



Tp. Hồ Chí Minh, ngày 29/7/2022

## BẢN TIN NHÀ ĐẦU TƯ

### CẬP NHẬT KẾT QUẢ KINH DOANH QUÝ 2 VÀ 6 THÁNG NĂM 2022

### BIÊN LỢI NHUẬN GỘP NỘI ĐỊA PHỤC HỒI LẦN ĐẦU TRONG 7 QUÝ GẦN NHẤT, DOANH THU CÁC CHI NHÁNH NƯỚC NGOÀI TĂNG TRƯỞNG 22%

*Kính gửi Quý Nhà đầu tư,*

Công ty Cổ Phần Sữa Việt Nam (“Vinamilk”, “Công ty”) công bố báo cáo tài chính Q2/2022 với tổng doanh thu hợp nhất đạt 14.959 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế đạt 2.102 tỷ đồng. Lũy kế 6 tháng, tổng doanh thu hợp nhất đạt 28.900 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế đạt 4.386 tỷ đồng, hoàn thành lần lượt 45,1% và 44,9% kế hoạch năm.

#### Tóm tắt kết quả kinh doanh hợp nhất Quý 2 và 6 Tháng 2022<sup>1</sup>

(tỷ đồng)	2Q2022	2Q2021	6T2022	6T2021
<b>Tổng doanh thu</b>	<b>14.959</b>	<b>15.729</b>	<b>28.900</b>	<b>28.970</b>
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>14.930</b>	<b>15.716</b>	<b>28.808</b>	<b>28.906</b>
<i>Trong nước</i>	<i>12.471</i>	<i>13.251</i>	<i>24.129</i>	<i>24.430</i>
<i>Nước ngoài</i>	<i>2.459</i>	<i>2.464</i>	<i>4.679</i>	<i>4.476</i>
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>6.077</b>	<b>6.854</b>	<b>11.701</b>	<b>12.609</b>
<i>Trong nước</i>	<i>5.201</i>	<i>5.743</i>	<i>9.980</i>	<i>10.601</i>
<i>Nước ngoài</i>	<i>875</i>	<i>1.112</i>	<i>1.722</i>	<i>2.009</i>
Chi phí BH&QLDN	3.693	3.575	6.698	6.528
Lãi/ (lỗ) khác không bao gồm khấu hao & lãi vay	278	159	505	467
<b>EBITDA</b>	<b>3.135</b>	<b>4.070</b>	<b>6.463</b>	<b>7.736</b>
Khấu hao	523	548	1.060	1.047
Lãi vay	37	28	63	41
<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	<b>2.102</b>	<b>2.862</b>	<b>4.386</b>	<b>5.459</b>
<b>EPS (VNĐ)</b>	<b>877</b>	<b>1.212</b>	<b>1.851</b>	<b>2.313</b>

#### Điểm nhấn Q2/2022:

- Lạm phát cao dẫn đến sức tiêu thụ hàng tiêu dùng nhanh tại Việt Nam giảm 2% trong 5 tháng đầu năm 2022. Theo đó, Vinamilk ghi nhận doanh thu thuần hợp nhất Q2/2022 đạt 14.930 tỷ đồng. Trong quý, Công ty giới thiệu 3 sản phẩm mới và tái tung, nâng cấp bao bì cho 5 sản phẩm khác.
- Biên lợi nhuận gộp hợp nhất tăng 20 điểm cơ bản so với quý trước, riêng nội địa tăng 70 điểm.
- CTCP Sữa Mộc Châu tiếp tục tăng trưởng doanh thu 6,2% và lợi nhuận sau thuế 2,7%.
- CTCP Vilico thông qua đầu tư 2.083 tỷ đồng cho giai đoạn 1 nhà máy sữa tại Hưng Yên và 1.522 tỷ đồng tăng vốn điều lệ cho Công ty TNHH Chăn nuôi Việt Nhật để phát triển dự án bò thịt tại Vĩnh Phúc.

<sup>1</sup> Xem Báo cáo tài chính đầy đủ tại <https://www.vinamilk.com.vn/vi/quan-he-co-dong/bao-cao-tai-chinh>

## I. Phân tích doanh thu

**Trong Q2/2022**, lạm phát đã tăng mạnh không chỉ ở Việt Nam mà còn ở nhiều nơi trên thế giới do các diễn biến địa chính trị phức tạp. Theo IMF và World Bank<sup>2</sup> trong báo cáo cuối tháng 4/2022, lạm phát tại các quốc gia đang phát triển có thể lên đến 8,7% trong năm 2022, mức nhanh nhất từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008, trước khi hạ nhiệt về mức 6,5% trong năm 2023. Lạm phát cao dẫn đến sức tiêu thụ giảm xuống đáng kể, và vì những lý do khách quan này, Vinamilk chưa thể duy trì được đà tăng trưởng khi **doanh thu thuần hợp nhất Q2/2022 đạt 14.930 tỷ đồng**, giảm 4,9% so với cùng kỳ 2021 tuy nhiên vẫn tăng 7,6% so với Q1/2022.

**Thị trường nội địa ghi nhận doanh thu thuần đạt 12.471 tỷ đồng**, tăng 7% so với Q1/2022 và giảm 5,9% so với cùng kỳ, trong đó:

- **Doanh thu nội địa Công ty Mẹ đạt 10.994 tỷ đồng**, tăng 7,4% so với Q1/2022 và giảm 7,2% so với cùng kỳ. Biến động này nằm trong dự tính của Công ty do hai nguyên nhân chính: **(1)** Giá trị tiêu thụ toàn ngành hàng tiêu dùng nhanh tại Việt Nam giảm 2% trong 5 tháng đầu năm 2022 (AC Nielsen) dưới áp lực lạm phát và **(2)** Cạnh tranh nhiều hơn khi có thêm các công ty mới gia nhập thị trường sữa vốn còn nhiều tiềm năng tăng trưởng. Dù vậy, hoạt động bán hàng trong nước vẫn có những điểm sáng như sau:
  - Kênh hiện đại tăng trưởng hơn 6% nhờ Vinamilk duy trì hợp tác chặt chẽ với các đối tác siêu thị, cửa hàng tiện lợi và do đó hưởng lợi khi các đối tác này gia tăng số lượng điểm bán. Bên cạnh đó, sự thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng từ kênh truyền thống sang hiện đại cũng là một nhân tố hỗ trợ cho sự phát triển của kênh này.
  - Hệ thống Giác Mơ Sữa Việt (GMSV) và kênh thương mại điện tử tăng trưởng hơn 25%. Trong Q2/2022, Vinamilk đã mở mới 37 cửa hàng GMSV và đưa tổng số cửa hàng lên 651. Công ty cũng đang triển khai dự án chuyển đổi số cho các kênh bán hàng trực tuyến nhằm hiểu rõ hơn nhu cầu của người tiêu dùng và qua đó có thể “may đo” các sản phẩm và dịch vụ phù hợp nhất. Trong tương lai, các cửa hàng vật lý và kênh trực tuyến sẽ được gắn kết sâu rộng hơn để mang đến trải nghiệm tiện lợi hơn cho khách hàng.
  - Kênh khách hàng đặc biệt nhắm đến các đối tượng là khách sạn, nhà hàng, trường học v.v. đã tăng trưởng trở lại sau thời gian dài bị ảnh hưởng do Covid.
  - Sữa tươi Vinamilk Green Farm, sản phẩm từ mô hình trang trại sinh thái được Vinamilk đẩy mạnh với nhiều hoạt động trong Q2/2022. Đây là dòng sản phẩm được Vinamilk đầu tư để nắm bắt xu hướng tiêu dùng sản phẩm “xanh, bền vững” được dự báo tăng trưởng tốt. Bên cạnh đó, để thu hút người tiêu dùng và thực thi chiến lược cấp hóa sản phẩm, trong Q2/2022 Vinamilk đã giới thiệu 3 sản phẩm mới gồm Sữa nước ADM ngũ cốc, Sữa công thức trẻ em Pedia Kenji, Sữa hạt Super Nut và tái tung, nâng cấp bao bì cho 5 sản phẩm khác. Như vậy trong 6 tháng đầu năm 2022, Vinamilk đã tung mới, tái tung và nâng cấp bao bì cho gần 15 sản phẩm thuộc nhiều ngành hàng khác nhau.
  - Tháng 6/2022, theo báo cáo Dấu chân thương hiệu do Kantar World Panel công bố, Vinamilk tiếp tục là thương hiệu sữa được chọn mua nhiều nhất tại cả thành thị và nông thôn năm thứ 11 liên tiếp.

<sup>2</sup> <https://blogs.imf.org/2022/04/27/inflation-to-be-elevated-for-longer-on-war-demand-job-markets/>

- CTCP Giồng Bò Sữa Mộc Châu (MCM) ghi nhận doanh thu thuần đạt 839 tỷ đồng, tăng 6,2% so với cùng kỳ. Trong Q2/2022, MCM đã cải tiến bao bì cho các sản phẩm Sữa chua nếp cẩm, Sữa chua trân châu đường đen và tái tung Sữa chua ăn nha đam.

**Thị trường Nước ngoài ghi nhận doanh thu thuần 2.459 tỷ đồng**, tăng 10,8% so với Q1/2022 và tương đương cùng kỳ 2021, trong đó:

- **Xuất khẩu trực tiếp** ghi nhận doanh thu thuần 1.415 tỷ đồng, tăng 24,2% so với Q1/2022 và giảm 11,9% so với cùng kỳ. Biến động này nằm trong kế hoạch của Công ty khi sức mua tại các thị trường xuất khẩu giảm trong ngắn hạn do lạm phát và giá cước vận chuyển vẫn neo ở mức cao.
- **Các chi nhánh nước ngoài** ghi nhận doanh thu thuần 1.045 tỷ đồng, tiếp tục tăng mạnh 21,7% so với cùng kỳ. Động lực tăng trưởng đến từ cả 2 công ty con tại nước ngoài, cụ thể Driftwood và Angkormilk đạt mức tăng trưởng lần lượt 40% và 20%. So với xuất khẩu trực tiếp, việc sở hữu cơ sở sản xuất địa phương tại các quốc gia này giúp Công ty hạn chế ảnh hưởng của chi phí vận chuyển tăng lên, và do đó giá thành sản phẩm đến tay người tiêu dùng cũng như sức mua ổn định hơn. Việc doanh thu các chi nhánh nước ngoài tăng trưởng bù đắp cho xuất khẩu và ngược lại cũng nằm trong chiến lược đa dạng hóa nguồn doanh thu quốc tế của Công ty.

**Lũy kế 6T/2022, tổng doanh thu đạt 28.900 tỷ đồng**, hoàn thành 45,1% kế hoạch năm và **doanh thu thuần đạt 28.808 tỷ đồng**. Trong đó, doanh thu thuần nội địa hợp nhất, xuất khẩu và các chi nhánh nước ngoài đạt lần lượt 24.129 tỷ đồng, 2.554 tỷ đồng và 2.126 tỷ đồng. Đối với MCM, doanh thu thuần đạt 1.514 tỷ đồng, hoàn thành 49,4% kế hoạch năm.

## **II. Phân tích biên lợi nhuận và cơ cấu chi phí**

**Trong Q2/2022, biên lợi nhuận gộp (“LNG”) hợp nhất đạt 40,7%**, dù mức này thấp hơn 291 điểm cơ bản (đcb) so với cùng kỳ do nền giá nguyên vật liệu vẫn cao hơn, nhưng đã bắt đầu hồi phục khi lần đầu tiên trong 7 quý gần nhất (tính từ Q4/2020) biên LNG kết thúc quý ở mức cao hơn so với quý trước đó. Cụ thể, biên LNG hợp nhất Q2/2022 cao hơn 20 đcb so với Q1/2022, trong đó tính riêng mảng nội địa thì biên LNG đã mở rộng 70 đcb nhờ: **(1)** Yếu tố mùa vụ khi tiêu thụ sữa trong quý hè cao hơn quý đầu năm, **(2)** Giá bán đã được điều chỉnh, **(3)** Biên LNG của dòng sản phẩm sữa tươi 100% cải thiện so với cùng kỳ, là thành quả của chiến lược đầu tư mạnh mẽ của Vinamilk cho hệ thống trang trại bò sữa.

Trong các quý tiếp theo, Công ty dự kiến biên LNG tiếp tục duy trì và cải thiện nhờ giá một số nguyên vật liệu chính đầu vào đã cho thấy dấu hiệu tạo đỉnh. Ví dụ, theo Rabobank<sup>3</sup>, tình trạng dư cung tại Trung Quốc – quốc gia nhập khẩu sữa lớn nhất – khi nguồn cung sữa nội địa tăng mạnh (+8% trong Q1/2022) đã khiến nhu cầu nhập khẩu sữa giảm và là lý do chính dẫn đến việc điều chỉnh của giá nguyên liệu sữa toàn cầu trong thời gian gần đây. Cũng theo Rabobank, xuất khẩu nguyên liệu sữa từ New Zealand sang Trung Quốc đã giảm 26% trong 5 tháng đầu năm 2022<sup>4</sup>. Theo đó, báo cáo “Chiến lược cổ phiếu Đông Nam Á” tháng 6/2022 của Bộ phận Nghiên cứu toàn cầu HSBC đã lựa chọn Vinamilk là 1 trong 5 cổ phiếu đáng quan tâm nhất khu vực Đông Nam Á dựa trên kỳ vọng Công ty sẽ hưởng lợi khi mặt bằng giá cả hàng hóa bước vào giai đoạn ổn định<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> <https://research.rabobank.com/far/en/sectors/dairy/dairy-quarterly-q2-2022.html>

<sup>4</sup> [https://research.rabobank.com/far/en/documents/257945\\_Rabobank\\_NZ-Agribusiness-Monthly\\_July2022.pdf](https://research.rabobank.com/far/en/documents/257945_Rabobank_NZ-Agribusiness-Monthly_July2022.pdf)

<sup>5</sup> <https://www.research.hsbc.com/R/20/mlBBwRcrk9kg>

**Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp hợp nhất Q2/2022** là 3.693 tỷ đồng, tương đương tỷ lệ 24,7% trên doanh thu thuần. Tỷ lệ này cao hơn 199 đcb so với cùng kỳ chủ yếu vì: **(1)** Chi phí vận chuyển tăng do giá nhiên liệu cao và **(2)** Chi phí khuyến dùng và hỗ trợ bán hàng tăng để hỗ trợ sức mua sau khi điều chỉnh giá bán. Còn lại, Công ty đã chủ động tiết giảm nhiều chi phí vận hành khác để cân đối ngân sách (xem thêm trong Thuyết minh Báo cáo tài chính).

**Doanh thu tài chính hợp nhất Q2/2022** đạt 342 tỷ đồng, tăng 16,8% so với cùng kỳ do số dư tiền gửi dồi dào hơn.

**Với những diễn biến trên, lợi nhuận sau thuế (“LSTT”) hợp nhất Q2/2022 đạt 2.102 tỷ đồng,** tương ứng EPS 877 đồng. Đối với MCM, LNST đạt 90 tỷ đồng, tăng 2,7% nhờ duy trì được tăng trưởng doanh thu. Biên LNST của MCM trong Q1/2022 đạt 10,7%, tương đương so với cùng kỳ.

**Lũy kế 6T/2022, LNST hợp nhất đạt 4.386 tỷ đồng,** tương đương EPS 1.851 đồng và hoàn thành 44,9% kế hoạch năm. Đối với MCM, LNST đạt 175 tỷ đồng, tương đương EPS 1.434 đồng và hoàn thành 55% kế hoạch năm.

### **III. Các thông tin nổi bật khác**

Tiến độ các dự án đầu tư trọng điểm:

- Vào tháng 6/2022, ĐHĐCĐ năm 2022 của CTCP Vilico đã thông qua: **(1)** Tổng vốn đầu tư giai đoạn 1 cho dự án nhà máy sữa Mỹ Hòa – Hưng Yên là 2.083 tỷ đồng, quy mô 200 triệu lít sữa/năm. Sau khi dự án hoàn thành, Vilico sẽ chuyển nhượng cho Vinamilk hoặc gia công các sản phẩm sữa cho Vinamilk; **(2)** Góp thêm 1.522 tỷ đồng tăng vốn điều lệ cho Công ty TNHH Chăn nuôi Việt Nhật (JVL, Vilico sở hữu 51%) để JVL tăng vốn từ 46 tỷ đồng lên 3.031 tỷ đồng. Số tiền này được dùng để phát triển dự án bò thịt bao gồm hệ thống trang trại quy mô 10.000 con và cơ sở chế biến thịt quy mô 30.000 con/năm tại Tam Đảo, Vĩnh Phúc. Việc xây dựng đã được lên kế hoạch và dự kiến hoàn thành vào cuối năm 2023. Đồng thời, JVL cũng đã hoàn thành phương án định vị sản phẩm, thiết kế sơ bộ bao bì và bán thử nghiệm sản phẩm từ cuối năm 2021 tại một số siêu thị, nhà hàng Nhật Bản.
- Vào tháng 7/2022, Vinamilk đã đón thành công 2.500 con bò sữa HF thuần chủng nhập khẩu trực tiếp từ Mỹ. Đàn bò sữa này sẽ được tăng cường cho hệ thống trang trại sinh thái Green Farm và tổ hợp trang trại Lao-Jagro của Vinamilk tại Lào. Đây cũng là đợt nhập bò đầu tiên trong năm 2022 của Vinamilk với 100% cá thể thuần chủng HF, đã được các chuyên gia di truyền chọn lọc kỹ càng qua lý lịch phả hệ 3 đời.
- Lũy kế 6T/2022, tổng vốn đầu tư xây dựng cơ bản hợp nhất đạt 637 tỷ đồng, tăng 53% so với cùng kỳ 2021.

Vinamilk là đại diện duy nhất của ngành sữa Việt Nam và Đông Nam Á tham luận tại Hội nghị sữa toàn cầu 2022 lần thứ 15 tổ chức tại Pháp. Bài tham luận về hệ thống trang trại Green Farm đã tạo ấn tượng tốt và thu hút sự quan tâm của truyền thông.

Vinamilk tiếp tục triển khai các hoạt động cộng đồng của mình như: Chương trình Quỹ sữa Vươn Cao Việt Nam năm thứ 15 với cam kết trao 1,9 triệu ly sữa cho 21.000 trẻ em tại 30 Tỉnh/Thành; khởi động hành trình chăm sóc sức khỏe và lan tỏa tinh thần “Sống khỏe, sống thanh xuân” đến người cao tuổi với chuỗi Ngày hội chăm sóc sức khỏe cho 10.000 người cao tuổi.

## **VỀ VINAMILK**

Vinamilk là công ty dinh dưỡng hàng đầu tại Việt Nam và hiện xếp thứ 36 trong danh sách các công ty sữa lớn nhất thế giới về quy mô doanh thu. 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:*

Đồng Quang Trung

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

E: [dqtrung@vinamilk.com.vn](mailto: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](mailto: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.*