

Vinamilk là thương hiệu mạnh nhất Việt Nam, thuộc Top 1000 thương hiệu hàng đầu Châu Á

15:47 01/10/2020

Năm 2020, Vinamilk đã vượt qua các thương hiệu trong và ngoài nước khác để dẫn đầu Top 10 thương hiệu mạnh nhất của Việt Nam - Vietnam's Strongest Local Brands ("Top10") là một phần của Bảng xếp hạng 1000 thương hiệu hàng đầu châu Á.

Bảng xếp hạng Top 10 do Campaign Asia-Pacific và Nielsen phối hợp thực hiện, yêu cầu người trả lời lựa chọn thương hiệu hàng đầu có hoạt động tại Việt Nam, có danh tiếng tốt nhất và gây được tiếng vang lớn nhất với người Việt Nam. Năm 2020 là lần đầu tiên trong Top 10 có nhiều thương hiệu trong nước hơn các thương hiệu quốc tế và vị trí đầu tiên của bảng xếp hạng thuộc về một thương hiệu Việt Nam là Vinamilk.



Năm 2020 là lần đầu tiên trong Top 10 có nhiều thương hiệu trong nước hơn các

thương hiệu quốc tế và vị trí đầu tiên của bảng xếp hạng thuộc về một thương hiệu Việt Nam là Vinamilk.

Cũng theo Campaign Asia-Pacific, các khảo sát cho thấy người tiêu dùng đang lựa chọn ủng hộ các công ty đã hỗ trợ đặc lực cho xã hội trong dịch Covid-19 và đặc biệt ở Việt Nam, sự phát triển của các thương hiệu quốc gia có mối liên hệ mạnh mẽ với những đổi mới sáng tạo trong giai đoạn khó khăn do Covid-19. Các chuyên gia thương hiệu tại Việt Nam cũng cho rằng Covid-19 là một yếu tố quyết định khiến bảng xếp hạng các thương hiệu mạnh nhất của Việt Nam năm 2020 có sự biến đổi lớn.



Vinamilk luôn là công ty tích cực đồng hành cùng Chính phủ và cộng đồng trong các hoạt động phòng chống dịch bệnh.

Từ khi đại dịch Covid-19 xuất hiện tại Việt Nam cho đến nay, Vinamilk luôn là công ty tích cực đồng hành cùng Chính phủ và cộng đồng trong các hoạt động phòng chống dịch bệnh. Đến nay, Vinamilk đã ủng hộ tổng cộng gần 40 tỷ đồng cho các hoạt động phòng chống dịch bệnh và hỗ trợ cộng đồng vượt qua khó khăn do Covid-19.

Đặc biệt, Vinamilk đã dành tặng 1,7 triệu ly sữa tương đương 12,5 tỷ đồng trao tặng đến các trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, cần sự giúp đỡ thông qua Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam. Song song đó là các hoạt động ủng hộ cho công tác phòng chống dịch của Chính Phủ và các địa phương cũng như đồng hành cùng lực lượng tuyến đầu chống dịch, với ngân sách gần 20 tỷ đồng. Chung tay cùng

Công ty, tập thể người lao động của Vinamilk cũng đã góp sức bằng “những bước đi” thông qua chương trình nội bộ “Triệu bước đi, đẩy lùi Cô-vi”, gây quỹ hơn 2 tỷ đồng để hỗ trợ trẻ em khó khăn trong đại dịch.



Vinamilk cũng tích cực đồng hành cùng nhiều tỉnh, thành cả nước trong chương trình Sữa học đường

Trong năm 2020, bất chấp những trở ngại chung do đại dịch Covid-19 gây ra, Vinamilk vẫn nỗ lực triển khai các hoạt động cộng đồng như trao tặng sữa cho trẻ em tại nhiều địa phương như TP. HCM, TP. Hà Nội, Phú Yên, Thừa Thiên Huế, ... Vinamilk cũng tích cực đồng hành cùng nhiều tỉnh, thành cả nước trong chương trình Sữa học đường, giúp học sinh được chăm sóc dinh dưỡng đầy đủ hơn để tăng cường sức khỏe, để kháng phòng ngừa dịch bệnh.

Bên cạnh các hoạt động hỗ trợ cộng đồng tích cực và kịp thời trong đại dịch Covid-19, Vinamilk liên tiếp giới thiệu các sản phẩm dinh dưỡng có tính đột phá đến người tiêu dùng. Từ đầu năm 2020 đến nay, Vinamilk đã ra mắt và cải tiến đổi mới nhiều sản phẩm, nổi bật có cà phê đóng chai Hi! Café, Sữa bột trẻ em có tổ yến, Sữa chua Organic chuẩn Châu Âu, Sữa tươi tiệt trùng có chứa tổ yến,... Các dòng sản phẩm giúp tăng cường đề kháng, bổ trợ sức khỏe cũng được Vinamilk tích cực giới thiệu đến người tiêu dùng trong giai đoạn dịch bệnh vừa qua.



Vinamilk cũng là thương hiệu sữa được người tiêu dùng Việt Nam chọn mua nhiều nhất trong 8 năm liền

Trách nhiệm xã hội và đổi mới sáng tạo là những yếu tố đã giúp Vinamilk nhận được sự ủng hộ từ người tiêu dùng, góp phần đưa Vinamilk trở thành thương hiệu dẫn đầu Top 10 thương hiệu mạnh nhất của Việt Nam và thuộc Bảng xếp hạng 1000 thương hiệu hàng đầu châu Á. Mới đây, thương hiệu Vinamilk cũng đã được Forbes Việt Nam vinh danh trong bảng xếp hạng 50 thương hiệu dẫn đầu, với giá trị 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 liền (2012-2020) theo Worldpanel thuộc Kantar công bố.

Ông Phan Minh Tiên, Giám đốc Điều hành Marketing (Vinamilk) chia sẻ: “Với tầm nhìn trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu Việt Nam về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe, phục vụ cho cuộc sống và con người, Vinamilk luôn luôn nỗ lực để mang đến những giá trị tốt nhất cho người Việt Nam. Vinamilk luôn xác định sự phát triển của doanh nghiệp phải song hành cùng lợi ích mang đến cho xã hội, mà trong đó đặc biệt là trẻ em, thế hệ tương lai của đất nước.”



Thương hiệu của Vinamilk trên thị trường thế giới ngày càng được khẳng định.

Vinamilk là thương hiệu quốc gia, có lịch sử hơn 44 năm hình thành, phát triển và gắn bó với nhiều thế hệ người Việt Nam. Không chỉ là thương hiệu hàng đầu Việt Nam, vị thế thương hiệu của Vinamilk trên thị trường thế giới ngày càng được khẳng định. Bắt đầu xuất khẩu sản phẩm từ năm 1997, đến nay, Vinamilk đã có mặt tại 54 quốc gia và vùng lãnh thổ, mang thương hiệu sữa Việt đến gần hơn với người tiêu dùng thế giới.

PV