, sự đầu tư cho thương hiệu... kết hợp cùng với các số liệu tài chính và khảo sát thị trường, báo cáo “Thực phẩm và đồ uống” do Brand Finance công bố hàng năm đã giúp cung cấp những đánh giá sức khỏe thương hiệu một cách minh bạch, công bằng, khách quan.

Image not found or type unknown



*Giá trị thương hiệu của Vinamilk liên tục tăng trong 3 năm được đánh giá bởi Brand Finance*

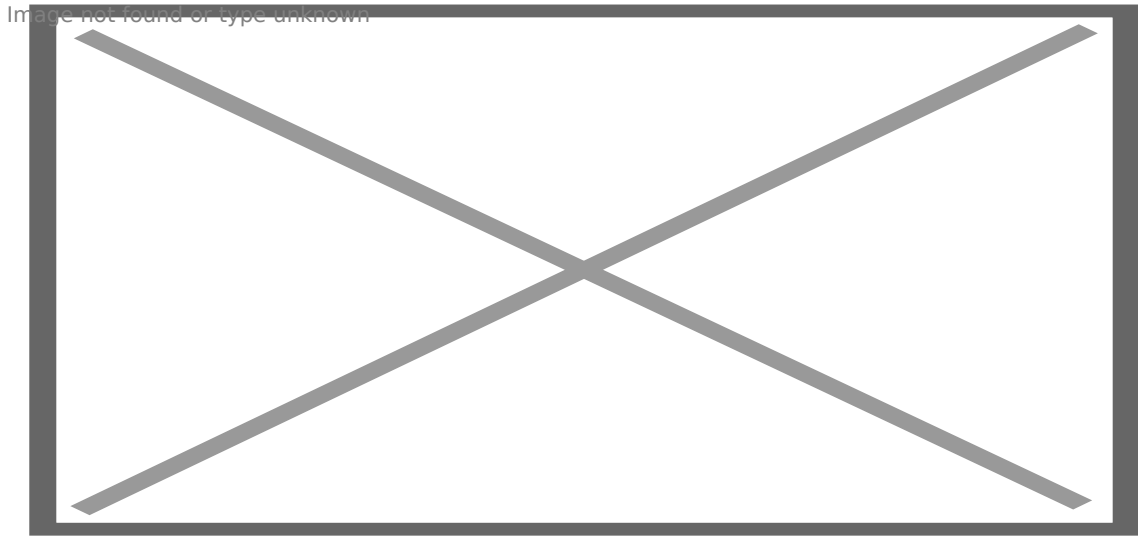
Trong lĩnh vực “Thực phẩm và đồ uống”, năm nay Vinamilk lại tiếp tục “lập kỉ lục mới” khi gia tăng giá trị thương hiệu của mình 18%, đạt 2,8 tỷ USD, vươn lên vị trí thương hiệu tiềm năng nhất trong ngành sữa toàn cầu. Đây cũng là một điểm nhấn trong báo cáo năm nay, khi thương hiệu sữa đến từ Việt Nam đạt được kết quả này.

Trong ngành sữa, Vinamilk cũng đã có những bước tiến trên các bảng xếp hạng quan trọng nhất. Cụ thể thương hiệu 2,8 tỷ đô này đã tiến lên vị trí 6 trong Top 10 thương hiệu sữa giá trị nhất toàn cầu và tiếp tục góp mặt trong Top 5 thương hiệu sữa mạnh nhất toàn cầu với vị trí thứ 2. Đáng chú ý khi Vinamilk là đại diện duy nhất từ Đông Nam Á, và chỉ xếp sau thương hiệu đến từ thị trường lớn nhất nhì của thế giới là Ấn Độ về sức mạnh thương hiệu.

Vinamilk cũng hiện diện trong các bảng xếp hạng lớn của lĩnh vực Thực phẩm nói chung như Top 30 thương hiệu thực phẩm giá trị nhất (vị trí thứ 24), Top 10 thương hiệu thực phẩm mạnh nhất (vị trí thứ 8).

Kết quả này đặc biệt có ý nghĩa hơn khi năm 2021 là một năm chứng kiến hàng loạt thách thức của đại dịch tác động lên mọi doanh nghiệp. Điều này cũng cho thấy được những nền tảng chắc

chấn của thương hiệu mà doanh nghiệp này đã và đang xây dựng, không chỉ giúp Vinamilk đủ sức vượt qua các biến động của thị trường, mà còn gia tăng về giá trị và sức mạnh nhờ vào chiến lược đúng đắn và bền vững đang kiên định theo đuổi.

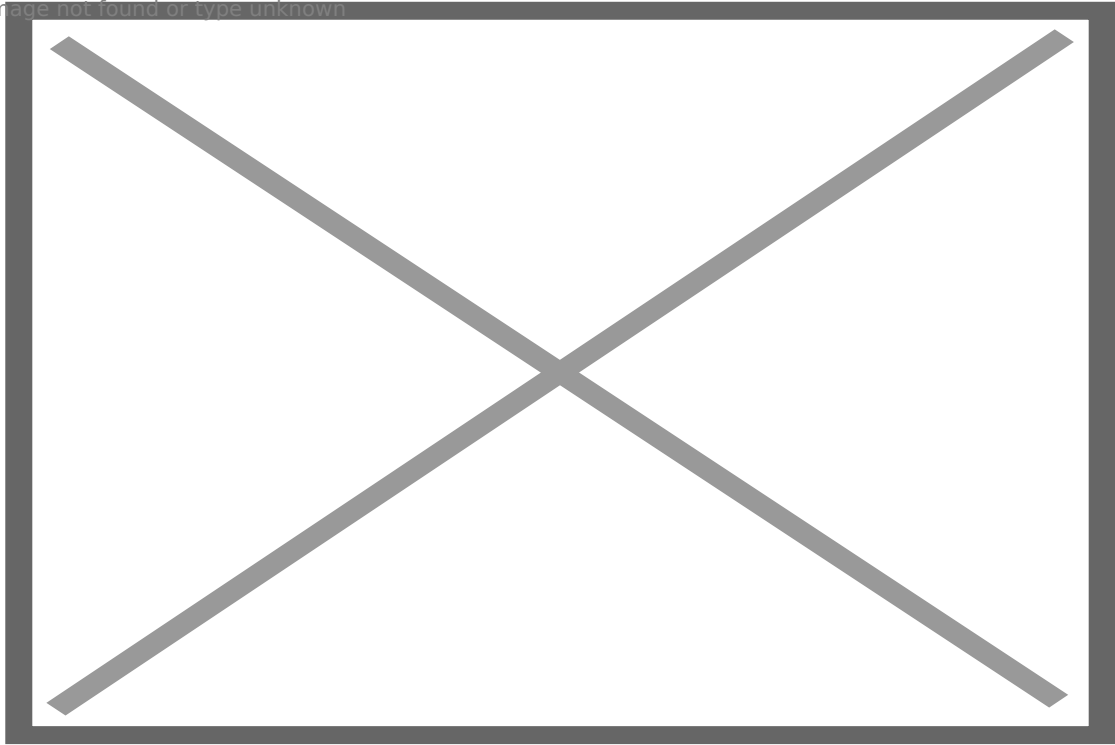


So với báo cáo 2021 của Brand Finance, đã có nhiều sự thay đổi trong các vị trí trên nhiều bảng xếp hạng, và cũng có nhiều thương hiệu mới lần đầu xuất hiện. Có thể thấy, những thương hiệu có sự đầu tư vào sức mạnh nội tại, tập trung vào giá trị cốt lõi và tầm nhìn dài hạn có sức bền hơn để vượt qua “vùng nhiễu động” nhưng cũng cần sự đổi mới, liên tục cải tiến nhằm đáp ứng các nhu cầu mới của người tiêu dùng, đặc biệt trong một ngành hàng có tốc độ thay đổi nhanh như thực phẩm và đồ uống (F&B).

Đối với Vinamilk, kết quả này tương xứng với sự đầu tư và định hướng của công ty trong việc xây dựng thương hiệu những năm gần đây để không chỉ duy trì vị trí dẫn đầu trong nước, mà ngày càng tiến xa hơn đến nhiều thị trường trên thế giới.

Ông Nguyễn Quang Trí, Giám đốc Điều hành Marketing Vinamilk nhìn nhận kết quả này vừa là sự khích lệ nhưng cũng là động lực cho công ty phải luôn tự làm mới mình để có thể đạt được những thành tựu mới. “Thương hiệu Vinamilk đến nay đã có một chặng đường gần nửa thế kỷ phát triển. So với lịch sử của ngành sữa toàn cầu, chúng tôi còn khá non trẻ. Nhưng với vị thế và giá trị của thương hiệu xây dựng được, chúng tôi tin rằng thương hiệu Vinamilk sẽ tiếp tục tiến xa và tiến nhanh cùng nhiều tiềm năng lớn. Vinamilk sẽ liên tục làm mới mình để đem lại cho người tiêu dùng những sản phẩm và trải nghiệm mới, thú vị nhất, với trọng tâm phát triển là sức khỏe người tiêu dùng, sự phát triển của cộng đồng và là doanh nghiệp tiên phong trong việc mang thương hiệu sữa Việt đi ra thế giới.”

Image not found or type unknown



*Vinamilk liên tục được “điểm danh” tại các bảng xếp hạng của các tổ chức uy tín trong và ngoài nước*

Những đầu tư của Vinamilk cũng được nhiều tổ chức trong và ngoài nước đánh giá tích cực. Báo cáo “Dấu chân thương hiệu 2022” do Worldpanel, Kantar mới công bố cũng là cột mốc đánh dấu hơn 1 thập kỷ Vinamilk xuất hiện ở các vị trí dẫn đầu trong Top 10 thương hiệu sữa được chọn mua nhiều nhất. Gần đây nhất, Vinamilk cũng tiếp tục được vinh danh lần thứ 10 liên tiếp vào danh sách 50 công ty niêm yết tốt nhất của Forbes Việt Nam; lọt Top 50 doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu 2022 (theo Nhịp cầu Đầu tư).

Vinamilk hiện thuộc Top 40 công ty sữa lớn nhất thế giới về doanh thu với hệ thống 17 nhà máy, 15 trang trại trong và ngoài nước. Các sản phẩm từ thương hiệu này đã có mặt tại 57 quốc gia, với nhiều sản phẩm xuất khẩu đến các thị trường Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc,... Năm 2022, Vinamilk đặt mục tiêu doanh thu trên 64.000 tỷ đồng, tiếp tục đẩy mạnh các dự án đầu tư, phát triển như Tổ hợp trang trại tại Lào, Thiên đường sữa tại Mộc Châu, xây dựng Nhà máy sữa tại Hưng Yên. Song song phát triển các thị trường quốc tế đang có, Vinamilk cũng bắt tay cùng các đối tác lớn như tập đoàn Sojitz Nhật Bản, Del Monte Philippines trong các liên doanh thuộc ngành thực phẩm để tiếp tục thúc đẩy sự tăng trưởng của công ty nói chung và thương hiệu nói riêng.

PV

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/vinamilk-duoc-danh-gia-la-thuong-hieu-sua-tiem-nang-nhat-toan-cau-theo-bao-cao-brand-finance>

