



Tp. Hồ Chí Minh, ngày 29/10/2021

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

V/v: KẾT QUẢ KINH DOANH QUÝ 3 VÀ LŨY KẾ 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

DOANH THU QUÝ 3/2021 LẦN ĐẦU VƯỢT 16 NGHÌN TỶ NHỜ THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA TRỞ LẠI MẠCH TĂNG TRƯỞNG VÀ CÁC CHI NHÁNH NƯỚC NGOÀI TĂNG TRƯỞNG HAI CHỮ SỐ

Công ty Cổ Phần Sữa Việt Nam (“Vinamilk”, “Công ty”) công bố báo cáo tài chính Q3/2021 với tổng doanh thu hợp nhất đạt 16.208 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 2.961 tỷ đồng. Lũy kế 9 tháng đầu năm, tổng doanh thu và lợi nhuận sau thuế hợp nhất hoàn thành lần lượt 73% và 75% kế hoạch năm.

Xem Báo cáo tài chính đầy đủ <https://www.vinamilk.com.vn/vi/quan-he-co-dong/bao-cao-tai-chinh>

Tóm tắt kết quả kinh doanh hợp nhất Q3/2021 và 9T/2021

(tỷ đồng)	Q3/2021	Q3/2020	9T2021	9T2020
Tổng doanh thu	16.208	15.577	45.178	45.293
Doanh thu thuần	16.194	15.563	45.100	45.211
<i>Trong nước</i>	<i>13.752</i>	<i>13.264</i>	<i>38.182</i>	<i>38.720</i>
<i>Nước ngoài</i>	<i>2.442</i>	<i>2.299</i>	<i>6.918</i>	<i>6.491</i>
Lợi nhuận gộp	6.944	7.267	19.553	21.010
<i>Trong nước</i>	<i>5.907</i>	<i>6.147</i>	<i>16.507</i>	<i>17.945</i>
<i>Nước ngoài</i>	<i>1.037</i>	<i>1.120</i>	<i>3.046</i>	<i>3.065</i>
Chi phí BH&QLDN	3.702	3.743	10.230	10.894
Lãi/ (lỗ) khác không bao gồm lãi vay và khấu hao	909	843	2.564	2.512
EBITDA	4.150	4.367	11.886	12.628
Khấu hao	539	551	1.587	1.663
Lãi vay	24	38	65	118
Lợi nhuận sau thuế	2.961	3.138	8.420	9.000
EPS (VNĐ)	1.262	1.323	3.574	3.834

■ Phân tích doanh thu

Quý 3 năm 2021 (“Q3/2021”), doanh thu thuần hợp nhất của Vinamilk lần đầu tiên vượt mức 16 nghìn tỷ đồng trong một quý, cụ thể đạt 16.194 tỷ đồng, tăng 4,1% so với cùng kỳ 2020 và tiếp tục xu hướng tăng trưởng từ Q2.

Thị trường nội địa ghi nhận doanh thu thuần đạt 13.752 tỷ đồng, tăng 3,7% so với cùng kỳ 2020, đánh dấu sự quay lại đà tăng trưởng, trong đó:

- Doanh thu nội địa Công ty mẹ đạt 12.440 tỷ đồng, tăng 4,5% so với cùng kỳ 2020, trong đó kênh hiện đại và cửa hàng Giác Mơ Sữa Việt (GMSV) ghi nhận mức tăng trưởng cao

hai chữ số để bù đắp cho kênh truyền thống bị ảnh hưởng do tình hình giãn cách kéo dài và các qui định chống dịch nghiêm ngặt từ chính phủ khi dịch Covid-19 bùng phát.

- Nhu cầu sử dụng các sản phẩm dinh dưỡng tốt cho sức khỏe bao gồm sản phẩm sữa tăng cao trong đại dịch là động lực chính giúp gia tăng doanh số kênh hiện đại và cửa hàng GMSV. Với uy tín thương hiệu, danh mục sản phẩm đa dạng và hệ thống phân phối rộng khắp trên cả nước, sản phẩm của Vinamilk đã được nhiều người tiêu dùng lựa chọn. Theo đó thị phần trung bình của Công ty trong 9 tháng 2021 đã tăng thêm gần 1% so với thời điểm đầu năm.
- Việc sở hữu hệ thống trang trại và nhà máy trên cả nước đã cho phép Công ty linh động điều phối kế hoạch sản xuất, đảm bảo cung ứng hàng hóa đến tay người tiêu dùng toàn quốc ngay cả khi dịch bùng phát mạnh tại nhiều địa phương. Tuy việc vận chuyển hàng hóa liên tỉnh gặp các trở ngại do các quy định phòng chống dịch, nhưng Vinamilk vẫn duy trì được sự xuyên suốt của chuỗi cung ứng, đây là một trong những yếu tố giúp công ty đạt được các kết quả kinh doanh tích cực trong Q3.
- CTCP Giống Bò Sữa Mộc Châu (MCM) ghi nhận doanh thu thuần tăng 2,7% so với cùng kỳ năm trước lên mức cao nhất lịch sử 795 tỷ đồng, hoàn thành 85% kế hoạch năm và là kết quả khá tích cực trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến phức tạp trên cả nước. Trong năm nay, MCM đã tung và tái tung 04 sản phẩm bao gồm sữa chua uống, sản phẩm bổ sung sữa non và sữa tươi tiệt trùng hương dứa, đồng thời nghiên cứu thời điểm thuận lợi để tận dụng chéo năng lực sản xuất với VNM nhằm nhanh chóng mở rộng thị trường. Ngoài ra, dự án trang trại bò sữa kết hợp du lịch sinh thái tại Mộc Châu, Sơn La của MCM đã nhận quyết định chấp thuận chủ trương đầu tư và chấp thuận nhà đầu tư vào cuối tháng 9 năm 2021 và sẽ khởi công trong đầu năm 2022.

Mảng xuất khẩu Q3.2021 ghi nhận doanh thu thuần đạt 1.556 tỷ đồng, tương đương cùng kỳ năm trước. Bên cạnh thị trường Trung Đông tiếp tục đóng vai trò chủ chốt trong cơ cấu doanh thu xuất khẩu, Vinamilk vẫn tập trung đẩy mạnh các thị trường Châu Á và Châu Phi.

Đối với các chi nhánh nước ngoài, doanh thu thuần đạt 886 tỷ đồng, tăng mạnh 22,4% so với cùng kỳ năm trước. Mức tăng trưởng này được dẫn dắt bởi đà phục hồi của Driftwood với doanh thu Q3 tăng trưởng gần 30% khi các trường học tại Mỹ dần mở cửa trở lại. Doanh thu của Angkor Milk quay về mức tăng trưởng hai chữ số nhờ dịch bệnh tại Campuchia được kiểm soát tốt. Là nhà máy sữa lớn nhất tại Campuchia, Angkor Milk có lợi thế lớn trong việc cung ứng sản phẩm ngay cả khi quốc gia này phải đóng cửa biên giới do Covid-19.

Đối với hoạt động liên doanh, trong Q3 và đầu tháng 10/2021, liên doanh Vinamilk - Del Monte tại Philippines đã chính thức ra mắt và tung 04 dòng sản phẩm đầu tiên ra thị trường bao gồm sữa tươi Del Monte-Vinamilk, sữa dinh dưỡng IQ Smart™, sữa chua uống tiệt trùng YoGurt và trà sữa Tea Bliss. Liên doanh được đánh giá có nhiều tiềm năng tăng trưởng khi GDP của Philippines dự báo tăng 5,7%/năm trong giai đoạn 2020-2029 (World Bank), tác động tích cực tới nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm dinh dưỡng của người dân tại đây. Cụ thể, dự kiến liên doanh sẽ đạt doanh thu gần 9 triệu Đô la Mỹ trong năm đầu tiên và duy trì mức tăng trưởng kép 50%/năm trong các năm tiếp theo, hướng đến mục tiêu 10% thị phần tại thị trường sữa Philippines.

Dự kiến trong Q4/2021, Công ty Vibev, liên doanh giữa Vinamilk và Kido sẽ chính thức giới thiệu các sản phẩm đầu tiên ra thị trường.

Lũy kế 9 tháng đầu năm 2021 (“9T/2021”), tổng doanh thu hợp nhất đạt 45.178 tỷ đồng, hoàn thành 73% kế hoạch năm. Doanh thu thuần hợp nhất đạt 45.100 tỷ đồng, trong đó, doanh thu thuần nội địa đạt 38.182 tỷ đồng, doanh thu thuần xuất khẩu đạt 4.328 tỷ đồng và doanh thu thuần từ các chi nhánh nước ngoài đạt 2.591 tỷ đồng.

■ **Phân tích biên lợi nhuận và cơ cấu chi phí**

Biên lợi nhuận gộp (“LNG”) hợp nhất Q3/2021 đạt 42,9%, giảm nhẹ so với 6T/2021 và giảm 381 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước. Nguyên nhân chính là chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng do gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu và các chính sách thuế chống bán phá giá đối với một số nguyên liệu nhập khẩu. Hiện công ty đã chốt giá mua một số nguyên liệu chính đến hết năm 2021 và tiếp tục theo dõi chặt chẽ diễn biến giá nguyên liệu nhằm có kế hoạch thu mua phù hợp cho năm sau. Ngoài ra, việc thực hiện “3 tại chỗ” để duy trì hoạt động tại các nhà máy, trang trại và các biện pháp phòng chống dịch đã làm tăng chi phí sản xuất trong Q3. Tuy nhiên với việc nới lỏng các quy định phòng chống dịch từ đầu Q4 thì dự kiến, các chi phí này sẽ không còn phát sinh trong các quý tiếp theo. Về phía MCM, biên LNG tăng nhẹ so với 6T/2021 lên mức 30,4%.

Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp (BH & QLDN) hợp nhất Q3/2021 là 3.702 tỷ đồng, tương đương 22,9% doanh thu thuần (Q3/2020: 24,1%). Tỷ lệ này giảm xuống so với cùng kỳ năm trước là phù hợp với điều kiện thị trường và Công ty vẫn đạt được mục tiêu tăng trưởng doanh thu và mở rộng thị phần. So với 6T/2021, tỷ lệ chi phí BH & QLDN trên doanh thu thuần tăng nhẹ để hỗ trợ bán hàng.

Lợi nhuận sau thuế (“LNST”) hợp nhất Q3/2021 đạt 2.961 tỷ đồng, tăng 3,4% so với Q2/2021 nhờ doanh thu cải thiện. Biên LNST hợp nhất duy trì ngang Q2 ở mức 18,3%. Đối với MCM, LNST Q3 đạt hơn 95 tỷ đồng, tăng 9,2% so với Q2 nhờ chi phí bán hàng được tối ưu hóa.

Lũy kế 9T/2021, biên LNG hợp nhất của Vinamilk đạt 43,4%, giảm 312 điểm cơ bản so với cùng kỳ 2020. LNST hợp nhất đạt 8.420 tỷ đồng và hoàn thành 75% kế hoạch năm, tương đương EPS đạt 3.574 đồng. Thuế suất TNDN hiệu lực trong giai đoạn này là 17,7%, tăng 70 điểm cơ bản so với cùng kỳ 2020. Theo đó, biên LNST đạt 18,7%, giảm 124 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước. Đối với MCM, LNST đạt 231 tỷ đồng, tăng trưởng 10,8% so với cùng kỳ 2020 và hoàn thành 73% kế hoạch năm, tương đương EPS đạt 2.175 VNĐ. Biên LNST của MCM đạt 10,5%, tăng 74 điểm cơ bản so với cùng kỳ 2020.

Số dư tiền thuần tại thời điểm 30/9/2021 là 12.686 tỷ đồng, chiếm 24% tổng tài sản. Tổng mức đầu tư vốn trong 9 tháng đầu năm đạt hơn 1 nghìn tỷ đồng. Tính toàn tập đoàn, Vinamilk hiện đang quản lý và vận hành hệ thống 17 nhà máy trong và ngoài nước, bên cạnh đó là 15 trang trại bò sữa, quy mô đàn bò khai thác sữa đạt gần 160.000 con.

■ **Các thông tin nổi bật khác trong Q3/2021**

Theo Brand Finance, Vinamilk là đại diện Đông Nam Á duy nhất trong “Top 10 thương hiệu sữa giá trị nhất toàn cầu” năm 2021 với giá trị thương hiệu đạt gần 2,4 tỷ USD, tăng 12% so với năm 2020. Ngoài ra, Vinamilk cũng là 1 trong 3 “Thương hiệu tiềm năng nhất của ngành sữa thế giới” với vị trí thứ 2.

Trong ngành thực phẩm, Vinamilk lọt vào bảng xếp hạng “Top 5 thương hiệu thực phẩm mạnh nhất toàn cầu” và Top 30 của “100 thương hiệu thực phẩm giá trị nhất toàn cầu” với vị trí thứ 27, tăng mạnh 9 bậc so với năm 2020.

Tháng 8/2021, nhân dịp kỷ niệm 45 năm thành lập, Vinamilk thực hiện chương trình “San sẻ gánh lo mùa dịch” nhằm trợ giá bằng sản phẩm với ngân sách 170 tỷ đồng, hỗ trợ người tiêu dùng trong thời điểm khó khăn chung vì dịch bệnh. Ngoài ra, công ty cũng trao tặng hàng trăm ngàn sản phẩm cho người dân, tiếp sức tuyến đầu xuyên suốt giai đoạn chống dịch cao điểm vào Q3.2021.

Chiến dịch cộng đồng “Bạn khỏe mạnh, Việt Nam khỏe mạnh” do Vinamilk triển khai trong Q3 đã khép lại với việc trao tặng 10 tỷ đồng tiền mặt và 1 triệu ly sữa cho Bộ Lao động, thương binh & xã hội để hỗ trợ và chăm sóc cho các trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt, bị tác động bởi dịch Covid-19. Đây là chiến dịch cộng đồng nổi bật nhất mạng xã hội trong T9/2021 và đạt các kết quả ấn tượng: tiếp cận gần 23 triệu người dùng mạng xã hội, ghi nhận được gần 9 triệu lượt tương tác và đặc biệt, đã thu hút gần 170.000 lượt tham gia của cộng đồng mạng.

--

VỀ VINAMILK

Vinamilk là công ty dinh dưỡng hàng đầu tại Việt Nam và hiện nằm trong nhóm 50 Công ty sữa lớn nhất thế giới. Với sứ mệnh trở thành thương hiệu quốc tế trong lĩnh vực thực phẩm và là biểu tượng niềm tin cho người tiêu dùng Việt về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe, chúng tôi cam kết mang đến cho cộng đồng các sản phẩm chất lượng cao cấp bằng chính sự trân trọng, tình yêu và trách nhiệm cao của mình với cuộc sống con người và xã hội.

Truy cập website để biết thêm về chúng tôi <https://www.vinamilk.com.vn/>

LIÊN HỆ:

Dành cho cổ đông, chuyên viên phân tích:

Đông Quang Trung

T: +84-28-54-155-555 (Ext. 108247)

E: dqtrung@vinamilk.com.vn

Dành cho báo chí, truyền thông:

Lê Thanh Lan Anh

T: +84-28-54-155-555 (Ext. 108219)

E: ltlanh@vinamilk.com.vn

Thông cáo báo chí này có những nhận định về tương lai trong các kỳ vọng, dự định hoặc chiến lược của Vinamilk có thể liên quan đến những rủi ro và sự không chắc chắn. Những nhận định tương lai này, bao gồm cả những kỳ vọng của Vinamilk, có chứa đựng những rủi ro, sự không chắc chắn, và những yếu tố vô định hoặc tiềm ẩn, nằm ngoài tầm kiểm soát của Vinamilk, có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoặc thành tích của Vinamilk có khác biệt rất lớn so với các nội dung được trình bày hoặc ngầm định trong các giả định tương lai. Người đọc không nên xem những nhận định tương lai này là dự đoán, sự kiện sẽ xảy ra hoặc lời hứa về hiệu quả trong tương lai.