

Vinamilk - thương hiệu Việt và câu chuyện vươn tầm quốc tế

15:31 17/06/2026

Xuất phát từ những khởi đầu gian khó, rất nhiều các thương hiệu Việt đã vươn lên mạnh mẽ, không chỉ đáp ứng nhu cầu thị trường trong nước mà còn vươn tầm quốc tế, khẳng định bản lĩnh và khát vọng dân tộc trên thương trường toàn cầu.

Hành trình ấy không còn đơn thuần là câu chuyện kinh doanh, mà còn là minh chứng hùng hồn cho sức mạnh nội tại, sự sáng tạo không ngừng và khát vọng sánh vai với các cường quốc năm châu. Kết quả đã kiến tạo ra rất nhiều thương hiệu mang đậm dấu ấn Việt và những cú chuyển mình đầy tự hào của nền kinh tế.

Vinamilk - kí ức ngọt ngào trong tâm trí nhiều thế hệ

Thật thiếu sót nếu nhắc đến một thương hiệu mang dấu ấn Việt mà lại bỏ qua Vinamilk, cái tên đã trở thành một phần ký ức trong tâm trí nhiều thế hệ. Từ hộp sữa đặc Ông Thọ với hương vị ngọt ngào, đậm đà gắn bó từ những ngày đầu còn nhiều gian khó, gói sữa bột Dielac nâng niu bao giấc mơ trẻ thơ, đến những chai sữa tươi mát lành, Vinamilk đã âm thầm đồng hành cùng sự trưởng thành của biết bao người con đất Việt.



Vinamilk hiện nay sở hữu chuỗi hệ thống trang trại bò sữa quy mô lớn

Ra đời vào năm 1976 từ việc quốc hữu hóa ba nhà máy sữa tư nhân, thương hiệu khởi đầu với nhiều thách thức chồng chất, từ thiếu thốn nguyên liệu, công nghệ lạc hậu và niềm tin thấp vào hàng nội địa. Đến thời kỳ đổi mới, làn sóng sữa ngoại ồ ạt tràn vào, lần nữa đẩy Vinamilk vào cuộc cạnh tranh khốc liệt. Song, thay vì chùn bước, đội ngũ lãnh đạo đã tìm cách tăng năng lực sản xuất và phát triển nguồn nguyên liệu trong nước. Năm 1989, Vinamilk hợp tác với các kỹ sư và nhà khoa học Việt Nam để khôi phục nhà máy sữa bột Dielac, sản xuất những lô sữa bột trẻ em “made in Vietnam” đầu tiên. Từ đó, mở ra cánh cửa đưa sữa Việt vươn ra thế giới.



Vinamilk là doanh nghiệp có nhiều đóng góp trong việc đưa sản phẩm sữa Việt Nam vươn ra thế giới.

Qua nhiều thập kỷ phát triển, Vinamilk không ngừng đổi mới và đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng ngày càng cao của người tiêu dùng Việt qua các thế hệ. Từ những sản phẩm cơ bản như sữa đặc, sữa bột, sữa tươi, Vinamilk đã mở rộng sang các dòng sản phẩm cao cấp hơn như sữa chua, sữa hữu cơ, sữa hạt... đáp ứng xu hướng sống lành mạnh và nhu cầu dinh dưỡng đa dạng của mọi lứa tuổi theo dòng chảy thời đại.

Bên cạnh đó, Vinamilk còn thể hiện trách nhiệm xã hội sâu sắc thông qua Quỹ Sữa Vươn Cao Việt Nam, hơn hàng chục triệu ly sữa đã được trao tận tay cho hàng trăm ngàn trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, trẻ em vùng sâu vùng xa trên khắp 34 tỉnh thành. Tiên phong trong các hoạt động bảo vệ môi trường, Vinamilk là doanh nghiệp đầu tiên tại Việt Nam có cả nhà máy và trang trại đạt chứng nhận trung hòa carbon theo tiêu chuẩn PAS2060:2014.

Quyết tâm phát triển bền vững của đơn vị còn được thể hiện rõ nét qua sự kiện công bố chương trình hành động "Vinamilk Pathway to Dairy Net Zero 2050". Vinamilk đặt mục tiêu đạt trung hòa carbon (Net Zero) vào năm 2050, hưởng ứng cam kết mà Chính phủ Việt Nam đã đưa ra tại hội nghị thượng đỉnh về biến đổi khí hậu của Liên Hiệp Quốc năm 2021 (COP26). Các trang trại bò sữa hữu cơ và dây chuyền sản xuất tiết kiệm năng lượng không chỉ góp phần bảo vệ hành tinh xanh mà còn truyền cảm hứng về một lối sống xanh, bền vững cho cộng đồng.

Bà Mai Kiều Liên – CEO thương hiệu chia sẻ: “Chúng tôi nhận thức rõ ràng thách thức về biến đổi khí hậu và sự cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên đang đe dọa tương lai của chúng ta. Vì vậy, chúng tôi đã đặt ra mục tiêu và hành động cụ thể để giảm thiểu tác động của hoạt động chuỗi giá trị lên môi trường và xã hội. Chúng tôi nhận thức rằng, hành trình phát triển bền vững là một quá trình liên tục và đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng. Chỉ khi chung tay, chúng ta mới có thể tạo ra một tương lai bền vững cho chính chúng ta và cho thế hệ mai sau”.

Trải qua 50 năm không ngừng mở rộng ra thị trường quốc tế, đến nay, Vinamilk đã hiện diện tại 65 quốc gia và vùng lãnh thổ, từ những thị trường khắt khe như Mỹ, Nhật Bản đến khu vực Trung Đông đầy tiềm năng. Không chỉ giữ vững thương hiệu quốc gia nhiều năm liền, Vinamilk còn thiết lập được vị thế đáng tự hào trên bản đồ ngành sữa thế giới. Theo tổ chức Brand Finance, Vinamilk hiện là đại diện duy nhất của Đông Nam Á thường xuyên góp mặt trong các bảng xếp hạng toàn cầu và đứng ở vị trí thứ 6 trong top các thương hiệu sữa giá trị nhất thế giới và có giá trị thương hiệu đạt 3 tỷ USD. Những con số này là minh

chứng cho chất lượng cũng như uy tín của sữa Việt trên bản đồ thế giới



Vinamilk phát triển bền vững cùng với trách nhiệm xã hội sâu sắc. Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam đã đồng hành cùng hơn nửa triệu em nhỏ trên mọi miền đất nước trong gần 20 năm qua

Vào năm 2023 đánh dấu một bước chuyển mình mạnh mẽ của Vinamilk với việc đổi mới và tái định vị thương hiệu. Chia sẻ về sự thay đổi này, ông Lê Hoàng Minh, Giám đốc Điều hành Sản xuất, nhấn mạnh rằng, Vinamilk không chỉ làm mới về hình ảnh mà còn đang thực hiện những đổi mới sâu rộng trên nhiều khía cạnh, từ chuyển đổi số đến chuyển đổi xanh. Mục tiêu cao cả mà Vinamilk hướng đến không chỉ là sự phát triển của riêng thương hiệu mà còn góp phần xây dựng hình ảnh một Việt Nam năng động, sáng tạo và chất lượng trong mắt bạn bè quốc tế.

Nhìn lại hành trình đầy gian nan đã đi qua nhưng đổi lại rất nhiều “quả ngọt” của Vinamilk càng cho thấy việc khẳng định sức mạnh nội tại, định vị thương hiệu là hướng đi hoàn toàn đúng đắn, Vinamilk đã chứng minh bản lĩnh của doanh nghiệp Việt, biến khát vọng mang sản phẩm “made in Vietnam” vươn xa trở thành hiện thực đầy tự hào. Hiện nay với bối cảnh hội nhập sâu rộng và biến động toàn cầu ngày càng khó lường, thương hiệu càng không chỉ là dấu hiệu nhận diện sản phẩm mà còn là “tấm hộ chiếu” của năng lực cạnh tranh dài hạn để tiến xa ra thị trường thế giới.

Lê Hằng