

Góp “điểm sáng” về xuất khẩu sữa, Vinamilk cho thấy nội lực của thương hiệu Việt

10:27 05/09/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Không chỉ đóng góp tích cực cho hiệu quả kinh doanh, mảng kinh doanh quốc tế của Vinamilk cũng đang đưa niềm tự hào “thương hiệu Việt” ra thế giới. Liên tiếp gia tăng thị trường xuất khẩu, sản phẩm xuất hiện ngày càng đa dạng, sở hữu nhiều tiêu chuẩn cao của thế giới, Vinamilk đang khẳng định sữa “made in Vietnam” hoàn toàn có chỗ đứng trên thị trường quốc tế.

Gia tăng hiện diện và tạo kết nối mới

Doanh thu xuất khẩu sữa của Vinamilk khởi sắc 6 tháng đầu năm 2024 với mức tăng trưởng hơn 37%, tiếp nối đà tăng từ 2023 đến nay cho thấy hiệu quả trong hoạt động kinh doanh quốc tế. Điều này được cho là sự kết quả của một quá trình kết hợp các giải pháp hỗ trợ và xúc tiến thương mại, gia tăng sự hiện diện của thương hiệu, tìm kiếm cơ hội và phát triển nhóm khách hàng mới.



Các hoạt động xúc tiến thương mại hiệu quả có tác động lớn đến kết quả kinh doanh quốc tế thời gian qua của Vinamilk

Chia sẻ thêm về việc này, ông Võ Trung Hiếu, Giám đốc kinh doanh quốc tế của Vinamilk cho biết: “Tham gia các triển lãm, hội chợ quốc tế là hoạt động thường xuyên của Vinamilk. Tại đây, chúng tôi tập trung giới thiệu đến với các đối tác quốc tế các sản phẩm, dịch vụ chất lượng quốc tế của Vinamilk. Nhiều đối tác bất ngờ khi biết Việt Nam có thể làm được các sản phẩm sữa với hàng loạt các tiêu chuẩn cao, thơm ngon và giá lại rất cạnh tranh.”

Chỉ trong 6 tháng đầu năm nay, nhiều cái tên mới đã xuất hiện trong danh sách 61 thị trường xuất khẩu của Vinamilk đến từ khu vực châu Úc, Nam Mỹ hay châu Phi. Bên cạnh thị trường mới, các đối tác chiến lược, hợp tác lâu năm sẽ được doanh nghiệp phát triển theo chiều sâu, đơn cử như tại Trung Đông, nơi có các đối tác đã làm việc với Vinamilk từ 10-20 năm.

“Khi đến tham quan nhà máy Vinamilk, chúng tôi thực sự ấn tượng bởi quy trình khép kín, từ đầu vào đến đầu ra đều được áp dụng tiêu chuẩn quốc tế và tự động hóa rất cao. Ngoài ra, các loại bao bì của các bạn cũng thân thiện với môi trường, các vỏ hộp sữa thường được người tiêu dùng tái sử dụng rất nhiều tại thị trường chúng tôi”, ông Inam Ahmad Zia Ahmad, đối tác của Vinamilk tại khu vực Trung Đông chia sẻ khi đến thăm nhà máy sản xuất sữa bột trẻ em của Vinamilk.

Chất lượng sản phẩm vẫn là chìa khóa “mở cửa” thị trường

Theo thống kê, từ 1 sản phẩm đầu tiên xuất khẩu là sữa bột trẻ em nhãn hiệu Dielac, đến nay, Vinamilk đã phát triển gần 400 loại sản phẩm xuất khẩu đến 61 quốc gia. Trong đó, tiêu chuẩn chất lượng vẫn luôn là hàng rào lớn nhất với mọi thị trường, đặc biệt với các sản phẩm thực phẩm, đồ uống.... Mới đây, Vinamilk đã xuất khẩu thêm một sản phẩm là sữa chua ăn sang thị trường Mỹ ngay sau khi đạt được FDA (tiêu chuẩn an toàn thực phẩm của Mỹ) cho sản phẩm này.

Tuy nhiên tại nhiều quốc gia có các hệ tiêu chuẩn đặc thù riêng, đây cũng là rào cản mà các doanh nghiệp cần phải vượt qua khi muốn “mở khóa” thị trường. Có thể nói đây cũng là lợi thế của Vinamilk khi sở hữu hệ thống 13 nhà máy với khá nhiều các tiêu chuẩn quốc tế hỗ trợ xuất khẩu như: FSSC 22000 (Chứng nhận Hệ thống Quản lý An toàn Thực phẩm quốc tế - Hà Lan), BRC (tiêu chuẩn Anh quốc), Tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội SMETA, FDA (Hoa Kỳ), Tiêu chuẩn cho các quốc gia Hồi giáo HALAL, Organic EU (Tiêu chuẩn hữu cơ châu Âu), GMP (hệ thống các tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt của Mỹ)....



Các đối tác nhập khẩu ấn tượng khi trực tiếp tham quan Nhà máy sữa bột Việt Nam của Vinamilk

Ông Mai Bá Dũng, Giám đốc nhà máy Sữa Sài Gòn (Vinamilk), nơi sản xuất sản phẩm xuất khẩu đi khu vực thị trường “khó tính” là Úc và New Zealand cho biết: “Hiện nhà máy đang đáp ứng 683 triệu sản phẩm lạnh phục vụ xuất khẩu mỗi năm. Mỗi một sản phẩm được rời nhà máy xuất đi sẽ cần trải qua một quy trình được kiểm soát với hơn 9 tiêu chuẩn cả của Việt Nam và quốc tế. Với đặc thù là nhà máy sản xuất sản phẩm lạnh, chúng tôi đầu tư từ khâu tiếp nhận nguyên liệu, chế biến, đến hệ thống các kho lạnh thông minh, cảm ứng nhiệt độ... để đảm bảo điều kiện bảo quản giúp sản phẩm có chất lượng tốt nhất.”

Mở ra các lợi thế cạnh tranh mới và tận dụng FTA

Xu hướng phát triển bền vững cũng đang trở thành tâm điểm chú ý của thương mại thế giới. Tại Úc, New Zealand, nhờ đáp ứng các yêu cầu khắt khe về bao bì thân thiện môi trường, Vinamilk đã được tham gia vào chuỗi cung ứng các chuỗi siêu thị quốc tế lớn nhất trong khu vực châu Đại Dương như Costco Foodstuff. Tại 2 thị trường này, Vinamilk đều ghi nhận tăng trưởng doanh, Woolworths, thu hơn 50% so với cùng kỳ năm trước.



Năng lực sản xuất, chất lượng đồng nhất, đạt các tiêu chuẩn quốc tế là những điều kiện tiên quyết với doanh nghiệp xuất khẩu

Bên cạnh đó, việc khai thác triệt để các FTA mà Việt Nam đã kí kết đã tạo ra lợi thế bán hàng, hỗ trợ thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu của Vinamilk. Theo đại diện doanh nghiệp cho biết, hiện tỷ lệ thực hiện cấp chứng nhận xuất xứ hàng hoá C/O để được ưu đãi thuế tại Vinamilk hiện đạt trên 53%, cao hơn mức trung bình là 37.35% theo số liệu được tổng kết của Bộ Công Thương. Một ví dụ về việc tận dụng FTA hiệu quả được doanh nghiệp chia sẻ là thị trường Nhật Bản & Canada, với Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Cụ thể, 2 thị trường này đều ghi nhận doanh thu tăng trưởng khoảng 40% so với giai đoạn cùng kỳ 2023, dù đây đều có những nơi có tiêu chuẩn cao đối với các mặt hàng nhập khẩu.

“Theo kế hoạch, chúng tôi sẽ tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa các thị trường mới, có nhiều tiềm năng như châu Phi & Nam Mỹ... Tuy nhiên, để khai thác thị trường có FTA thì cần phải đáp ứng các yêu cầu về nguồn gốc xuất xứ, kèm theo đó là sự thay đổi về nguồn nguyên liệu sản xuất, dây chuyền để có thể đáp ứng được yêu cầu liên quan”, ông Hiếu cho biết thêm.

Tính đến nay, Vinamilk đã có hơn 26 năm kinh nghiệm đưa sản phẩm sữa ra nước ngoài, với hơn 300 skus sản phẩm thuộc các ngành hàng sữa đặc, sữa bột, sữa chua... với tổng kim ngạch lũy kế

đạt hơn 3,3 tỷ USD.

Minh Hiếu

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/gop-%E2%80%9Cdiem-sang%E2%80%9D-ve-xuat-khau-sua-vinamilk-cho-thay-noi-luc-cua-thuong-hieu-viet>