

Mỳ gói 'hai con tôm' huyền thoại không chọn cách ngủ quên

09:18 18/06/2026

Thương hiệu mì gói huyền thoại Colusa - Miliket vừa chính thức công bố kế hoạch kinh doanh năm 2026 với mục tiêu đạt doanh thu cao nhất lịch sử hoạt động, đồng thời quyết định dốc vốn đầu tư nhà máy mới quy mô lớn nhằm giải quyết triệt để bài toán quá tải công suất.

Chủ thương hiệu mì gói Colusa - Miliket lên kế hoạch doanh thu 863 tỷ đồng, cao nhất từ trước đến nay dù đã cắt giảm mặt hàng có sản lượng lớn. Đồng thời, doanh nghiệp còn lên kế hoạch đầu tư nhà máy mới với tổng vốn dự kiến tới 900 tỷ đồng.

So với kết quả thực hiện năm 2025, doanh thu dự kiến tăng khoảng 6%, còn lợi nhuận tăng gần 12%. Nếu hoàn thành kế hoạch, đây sẽ là mức doanh thu cao nhất từng được doanh nghiệp này đặt ra, tương đương bình quân hơn 2,36 tỷ đồng doanh thu và gần 80 triệu đồng lợi nhuận trước thuế mỗi ngày. Tổng sản lượng bán ra thị trường kỳ vọng cán mốc 17.500 tấn sản phẩm các loại.



Không đơn thuần là mì gói, "hai con tôm" mà đã trở thành một mảnh ghép di sản trong ký ức ẩm thực của hàng triệu người Việt

Ban lãnh đạo doanh nghiệp cho biết để đạt mục tiêu trên, công ty sẽ tiếp tục cải tiến chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường xuất khẩu và phát triển các kênh bán hàng hiện đại. Doanh nghiệp cũng lên kế hoạch triển khai dự án di dời nhà máy sản xuất tại khu vực phía Nam theo các nghị quyết đã được đại hội đồng cổ đông và hội đồng quản trị thông qua. Công ty hiện đang cắt giảm dòng sản phẩm có sản lượng lớn nhưng biên lợi nhuận thấp như mì ký để tập trung nguồn lực cho dòng cao cấp: mì ly, mì tô và sản phẩm sau gạo.

Kế hoạch xây nhà máy mới với tổng mức đầu tư khoảng 800-900 tỷ đồng hiện đang được gấp rút triển khai. Công suất thiết kế khoảng 49.000 tấn sản phẩm mỗi năm, gồm mì, phở, hủ tiếu, gia vị.

Theo ông Trần Hoàng Ngân, Tổng giám đốc Colusa - Miliket, tại phiên họp bất thường cuối tháng 3: "Nhà máy mới dự kiến đáp ứng nhu cầu tăng trưởng trong ít nhất 3 năm tới, đồng thời giúp tối ưu chi phí vận hành, sửa chữa và nhân công

so với hiện tại".

Để nhanh chóng triển khai, nhằm giải quyết bài toán giới hạn công suất tại nhà máy cũ một cách nhanh nhất, công ty đã chốt phương án chi khoảng 200 tỷ đồng gián tiếp sở hữu lô đất gần 4ha tại một khu công nghiệp thuộc tỉnh Đồng Nai. Việc mua lại một pháp nhân có sẵn dự án giúp doanh nghiệp rút ngắn từ 6 đến 12 tháng thủ tục hành chính. Bên cạnh đó, công ty cũng thêm lợi thế về tài sản thế chấp khi vay vốn ngân hàng.

Ban lãnh đạo Colusa - Miliket cho biết năm nay sẽ tập trung mở rộng thị trường xuất khẩu. Việc khai thác thành công đơn hàng lớn sang Mỹ và thâm nhập những thị trường đòi hỏi tiêu chuẩn khắt khe giúp công ty tự tin hơn khi mở rộng mạng lưới phân phối. Năm ngoái, thị trường nước ngoài đóng góp hơn 93 tỷ đồng doanh thu.

Ban lãnh đạo cũng liệt kê thêm hai nhiệm vụ khác là phát triển các kênh bán hàng hiện đại và cải tiến chất lượng sản phẩm.

Năm ngoái, Colusa - Miliket thu khoảng 800 tỷ đồng. Công ty đã ngừng toàn bộ hoạt động sản xuất gia công tại miền Bắc từ tháng 6/2025 để ngăn ngừa rủi ro lộ bí mật công nghệ cũng như tình trạng chất lượng giảm sút do đơn gia vị công.

Dù áp lực cạnh tranh lớn, sản lượng và doanh số vẫn tăng đều đặn nhờ các hoạt động gợi nhớ thương hiệu "hai con tôm", cộng thêm mở kênh bán hàng mới và đa dạng danh mục sản phẩm. Công ty chuyển từ quảng bá truyền thống sang các chương trình tiếp thị quy mô lớn, chủ động tạo xu hướng mới như mì matcha, mì trộn... để tiếp cận khách hàng trẻ. Công ty vẫn duy trì vị thế ổn định trong các phân khúc ngách, đặc biệt kênh phân phối truyền thống như chợ và quán ăn.

Trải qua hơn nửa thế kỷ thăng trầm, gói mì giấy mang hình ảnh "Hai Con Tôm" của Miliket không đơn thuần là một sản phẩm thương mại, mà đã trở thành một mảnh ghép di sản trong ký ức ẩm thực của hàng triệu người Việt. Giữa dòng chảy khốc liệt của thị trường hiện đại, nơi các đại gia ngoại bang không ngừng chạy đua bằng những chiến dịch tiền tỷ, bước đi táo bạo của Miliket trong năm 2026 là minh chứng đáng thếp cho thấy: Huyền thoại không chọn cách ngủ quên.

Lê Hằng