

Vinamilk: Đại diện duy nhất ASEAN trong top thương hiệu mạnh toàn cầu

14:55 08/09/2021

Tác giả: Nguyễn Hợi

Vinamilk là đại diện duy nhất của khu vực Đông Nam Á trong Top 10 thương hiệu sữa giá trị nhất toàn cầu năm 2021 với vị thứ 8/10. Giá trị thương hiệu của Vinamilk được định giá gần 2,4 tỷ USD.

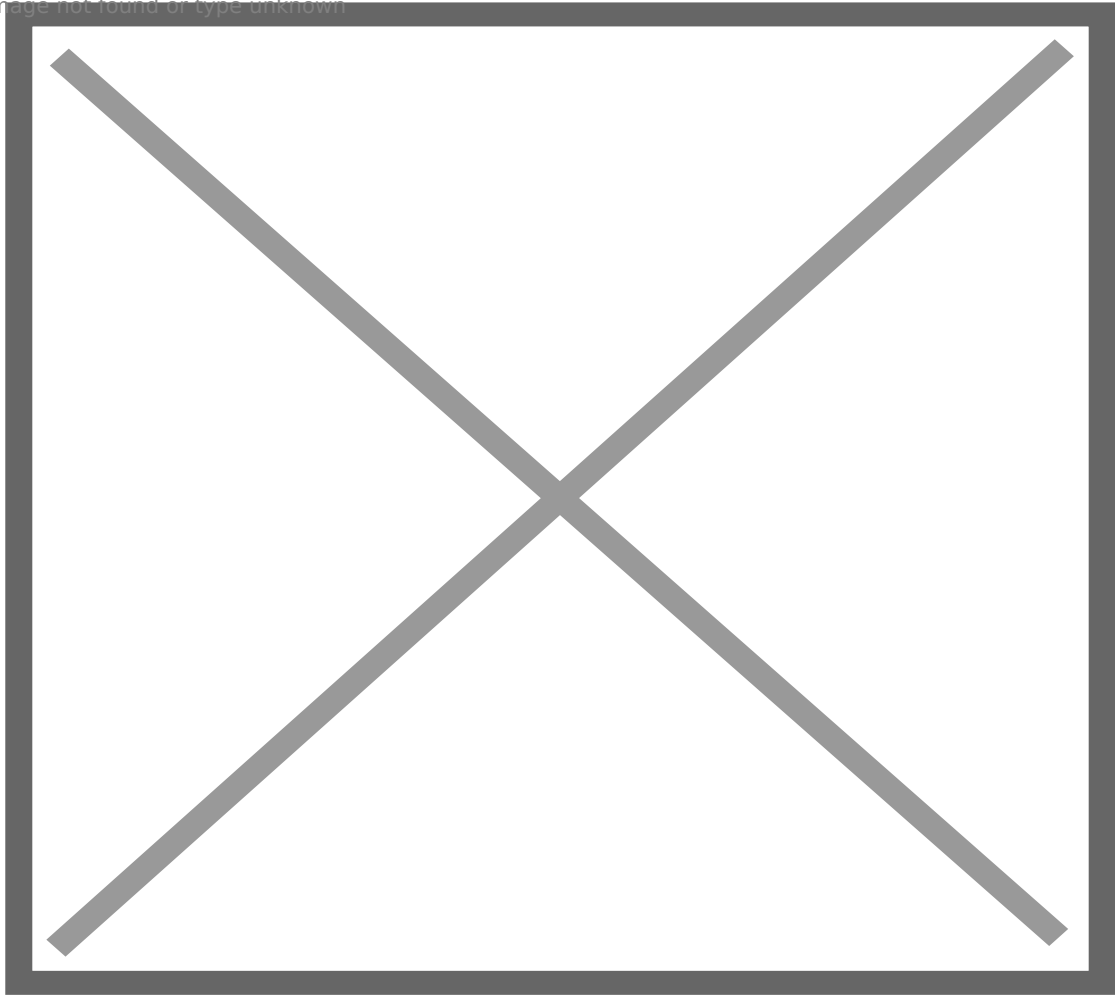
Theo báo cáo thường niên của Brand Finance về Thương hiệu giá trị nhất và Thương hiệu mạnh nhất trong ngành thực phẩm & đồ uống năm 2021, Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (VINAMILK) đã góp mặt trong 4 bảng xếp hạng toàn cầu.

Cụ thể, Vinamilk là đại diện duy nhất của khu vực Đông Nam Á trong Top 10 thương hiệu sữa giá trị nhất toàn cầu năm 2021 với vị thứ 8/10. Giá trị thương hiệu của Vinamilk được định giá gần 2,4 tỷ USD, tăng 12% so với năm 2020.

Ngoài ra, Vinamilk cũng là 1 trong 3 thương hiệu tiềm năng nhất của ngành sữa thế giới với số điểm đánh giá cao thứ 2. Đây là một kết quả rất có ý nghĩa khi cho thấy được tiềm năng phát triển của Vinamilk trong bối cảnh nhiều thách thức do đại dịch gây ra cho các doanh nghiệp và cả ngành sữa trên toàn cầu.

Không chỉ đạt thứ hạng cao ở ngành sữa, cũng theo báo cáo này, trong ngành thực phẩm (Food), Vinamilk cũng đã chinh phục 2 bảng xếp hạng là Top 5 thương hiệu thực phẩm mạnh nhất toàn cầu và nằm trong top 30 của 100 thương hiệu thực phẩm giá trị nhất toàn cầu với vị trí thứ 27, tăng mạnh 9 bậc so với năm 2020.

Image not found or type unknown



Vinamilk được đánh giá với thứ hạng cao trong 4 bảng xếp hạng toàn cầu về giá trị và sức mạnh thương hiệu.

Brand Finance là tổ chức định giá thương hiệu hàng đầu thế giới, được thành lập từ năm 1996, có trụ sở chính tại Anh và văn phòng đại diện tại 20 quốc gia.

Hàng năm, Brand Finance thực hiện nghiên cứu trên 5.000 thương hiệu lớn nhất thế giới để công bố các báo cáo uy tín về giá trị và sức mạnh của các thương hiệu trên toàn cầu, thuộc 23 lĩnh vực khác nhau.

Báo cáo năm 2021 được công bố trong bối cảnh đại dịch COVID-19 đang tạo ra nhiều thách thức chưa từng có với nền kinh tế thế giới nói chung và áp lực lớn không kém lên ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống trên toàn cầu, do chuỗi cung ứng gián đoạn, sức mua sụt giảm nghiêm trọng và thói quen tiêu dùng thay đổi.

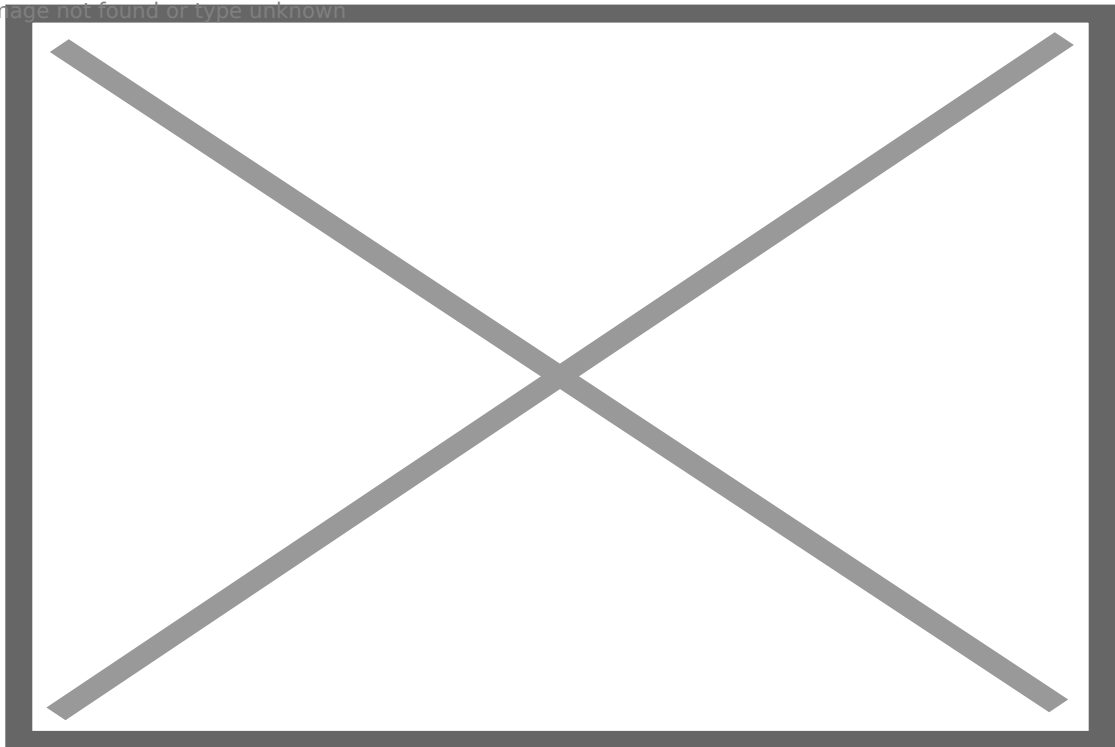
Điều này cho thấy sự bền vững của Vinamilk trong việc nỗ lực đưa thương hiệu lọt vào các vị trí cao trong các bảng xếp hạng toàn cầu và khẳng định vị thế khi là thương hiệu duy nhất của Việt

Nam và khu vực được ghi tên trên bảng xếp hạng của ngành sữa thế giới.

Đánh giá về kết quả tích cực này, ông Trần Thanh Hải, Phó cục trưởng Cục Xuất Nhập Khẩu, Bộ Công Thương cho biết: “Sữa tuy chưa phải là mặt hàng lợi thế của Việt Nam, cũng không phải là mặt hàng nông sản truyền thống, nhưng với sự đóng góp tích cực và nỗ lực của doanh nghiệp, chúng ta đã nâng cao sản lượng xuất khẩu, ghi nhận được các kết quả khả quan.

Bên cạnh việc đảm bảo chất lượng của sản phẩm để xuất khẩu ra thị trường thế giới, thì việc xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp mà cũng là mang tính đại diện cho quốc gia, có ý nghĩa rất quan trọng, cho thấy sự phát triển của doanh nghiệp nói riêng và ngành sữa Việt Nam nói chung.”

Image not found or type unknown

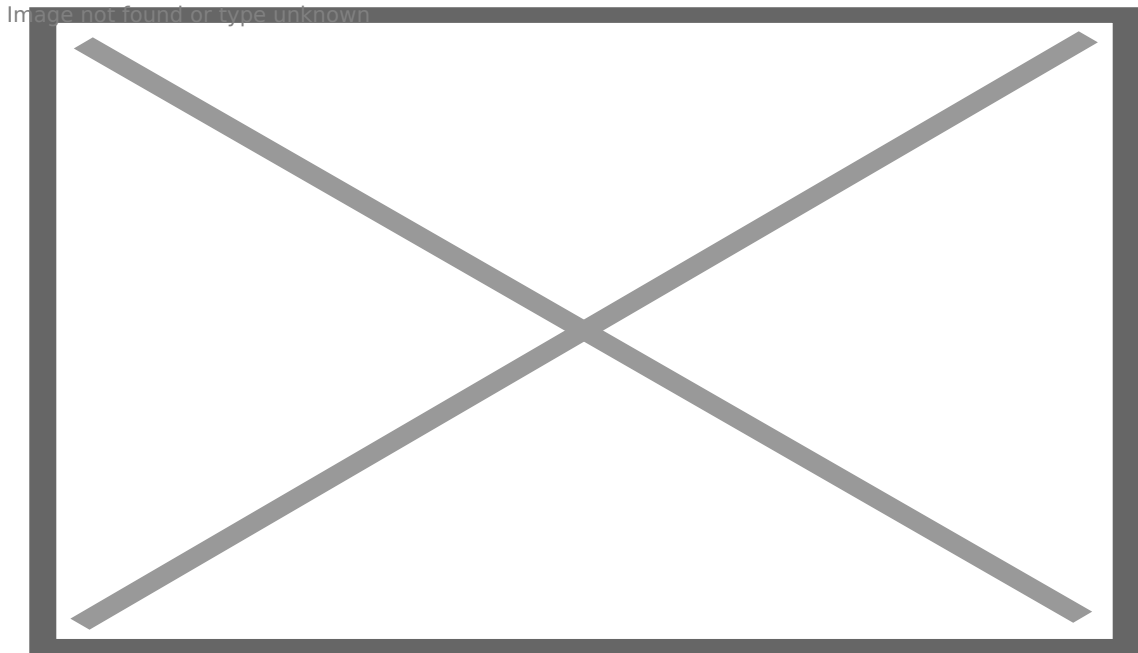


Sản phẩm Vinamilk đã có mặt tại 56 thị trường, đưa thương hiệu dần trở nên phổ biến với người tiêu dùng thế giới.

Trước đó, Vinamilk cũng đã nhiều lần góp mặt trong nhiều bảng xếp hạng uy tín của thế giới với các thứ hạng cao. Gần đây nhất, Vinamilk được xếp hạng 36 trong top 50 các công ty sữa hàng đầu thế giới về doanh thu, và cũng là đại diện duy nhất của khu vực Đông Nam Á trong danh sách này.

“Từ xuất phát điểm là quốc gia không có lợi thế về sản xuất sữa, phải nhập khẩu sữa, chúng tôi rất tự hào khi giờ đây, sau 45 năm nỗ lực và phát triển, Vinamilk đã đứng ở các vị trí cao trên bảng xếp hạng của toàn cầu về cả quy mô doanh thu lẫn giá trị thương hiệu. Những kết quả này sẽ là

động lực cho ban lãnh đạo và tập thể người lao động của Vinamilk nỗ lực hơn nữa, để mang lại những sản phẩm dinh dưỡng tốt nhất cho người tiêu dùng trong nước và quốc tế, đưa sữa Việt tiến xa hơn nữa trên chặng đường vươn tầm thế giới"- bà Mai Kiều Liên, Tổng Giám đốc Vinamilk phát biểu.



Vinamilk sở hữu hệ thống nhà máy quy mô lớn với công nghệ hiện đại, vận hành theo các tiêu chuẩn quốc tế.

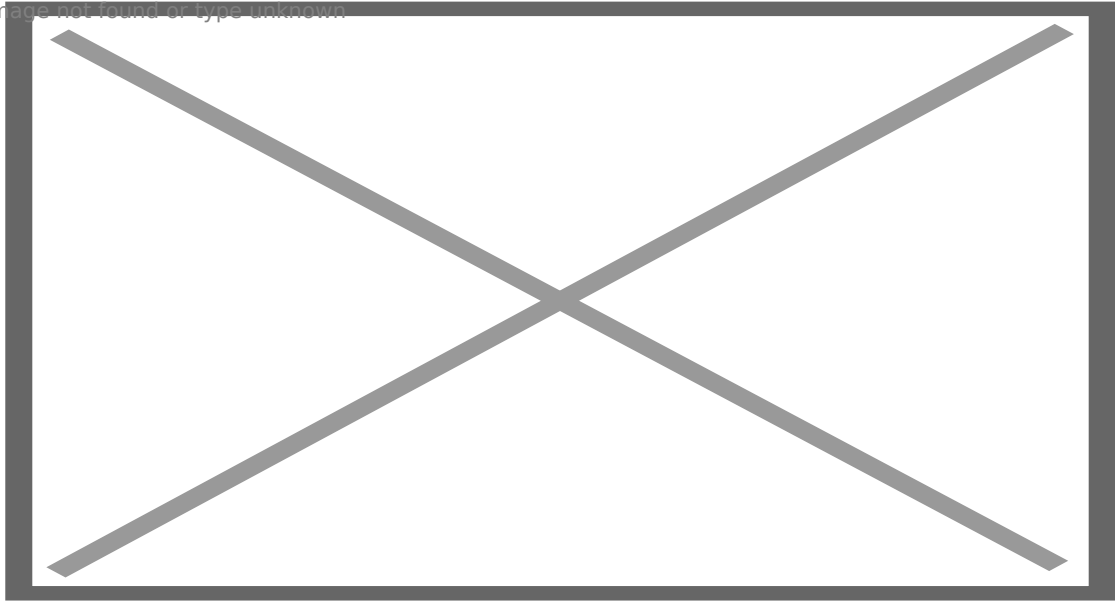
Vinamilk hiện có hệ thống 13 nhà máy, 13 trang trại bò sữa trong nước, 3 nhà máy tại nước ngoài và 1 dự án tổ hợp bò sữa quy mô lớn tại Lào, với năng lực sản xuất và cung ứng gần 250 loại sản phẩm dinh dưỡng.

Mặc dù gặp các thách thức do đại dịch trong gần 2 năm qua, Vinamilk vẫn duy trì sản xuất, kinh doanh ổn định, đặc biệt, kết quả từ hoạt động xuất khẩu tăng trưởng ấn tượng.

Năm 2020, doanh thu xuất khẩu đạt 5.561 tỷ đồng, tăng trưởng 7,5% so với 2019. Sáu tháng đầu năm 2021, hoạt động xuất khẩu của Vinamilk ghi nhận tăng trưởng hai con số về doanh thu, đạt 2.772 tỷ đồng, tăng 13,1% so với 2020.

Tính từ khi bắt đầu xuất khẩu đến nay, sản phẩm Vinamilk đã được xuất khẩu đến 56 quốc gia và vùng lãnh thổ, với tổng doanh thu xuất khẩu lũy kế đạt 2,5 tỷ USD.

Image not found or type unknown



Đầu tư cho hệ thống trang trại chuẩn quốc tế giúp Vinamilk tiến xa hơn, nhanh hơn khi vươn ra thế giới.

Bên cạnh đẩy mạnh kinh doanh quốc tế, hướng đến mục tiêu chiến lược là vào Top 30 Công ty sữa hàng đầu thế giới, Vinamilk không ngừng đầu tư mở rộng quy mô cả trong và ngoài nước.

Hiện Vinamilk đang có các công ty con, công ty liên kết tại Mỹ, New Zealand, Campuchia, Lào và gần đây nhất là liên doanh tại Philippines với đối tác Del-Monte, công ty thực phẩm đồ uống hàng đầu tại đây và dự kiến sẽ ra mắt sản phẩm thương mại vào tháng 9 này.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/vinamilk-dai-dien-duy-nhat-asean-trong-top-thuong-hieu-manh-toan-cau>