

6 lần liên tiếp đạt Thương Hiệu Quốc Gia, Vinamilk là tốt mục tiêu đưa Thương Hiệu Quốc Gia vươn ra thế giới

13:19 28/11/2020

Vừa qua, ngày 25/11/2020 tại Hà Nội, Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk) được vinh danh Thương Hiệu Quốc Gia lần thứ 6 liên tiếp.

Tính từ lần đầu tiên được công nhận Thương Hiệu Quốc Gia vào năm 2010 đến nay, có thể nói Vinamilk đã đánh dấu thập kỷ thành công trong việc nâng tầm thương hiệu sữa Việt Nam. Và hành trình này của Vinamilk vẫn đang tiếp tục chinh phục những mục tiêu cao hơn với định hướng chiến lược đưa thương hiệu quốc gia vươn tầm thế giới.

Là doanh nghiệp sữa duy nhất 6 lần liên tiếp (trong 12 năm từ 2010-2022) được xét chọn là Thương hiệu Quốc Gia và là đại diện duy nhất của Việt Nam trong Top 50 Công ty sữa lớn nhất thế giới, Vinamilk đã và đang bám sát định hướng phát triển và mục đích của chương trình Thương Hiệu Quốc Gia. Đó là không chỉ nâng cao giá trị thương hiệu của sản phẩm, của công ty mà còn là hướng đến xây dựng thương hiệu của Việt Nam trên thị trường thế giới, nâng cao nhận biết và uy tín đối với người tiêu dùng toàn cầu.



Bà Nguyễn Thị Minh Tâm – Giám đốc Chi nhánh Vinamilk Hà Nội đại diện nhận biểu trưng tại Lễ công bố các doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương Hiệu Quốc Gia năm 2020 diễn ra tại Hà Nội.

“Với Vinamilk, Thương Hiệu Quốc Gia không chỉ là một sự công nhận mà còn là trọng trách. Trong 10 năm qua, Vinamilk đã tích cực để xây dựng thương hiệu xứng đáng với vị thế thương hiệu quốc gia trên những bước đi của mình vươn ra thị trường quốc tế. Và trong thời gian tới, với việc Việt Nam ngày càng hội nhập sâu và rộng thông qua các hiệp định tự do thương mại như EVFTA, RCEP, Vinamilk sẽ tích cực hơn nữa để khẳng định và phát triển giá trị thương hiệu sữa Việt Nam tại các thị trường lớn của thế giới.” – Bà Bùi Thị Hương, Giám đốc Điều hành của Vinamilk cho biết.

Hành trình mang thương hiệu quốc gia vươn ra thế giới đã chứng minh cho những nỗ lực không ngừng của Vinamilk. Tuy chế biến và xuất khẩu nông sản vốn là thế mạnh của Việt Nam, nhưng với ngành sữa thì chúng ta gần như khởi đầu với con số 0. Nhờ biết nắm bắt cơ hội và có chiến lược đúng đắn, từ năm 1997, Vinamilk đã xuất khẩu nhiều loại sản phẩm sữa đến các nước khác trên thế giới. Tính đến nay, nhiều chủng loại sản phẩm dinh dưỡng của Vinamilk đã có mặt tại hơn 54 quốc gia và vùng lãnh thổ, đem về kim ngạch xuất khẩu hơn 2,2 tỷ đô la.

Thông qua những hộp sữa với logo Vinamilk hay những nhãn hiệu quen thuộc của công ty như Sữa đặc Ông Thọ, Sữa bột trẻ em Dielac..., thương hiệu sữa có giá trị nhất Việt Nam này đã được giới thiệu một cách rộng rãi đến người tiêu dùng quốc tế. Tại nhiều nơi, kể cả những quốc gia phát triển, người dân cũng đang dần quen thuộc với các sản phẩm sữa đến

từ một thương hiệu của Việt Nam – Vinamilk – với sự thuyết phục đến từ chất lượng và uy tín.



Không chỉ được thị trường trong nước tin dùng, sản phẩm Vinamilk đã dần được người tiêu dùng tại nhiều quốc gia trên thế giới biết đến.

Để khẳng định và phát triển giá trị thương hiệu Vinamilk ở cả thị trường trong nước và quốc tế, Vinamilk đã cho thấy định hướng bài bản với các mũi nhọn chiến lược, phù hợp với các tiêu chí cốt lõi theo chương trình Thương Hiệu Quốc gia là “Chất lượng – Đổi mới, Sáng tạo – Năng lực tiên phong”

Trong đó, chất lượng sản phẩm chuẩn quốc tế là chìa khóa quan trọng để sản phẩm của Vinamilk chinh phục được nhiều thị trường “khó tính” như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Trung Quốc... Tiếp đó là sự sáng tạo và đổi mới liên tục trong nghiên cứu phát triển sản phẩm, cải tiến dịch vụ, phương thức kinh doanh quốc tế, tiếp thị giúp thương hiệu Vinamilk có sự hiện diện tốt hơn, được nhận biết rộng rãi hơn. Đồng thời, với hệ thống 12 trang trại, 13 nhà máy hiện đại, chuẩn quốc tế và hệ thống quản trị doanh nghiệp tiên tiến đã hình thành năng lực tiên phong để Vinamilk phát triển giá trị của doanh nghiệp và thương hiệu



Chất lượng quốc tế giúp Vinamilk hiện diện tại nhiều thị trường khắt khe như Singapore, Hàn Quốc với các loại sản phẩm cao cấp như sữa organic, sữa hạt...

Không chỉ được lựa chọn là sản phẩm phục vụ cho Văn phòng Chính phủ, góp mặt trong các sự kiện lớn của quốc gia như diễn đàn APEC 2017, năm Chủ tịch ASEAN 2020..., những năm gần đây, Vinamilk cũng đã đại diện Việt Nam góp mặt tại các sự kiện quốc tế như hội nghị sữa toàn cầu 2019 tại Bồ Đào Nha; sự kiện giới thiệu thương hiệu sữa Việt Nam tại Trung Quốc. Bên cạnh đó, Vinamilk đã liên tiếp thúc đẩy các hoạt động quảng bá thương hiệu tại nhiều thị trường tiềm năng như Nhật Bản, Hàn Quốc, các nước khu vực Đông Nam Á... tạo được dấu ấn cho doanh nghiệp nói riêng và ngành sữa nói chung. Những nỗ lực này chính là lời cam kết đầy trách nhiệm của Vinamilk trong việc góp phần khẳng định giá trị và nâng cao uy tín thương hiệu quốc gia của Việt Nam ở tầm thế giới.



Tại hàng trăm sự kiện, hội chợ quốc tế, triển lãm trong 10 năm qua, Vinamilk đều mang theo biểu trưng của Thương Hiệu Quốc Gia như một niềm tự hào để giới thiệu đến bạn bè quốc tế.

Giá trị thương hiệu của Vinamilk nhiều năm liền được các tổ chức uy tín định giá cao. Năm 2020, giá trị thương hiệu Vinamilk được Forbes Việt Nam công bố là 2,4 tỷ USD, tăng 200 triệu USD so với năm 2019. Vinamilk cũng là thương hiệu sữa được người tiêu dùng Việt Nam chọn mua nhiều nhất trong 8 năm liên tiếp (theo Worldpanel, Kantar). Gần nhất, Vinamilk vươn lên dẫn đầu Top 10 thương hiệu mạnh nhất Việt Nam và tiếp tục duy trì sự hiện diện trong Top 1000 thương hiệu dẫn đầu Châu Á (theo Campaign Asia & Nielsen).



Vinamilk là thương hiệu sữa được người tiêu dùng Việt Nam chọn mua nhiều nhất 8 năm liền và 6 lần liên tiếp được vinh danh Thương Hiệu Quốc Gia

PV