

# CEO Mai Kiều Liên: 2 năm chuyển mình toàn diện, chất Vinamilk không thay đổi

14:20 10/04/2025

Tác giả: Đang cập nhật

**Hai năm kể từ khi Vinamilk chính thức tái định vị thương hiệu vào năm 2023, CEO Mai Kiều Liên lần đầu tiên chia sẻ về những chiến lược đằng sau quyết định đổi mới toàn diện của thương hiệu tỷ đô. Nữ lãnh đạo nhấn mạnh, nguyên tắc không thỏa hiệp về chất lượng sản phẩm là yếu tố được duy trì để giữ “chất Vinamilk”.**

Thành lập năm 1976, trên cơ sở tiếp quản các nhà máy bỏ hoang sau ngày giải phóng, quá trình phát triển của Vinamilk gắn liền với mỗi bước chuyển mình của đất nước. Suốt hành trình gần nửa thế kỷ qua, bà Liên cho biết, doanh nghiệp tỷ đô này đã có rất nhiều lần thay đổi, điều chỉnh hoạt động, quản lý... để phù hợp với cơ chế thị trường cũng như gia tăng năng lực cạnh tranh cả trong và ngoài nước. Nhưng đến đầu những năm 2020, “nữ tướng” ngành sữa nhận ra rằng đã đến lúc phải thay đổi một cách căn cơ, toàn diện mọi hoạt động của công ty.

“Vinamilk gần 50 năm tuổi. Thương hiệu lâu đời dễ mang đến cảm giác già cỗi. Hơn nữa, chúng ta đang có một thế hệ tiêu dùng mới – thế hệ trẻ. Nếu không tiếp cận được, chúng ta không thể duy trì thương hiệu. Có người nói Vinamilk quá khổng lồ để thay đổi. Nhưng nếu không đổi mới chính mình, thì không thể tồn tại”, CEO Vinamilk mở đầu cuộc trò chuyện về lý do Vinamilk đổi mới toàn diện.

## Không gì có thể thỏa hiệp với chất lượng

Nhìn nhận việc được đào tạo chuyên ngành chế biến sữa từ sớm là một lợi thế trong quá trình lãnh đạo của mình, bà Mai Kiều Liên cho biết điều này đã giúp bà dẫn dắt Vinamilk trải qua quá trình đổi mới toàn diện gần 2 năm qua với cốt lõi là “Chất lượng sản phẩm”.



*Bà Mai Kiều Liên, Tổng Giám đốc Vinamilk, chia sẻ về chiến lược đằng sau quyết định tái định vị bắt đầu từ năm 2023. Ảnh: Vietsuccess*

Ngoài những thay đổi từ bên trong bộ máy như chuyển đổi số, cách thức quản lý, phương thức sản xuất... người tiêu dùng có thể dễ dàng nhận diện hình ảnh một Vinamilk trẻ trung, vui nhộn qua thiết kế thương hiệu, bao bì, cách tiếp cận người dùng... Kết quả, tỷ lệ người tiêu dùng đánh giá thương hiệu là đổi mới, sáng tạo và cao cấp đã tăng vọt so với giai đoạn trước khi tái định vị. Điều này cũng đã được thể hiện rõ ràng trên kết quả kinh doanh, khi doanh nghiệp báo cáo doanh thu 2024 đạt mốc kỉ lục mới là 61.824 tỷ đồng.

Trong cuộc đổi mới toàn diện nhất từ trước đến nay của Vinamilk, bà Liên cho biết, duy có một yếu tố không đổi và sẽ không bao giờ thay đổi, là Vinamilk luôn đặt chất lượng lên đầu tiên, không gì có thể thỏa hiệp được. Bà dẫn chứng, thay vì ứng dụng Codex (bộ tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm do Tổ chức Lương thực & Nông nghiệp Liên hợp quốc và Tổ chức Y tế thế giới xây dựng), doanh nghiệp tiên phong sản xuất theo các bộ tiêu chuẩn nghiêm ngặt từ EU, với các quy định khắt khe hơn và đòi hỏi chi phí tuân thủ cao hơn.



*Vinamilk sở hữu 16 nhà máy sữa trong và ngoài nước, đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất thế giới về chất lượng trong sản xuất thực phẩm*

Với nguyên liệu sữa tươi – yếu tố quan trọng quyết định chất lượng đầu vào của sản phẩm, Vinamilk là doanh nghiệp đầu tiên tại Việt Nam khởi xướng cuộc “cách mạng trắng”, đi đầu về chăn nuôi bò sữa và hình thành chuỗi 15 trang trại bò sữa hiện đại với khả năng cung ứng hơn 1,1 triệu lít sữa tươi mỗi ngày. Không chỉ đạt các tiêu chuẩn quốc tế hàng đầu về thực hành sản xuất nông nghiệp tốt như EU Organic, Global S.L.P.,... hệ thống trang trại Vinamilk còn tiên phong trong tiến trình kiểm kê khí nhà kính, cắt giảm phát thải... hướng đến việc đáp ứng các tiêu chí phát triển bền vững khắt khe tại các thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản.

“Nguyên tắc hoạt động của Vinamilk trong gần 50 năm qua là cái gì tốt nhất là làm. Vì chúng tôi luôn nghĩ rằng, thực phẩm là sản phẩm ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe con người, khi đã vào cơ thể thì không có cơ hội sửa sai. Vì vậy, phải đảm bảo chất lượng tốt nhất”, bà Liên khẳng định.

Triết lý này được nữ CEO quyền lực của châu Á nhấn mạnh thêm bằng 3 từ khóa “tự chủ, quyết liệt và thiện tâm”, đã đưa Vinamilk trở thành thương hiệu có giá trị thứ 6 toàn cầu và tiếp tục là cốt lõi của doanh nghiệp cho hành trình tương lai.

## Sáng tạo trong ngành sữa là không giới hạn

Trả lời câu hỏi về cơ hội phát triển của ngành sữa, liệu có còn nhiều “đất” để sáng tạo sản phẩm mới hay không, nữ CEO của Vinamilk khẳng định là còn rất nhiều. Theo bà, ngành sữa đã có từ hàng trăm năm trước với các sản phẩm ban đầu như sữa tươi, bơ, phô mai,... khi nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng phân hóa, các dòng sản phẩm từ sữa cũng mở rộng liên tục.

Để mọi người, mọi nhà đều có cơ hội tiếp cận các sản phẩm dinh dưỡng chất lượng cao, doanh nghiệp dẫn đầu ngành sữa trong nước đã phát triển danh mục gần 300 sản phẩm, trải rộng cho mọi lứa tuổi, nhu cầu dinh dưỡng và cả đáp ứng cho các nhóm chức năng khác nhau như trẻ suy dinh dưỡng, người không hấp thụ đạm, người bệnh tiểu đường, người đang điều trị y tế đặc biệt... Đáp ứng nhu cầu ngày càng “cá nhân hóa” của người tiêu dùng, trong năm 2024, Vinamilk tiếp tục tung ra thị trường 25 sản phẩm hoàn toàn mới, thiết lập những tiêu chuẩn chưa từng có tiền lệ tại Việt Nam.



*Không chỉ mang đến hình ảnh vui nhộn, trẻ trung, các sản phẩm Vinamilk cũng liên tục đổi mới, nâng cao chất lượng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cá nhân hóa của người tiêu dùng*

Lần đầu tiên, thị trường sữa Việt Nam xuất hiện công nghệ kép hút chân không để tạo nên sản

phẩm sữa “khóa tươi” (giữ được vị tươi nguyên bản); hay công nghệ siêu vi lọc để tạo ra dòng sản phẩm cao đạm, giàu canxi, ít béo và không chứa lactose, đáp ứng nhu cầu của nhóm khách hàng cần bổ sung đạm và canxi cao nhưng không dung nạp lactose. Các sản phẩm sữa chua ăn thực vật được lên men hoàn toàn từ sữa hạt, hướng đến nhóm khách hàng thuần chay. Hay các sản phẩm dinh dưỡng giàu đạm dành cho người muốn kiểm soát cân nặng và duy trì cơ bắp.



*Cùng với việc sáng tạo đa dạng sản phẩm theo các nhu cầu ngày càng chuyên biệt, sức đổi mới của ông lớn ngành sữa còn được thể hiện rõ nét qua việc mạnh tay đưa các công nghệ hàng đầu thế giới về Việt Nam*

“Với thị trường hơn 100 triệu dân tại Việt Nam cùng 63 quốc gia xuất khẩu, nhu cầu tiêu thụ sữa là vô cùng đa dạng. Nếu tập trung vào cá nhân hóa nhu cầu người dùng, ta có thể tạo ra nhiều dòng sản phẩm khác nhau. Dư địa để sáng tạo trong ngành sữa là không giới hạn”, bà Liên chia sẻ thêm về triển vọng tương lai.

Đồng hành cùng Vinamilk suốt gần 50 năm, trong đó, có 33 năm dẫn dắt với vai trò thuyền trưởng, bà là người đã đặt nền móng cho ngành sữa Việt Nam, đưa Vinamilk đi từ con số 0 đến vị trí thứ 36 trong danh sách 50 công ty sữa lớn nhất thế giới về doanh thu. Đó không chỉ là hành trình xây dựng Vinamilk thành biểu tượng quốc gia, mà còn là thương hiệu truyền cảm hứng về tinh thần đổi mới, sáng tạo và khát vọng vươn tầm thế giới. Năm 2024, bà được Tạp chí Fortune (Mỹ) vinh danh trong danh sách 100 phụ nữ quyền lực nhất châu Á và là nữ doanh nhân duy nhất được Forbes Việt Nam vinh danh “Thành tựu trọn đời”, vinh dự được trao tặng Huân chương Độc lập Hạng III với những cống hiến cho sự phát triển của đất nước.

**PV**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/public/ceo-mai-kieu-lien-2-nam-chuyen-minh-toan-dien-%E2%80%98chat-vinamilk%E2%80%99-khong-thay-doi-hghg>