

Vinamilk - Thương hiệu trị giá 2,8 tỷ đô tiếp tục được vinh danh thương hiệu quốc gia 2022-2024

23:11 04/11/2022

Tác giả: TTK

Ngày 02/11/2022, tại buổi Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia (THQG) Việt Nam năm 2022, Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk) lần thứ 7 liên tiếp đã được vinh danh là THQG, sở hữu danh hiệu lớn này trong 14 năm liền từ 2010-2024.

Danh hiệu này tiếp tục khẳng định vị thế hàng đầu và uy tín của Vinamilk trong và ngoài nước. Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2022, Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk) lần thứ 7 liên tiếp đã được vinh danh là THQG, sở hữu danh hiệu lớn này trong 14 năm liền từ 2010-2024. Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2022, Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk) lần thứ 7 liên tiếp đã được vinh danh là THQG, sở hữu danh hiệu lớn này trong 14 năm liền từ 2010-2024. Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2022, Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk) lần thứ 7 liên tiếp đã được vinh danh là THQG, sở hữu danh hiệu lớn này trong 14 năm liền từ 2010-2024.

Thương hiệu Quốc gia – ngày càng gia tăng giá trị

Thông qua 3 tiêu chí cốt lõi về chất lượng sản phẩm, dịch vụ khách hàng và trách nhiệm xã hội, Vinamilk đã đạt được danh hiệu Thương hiệu Quốc gia Việt Nam năm 2022. Đây là thành quả của sự nỗ lực không ngừng nghỉ của Vinamilk trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ khách hàng và trách nhiệm xã hội. Thương hiệu Quốc gia Việt Nam năm 2022, Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk) lần thứ 7 liên tiếp đã được vinh danh là THQG, sở hữu danh hiệu lớn này trong 14 năm liền từ 2010-2024.



Bà Nguyễn Thị Minh Tâm (áo vàng) – Giám đốc chi nhánh Vinamilk Hà Nội nhận bằng Thương hiệu Quốc gia năm 2022.

Vào tháng 9/2022, theo báo cáo của Brand Finance, Việt Nam được đánh giá là điểm sáng trong bức tranh xây dựng, phát triển THQG và là THQG có tốc độ tăng trưởng giá trị nhanh nhất thế giới giai đoạn 2019-2022 với mức tăng 74%. Cụ thể, năm 2019 giá trị THQG Việt Nam là 247 tỷ USD, thì năm 2022, giá trị đã đạt 431 tỷ USD, giúp Việt Nam được nâng hạng trong Top 100 giá trị THQG mạnh mẽ trên thế giới. Sự tăng trưởng này

Riêng trong ngành sữa, Vinamilk hiện là thương hiệu có giá trị cao nhất. Các sản phẩm đặc trưng, tạo dựng lòng yêu thương hiện tại và tương lai tiêu dùng như Sữa bột Vinamilk Dielac; Sữa tiệt trùng Vinamilk 100%; Sữa có hương Ông Thọ; Sữa chua uống men sống Probi; Sữa chua Vinamilk đã tiếp tục vinh danh là sản phẩm đạt THQG năm 2022-2024.

Năm nay, Công ty Cổ phần Giống bò sữa Mộc Châu (Mộc Châu Milk) với 2 sản phẩm chủ lực Sữa tiệt trùng và Sữa chua Mộc Châu Milk cũng đã lần đầu tiên vinh danh là Thương hiệu quốc gia Việt Nam. Sau gần 3 năm trở thành thành viên của Vinamilk, đây là kết quả đáng ghi nhận của quá trình đi đúng hướng và phát triển thương hiệu, hướng đến nâng cao chất lượng các sản phẩm. Mộc Châu Milk cũng nằm trong Top 25 thương hiệu F&B đầu tiên với giá trị 28 triệu USD.



Mộc Châu Milk vinh danh Thương hiệu quốc gia năm 2022.

Với chủ đề "Kiến tạo tương lai – Enabling the future", chương trình THQG mong muốn truyền tải thông điệp: Trên hành trình nâng tầm và phát triển hiện tại Việt Nam "sánh vai các cường quốc năm châu", Chương trình THQG mang ý nghĩa giá trị báo chí và uy tín và chất lượng cho các doanh nghiệp Việt Nam, giúp các thương hiệu tin tưởng mình trên dòng chảy phát triển.

Chia sẻ về chủ đề này, Bà Bùi Thị Hương – Giám đốc phụ trách hành Công ty Vinamilk cho biết: "Thương hiệu không bắt đầu mà luôn vận hành trên những hành trình mới, theo những dòng chảy mới. Khi thế hệ tương lai tiêu dùng thay đổi, hành vi và quyết định mua sắm thay đổi, hay những gì cần là chỉ tiêu, thương hiệu, sự thích ứng, cũng là thương hiệu yêu cầu những tiêu dùng sẽ có những góc nhìn và tính cách khác nhau. Đó là lý do trong 46 năm qua, thương hiệu Vinamilk luôn tìm kiếm sự đổi mới và sáng tạo, dựa trên những giá trị cốt lõi đã xây dựng, không chỉ tiếp tục khẳng định giá trị thương hiệu tại Việt Nam mà còn góp phần tích cực mang THQG Việt Nam đi ra thế giới".



Vinamilk là thương hiệu sữa Việt tiêu dùng Việt chiếm mua nhiều nhất 10 năm liên theo Kantar Worldpanel.

Nâng cao giá trị cho thương hiệu sữa Việt

Từ năm 2022 đến nay, Vinamilk liên tục tham gia các triển lãm, hội chợ, sự kiện xúc tiến thương mại tại Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc, Mỹ, Dubai... và nhiều thị trường tiềm năng khác. Trong đó, doanh nghiệp này cũng đã mời Việt Nam tham gia góp tiếng nói và định hướng, hội nhập quốc tế liên cộng đồng ngành sữa và các ngành khác và phát triển bền vững.



Vinamilk gi?i thi?u các s?n ph?m s?a xu?t kh?u t?i h?i ch? qu?c t? Gulfood Dubai.

Câu chuy?n xây d?ng tình yêu th??ng hi?u c?a ?ã ???c Vinamilk chia s? t?i H?i ngh? s?a châu Á t?i Singapore (tháng 10/2022) v?i ?i?n hình là hành trình 33 n?m c?a m?t th??ng hi?u s?a b?t tr? em n?i ti?ng Dielac: Khai phá – Thuy?t ph?c – Kh?ng ??nh ni?m tin – ??ng hành. ?ây không ch? là s?n ph?m s?a b?t tr? em ??u tiên do m?t công ty Vi?t Nam s?n xu?t t?ng b??c chinh ph?c ng??i Vi?t mà còn là th??ng hi?u s?a ??u tiên ???c xu?t kh?u c?a Vi?t Nam.

Vi?t Nam, cách ?ây h?n 30 n?m g?n nh? không có nh?n di?n th??ng hi?u trên th? tr??ng s?a qu?c t?. Thành công xu?t kh?u lô s?n ph?m Dielac ??u tiên n?m 1997 là c?t m?c l?n ?ánh d?u vi?c Vi?t Nam có th? xu?t kh?u s?n ph?m s?a ra n??c ngoài, và còn là s?a b?t cho tr? em. Nh?ng n?m sau ?ó, Vinamilk ?ã cho th?y s? nh?y bén trong vi?c xây d?ng th??ng hi?u ?? gia t?ng giá tr? cho s?n ph?m xu?t kh?u, và h?n th? là t?ng b??c mang th??ng hi?u s?a c?a Vi?t Nam ra th? gi?i – ??i di?n Vinamilk chia s? t?i H?i ngh? s?a Châu Á.

??n nay, s?a b?t tr? em Dielac v?n là s?n ph?m xu?t kh?u ch? l?c c?a Vinamilk t?i nhi?u th? tr??ng trên th? gi?i. Tên g?i "Dielac" c?ng ?ã quen thu?c v?i các ??i tác, nhà phân ph?i và ng??i tiêu dùng nhi?u n??c. T? ?ó, m? ???ng cho r?t nhi?u nh?n hi?u khác nh? s?a ???c Ông Th?... b?t ??u hành trình "v??n xa" c?a mình.



Ông Nguyễn Quang Trí, Giám đốc Bộ phận Marketing Vinamilk chia sẻ câu chuyện về thương hiệu Dielac tại Hội nghị s&a châu Á và diễn ra tại Singapore cuối tháng 10/2022.

Các chiến lược về nhân lực, xây dựng và phát triển thương hiệu đi ra thế giới của Vinamilk đã góp phần giúp cho doanh nghiệp ghi phong vị trên hành trình tiến đến mục tiêu Top 30 Doanh nghiệp s&a lớn nhất thế giới (thương hiệu này đạt vị trí 36). Là thương hiệu tiềm năng nhất toàn cầu, theo các chuyên gia tin cậy nhất, Vinamilk còn nhiều cơ hội để thương hiệu s&a "tốt đẹp" này tiếp tục gia tăng mạnh mẽ về giá trị trong giai đoạn tới.

Vinamilk tính đến nay đã xuất khẩu đi 57 quốc gia và vùng lãnh thổ. Vinamilk hiện có hơn 45 nghìn nhân viên thành viên trong và ngoài nước, trong đó có hơn 17 nhà máy, 15 trang trại cùng hơn 20.000 nông dân lao động. Năm 2021, Vinamilk đạt doanh thu hơn 61.000 tỷ đồng, đóng góp ngân sách nhà nước 4.794 tỷ đồng. Doanh nghiệp này cũng đang triển khai loạt dự án lớn như Nhà máy s&a Hưng Yên, Thiên nhiên s&a Mộc Châu, Liên doanh với Nhật trong mảng bò sữa...

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/vinamilk-thuong-hieu-tri-gia-28-ty-do-tiep-tuc-duoc-vinh-danh-thuong-hieu-quoc-gia-2022-2024>