

Tăng trưởng tại các thị trường chủ lực thúc đẩy doanh số xuất khẩu của Vinamilk

23:01 19/04/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Doanh thu thuần xuất khẩu của Vinamilk 2023 tăng 4,4% trong bức tranh chung nhiều khó khăn. Trước thềm đại hội cổ đông sẽ tổ chức ngày 25/4 tới, dự báo, mảng xuất khẩu của Vinamilk trong quý I duy trì được phong độ so với cùng kỳ năm trước trên mức nền cao.

Tiếp tục được đánh giá cao về xuất khẩu

Mảng xuất khẩu đã giúp Vinamilk trở thành một trong số ít doanh nghiệp “đảo chiều” thành công khi tình hình chung gặp nhiều khó khăn. Năm 2023, “ông lớn” ngành sữa công bố doanh thu thuần từ hoạt động xuất khẩu đạt hơn 5.000 tỷ đồng, tăng trưởng 4,4% so với năm trước, giúp doanh thu thuần của Vinamilk tăng 0,7% lên 60.369 tỷ đồng. Tính riêng quý IV/2023, doanh thu thuần xuất khẩu bứt phá mạnh mẽ với tỷ lệ tăng trưởng 19,3% so với cùng kỳ 2022.

Điểm lại, có thể nói 2023 là một năm sôi động của Vinamilk khi mở đầu với các hợp đồng được kí kết tại hội chợ lớn Gulfoods Dubai cho thị trường Trung Đông. Tiếp đó là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... với chuỗi hoạt động xúc tiến thương mại liên tiếp của doanh nghiệp này. Quý III/2023, điểm sáng là việc ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác với 2 doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực nhập khẩu, phân phối sữa và nông sản tại Trung Quốc.



Vinamilk liên tiếp xuất hiện tại nhiều hội chợ quốc tế lớn ở các thị trường chủ lực như Dubai, Trung Quốc,...

Chưa chia sẻ con số cụ thể, nhưng đại diện Vinamilk cho biết, mức tăng trưởng xuất khẩu trong quý I năm nay duy trì ở mức tích cực. Cuối quý I/2024, Vinamilk cũng đã hoàn thành đơn hàng lớn hơn 300 container gồm sữa bột trẻ em và bột dinh dưỡng để xuất khẩu đi Trung Đông.

Nhiều công ty chứng khoán dự báo hoạt động xuất khẩu sẽ trở thành điểm sáng của Vinamilk năm nay. Chứng khoán KB Securities (KBSV) dự báo trong năm 2024, khi nền kinh tế toàn cầu hồi phục, nhu cầu tiêu thụ tại các thị trường xuất khẩu lớn của Vinamilk (Đông Nam Á, Trung Đông) sẽ tăng trở lại, đặc biệt là thị trường Trung Đông ngày càng ưa chuộng sữa của Vinamilk.

Khai thác đúng thế mạnh để tăng trưởng

Hiện động lực tăng trưởng doanh thu xuất khẩu của Vinamilk vẫn đến từ nhóm thị trường chính và chủ lực như Trung Đông, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đông Nam Á...

Đơn cử đối với Trung Đông, doanh thu xuất khẩu của thị trường này đã tăng gần gấp đôi 10 năm qua, và còn rất nhiều dư địa phát triển. Sau nhiều năm thống lĩnh thị trường ở phân khúc sữa bột

trẻ em nhập khẩu, Vinamilk đã mở rộng danh mục sản phẩm tại đây lên 50 SKUs, với nhiều sản phẩm được R&D riêng cho thị trường này ở phân khúc cao cấp như sữa bột đặc trị, sữa bột người lớn, bột dinh dưỡng... Gần đây, Vinamilk đã cùng đối tác đẩy mạnh kênh y tế cho các dòng đặc trị và thương mại điện tử, thử nghiệm hình thức mới như bán hàng livestreams... để tiếp cận khách hàng tốt hơn.



Nền tảng sản xuất vững chắc, năng lực phát triển sản phẩm linh hoạt và dịch vụ tận tâm là "kiềng 3 chân" cho mảng xuất khẩu của Vinamilk.

Còn tại thị trường châu Á, doanh thu các sản phẩm sữa đặc, sữa tươi và sữa chua ăn cũng tăng trưởng tích cực khi sản phẩm Vinamilk ngày càng được người tiêu dùng ưa chuộng. Tín hiệu lạc quan từ Trung Quốc, sau lễ ký kết thỏa thuận hợp tác thì lô sữa chua hương vị sầu riêng đầu tiên của Vinamilk đã kịp lên kệ hàng tại Trung Quốc vào tháng cuối năm 2023. Trước đó, sữa đặc Ông Thọ - sản phẩm chủ lực của Vinamilk tại thị trường tỷ dân cũng vừa chính thức có mặt tại chuỗi siêu thị lớn tại Quảng Châu.



Sữa chua hương vị sầu riêng của Vinamilk xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Tiềm năng vẫn còn nhiều

Dù sữa vẫn chưa phải là mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam, nhưng với sự thay đổi nhanh chóng về xu hướng tiêu dùng trên thế giới, vẫn còn rất nhiều dư địa để các doanh nghiệp khai thác. Vinamilk cũng đang đẩy mạnh các hoạt động mở rộng thị phần tại nhóm thị trường có thu nhập cao ở châu Á và một số thị trường mới tiềm năng như Trung Mỹ & Nam Mỹ, khu vực Caribe.

Cũng theo KBSV, các thị trường phát triển cũng đón nhận sản phẩm của Vinamilk nhờ năng lực sản xuất, chất lượng đồng nhất và đáp ứng được các tiêu chuẩn về ESG (Môi trường, xã hội, quản trị). Ví dụ với thị trường châu Úc, khu vực đã thiết lập những “hàng rào xanh” trong nhập khẩu, sản phẩm do Vinamilk cung ứng đều sử dụng bao bì HDPE (bao bì dễ tái chế) và không có ống hút nhựa, nắp dễ mở hơn nhằm giảm rác thải nhựa ra môi trường. Nhờ đó, sản phẩm đã có mặt tại chuỗi siêu thị lớn Costco, Woolworths, Coles, Aldi, Foodstuff... với tăng trưởng doanh số hơn 10%/năm.

Hệ thống các trang trại, nhà máy phủ khắp cả nước, trong đó có các đơn vị đạt các tiêu chuẩn “xanh” hay chứng nhận về trung hòa Carbon... đang được Vinamilk tận dụng như một thế mạnh

cạnh tranh khi xuất khẩu, đón đầu xu hướng dịch chuyển sản xuất của các quốc gia lớn sang Việt Nam.



Nhiều sản phẩm mới đã được Vinamilk bổ sung vào danh mục xuất khẩu để đáp ứng nhu cầu của các thị trường mới như Úc, New Zealand.

Song song với các nỗ lực từ doanh nghiệp, các FTA mà Việt Nam đã ký tiếp tục là đòn bẩy giúp sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam rộng đường hơn đến các thị trường tiềm năng.

Có hơn 25 năm kinh nghiệm về xuất khẩu sữa, đến nay sản phẩm do Vinamilk sản xuất đã hiện diện tại hơn 60 quốc gia như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, New Zealand, Úc, Trung Quốc... và tất cả các nước Đông Nam Á, với tổng kim ngạch xuất khẩu lũy kế vượt 3,2 tỷ USD./

Minh Đức

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/tang-truong-tai-cac-thi-truong-chu-luc-thuc-day-doanh-so-xuat-khau-cau-vinamilk>