

CỬA_TÂY

Vinamilk®

EST

1976

THUYẾT TRÌNH LỢI NHUẬN

Giai đoạn 12 tháng kết thúc ngày 31/12/2023 (“năm 2023”)

VINAMILK.
GREEN
FARM

SỮA TƯƠI
TIẾT TRUNG
chứa
TỔ YÊN

VINAMILK.
Susu
IQA

Love
zagurt

TWIN COWS
Premium Ice Cream

VINAMILK
probi

NHÔC
KEM

ペディア
PEDIA
KENJI

Ông Thọ

Vfresh

MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM

Một số báo cáo trong bài Thuyết trình có thể bao gồm “các nhận định trong tương lai”, bao gồm cả thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này chứa đựng các rủi ro đã biết và chưa biết, các yếu tố không chắc chắn và các yếu tố khác có thể khiến kết quả thực tế, hiệu suất hoặc thành tích của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (“VNM” hoặc “Công ty”), hoặc các kết quả ngành, có sự khác biệt trọng yếu so với bất kỳ kết quả, hiệu suất hoặc thành tích nào trong tương lai được thể hiện hoặc ngụ ý bởi các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng dựa trên nhiều giả định liên quan đến chiến lược kinh doanh hiện tại và tương lai của VNM và môi trường mà VNM sẽ hoạt động trong tương lai. Vì những báo cáo và thông tin tài chính này phản ánh quan điểm hiện tại của VNM về các sự kiện trong tương lai, những báo cáo và thông tin tài chính này có chứa đựng rủi ro, sự không chắc chắn và các giả định. Kết quả thực tế trong tương lai có thể khác biệt trọng yếu với các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này.

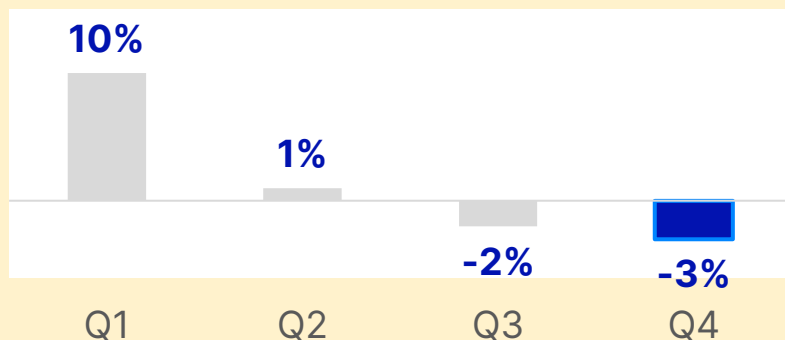
VNM từ chối mọi nghĩa vụ hoặc cam kết phát hành công khai bất kỳ cập nhật hoặc sửa đổi nào đối với bất kỳ tuyên bố hoặc thông tin tài chính dự phóng được đề cập trong bài Thuyết trình này để phản ánh bất kỳ thay đổi nào trong các kỳ vọng của VNM đến bất kỳ thay đổi nào trong các sự kiện, điều kiện hoặc hoàn cảnh mà các tuyên bố hoặc thông tin được dựa trên.

Bài Thuyết trình này bao gồm dữ liệu thị trường và ngành và dự báo thu được từ khảo sát nội bộ, báo cáo và các nghiên cứu phù hợp, cũng như nghiên cứu thị trường, thông tin có sẵn công khai và các ấn phẩm ngành. Các ấn phẩm ngành, khảo sát và dự báo nhìn chung nói rằng thông tin họ cung cấp được lấy từ các nguồn được cho là đáng tin cậy, nhưng không thể đảm bảo tính chính xác hoặc đầy đủ của thông tin được sử dụng. Mặc dù VNM đã thực hiện các bước hợp lý để đảm bảo rằng thông tin được trích xuất chính xác và trong bối cảnh phù hợp, nhưng VNM chưa xác minh độc lập bất kỳ dữ liệu nào từ các nguồn của bên thứ ba hoặc xác định các giả định kinh tế cơ bản liên quan.

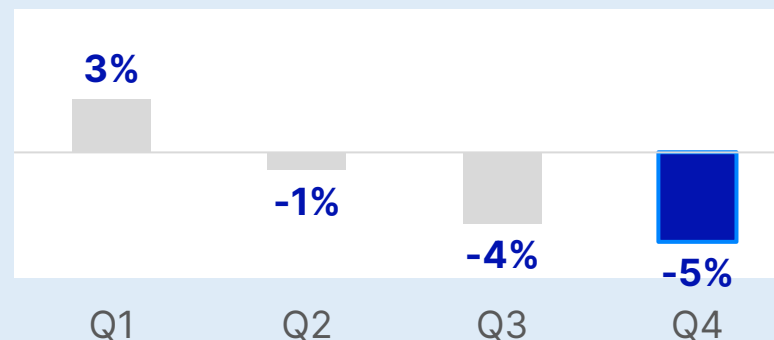
VĨ MÔ VÀ NGÀNH

Tình hình kinh tế vĩ mô phản ánh rõ rệt vào nhu cầu tiêu dùng trong năm 2023

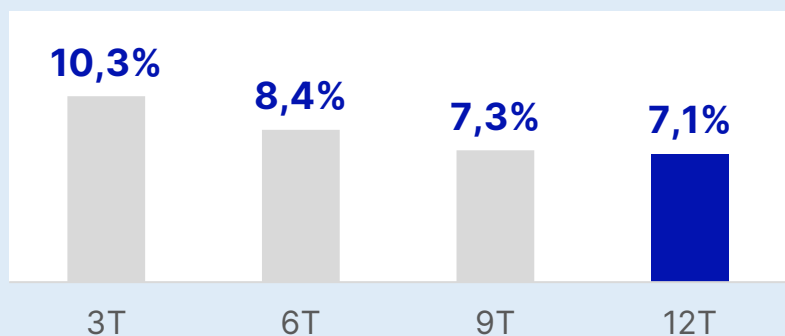
Ngành FMCG



Ngành Sữa



Tổng mức bán lẻ và dịch vụ (1)



Giá bột sữa gầy (\$/tấn)



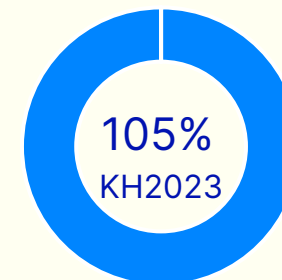
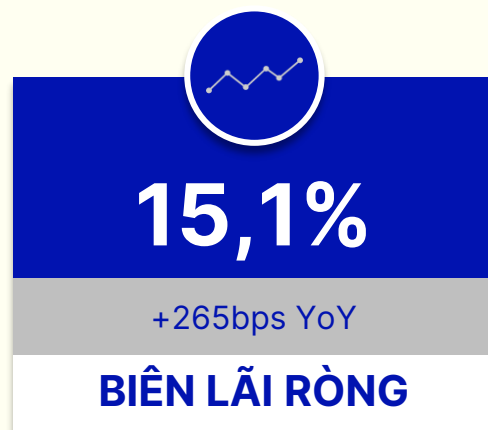
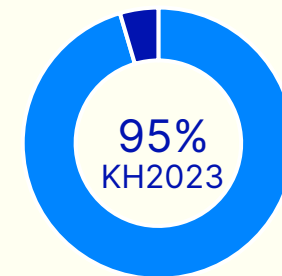
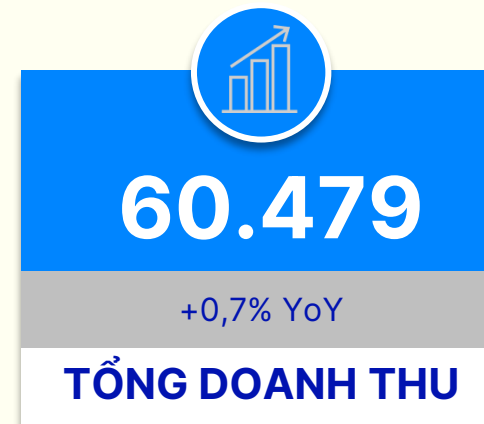
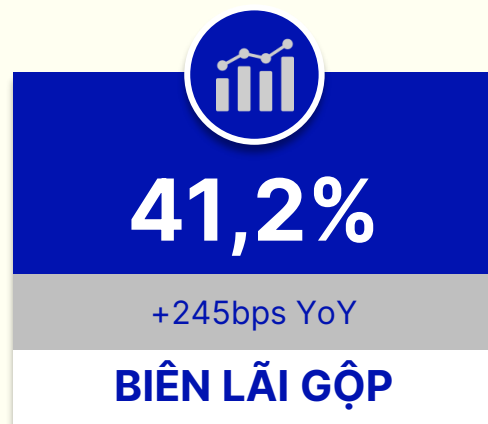
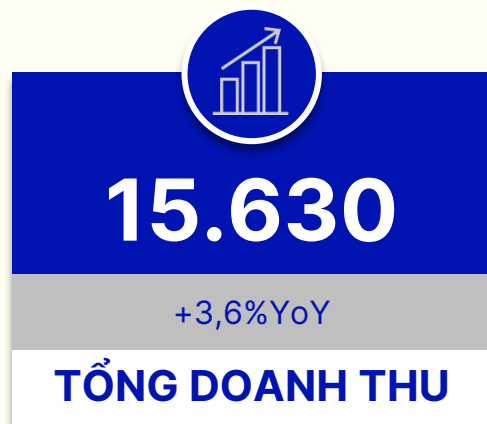
Điểm nhấn Q4/2023:

- **Ngành FMCG xu hướng giảm dần trong năm 2023**, diễn ra ở 5/8 nhóm ngành được theo dõi, trong đó có ngành sữa.
- **Kinh tế Việt Nam bị ảnh hưởng** bởi kinh tế thế giới dẫn đến tổng cầu suy giảm.
- **Thay đổi trong thói quen tiêu dùng:** (1) Ưu tiên sản phẩm hoặc kênh mua sắm có chương trình khuyến mãi hấp dẫn, (2) Sử dụng sản phẩm hay thế có mức giá phù hợp hơn, (3) Chọn bao bì có dung tích lớn để tiết kiệm.

TÓM TẮT KẾT QUẢ KINH DOANH

Kết quả hợp nhất – Q4/2023

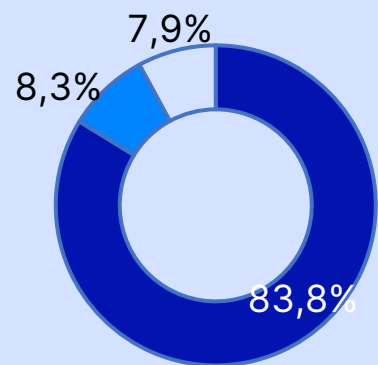
Năm 2023



PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH

Doanh thu thuần HN Q4/2023 đạt 15.619 tỷ đồng

4Q2022	15.069	
Nội địa		285
Xuất khẩu		210
CNNN		55
4Q2023	15.619	+3,7% YoY



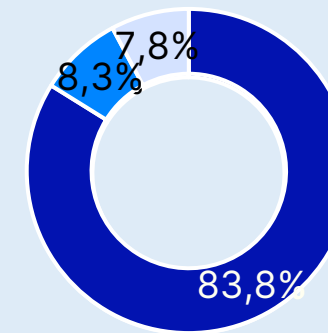
	4Q2023	4Q2022
Nội địa	83,8%	84,9%
Xuất khẩu	8,3%	7,2%
CNNN	7,9%	7,8%

Điểm nhấn:

- Doanh thu thuần hợp nhất Q4/2023 tăng trưởng 3,7% so với cùng kỳ.
- Doanh thu Nội địa và Các thị trường nước ngoài đạt lần lượt 13.085 tỷ đồng (+2,2%) và 2.534 tỷ đồng (+11,7%).
- Tính cả năm, doanh thu hợp nhất đạt 60.369 tỷ đồng, tăng gần 1% so với cùng kỳ và hoàn thành 95,4% kế hoạch cả năm.

2023

FY2022	59.956	
Nội địa		87
Xuất khẩu		210
CNNN		289
FY2023	60.369	+0,7% YoY

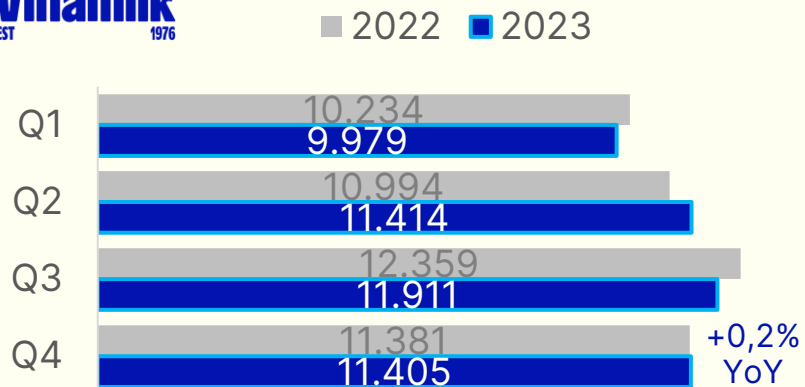


	2023	2022
Nội địa	83,8%	84,6%
Xuất khẩu	8,3%	8,1%
CNNN	7,8%	7,4%

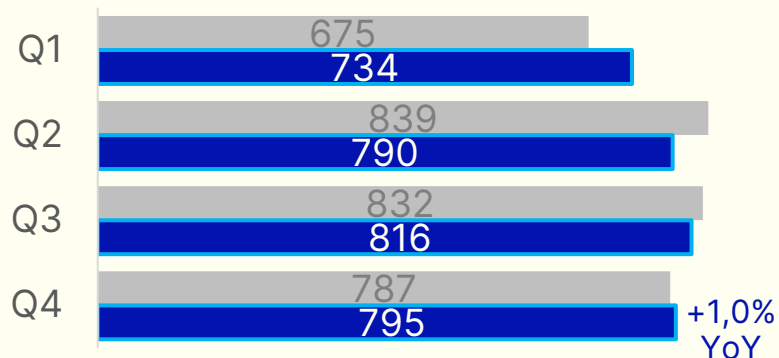
PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH

Thị trường nội địa: Doanh thu công ty Mẹ tăng 0,2% YoY trong Q4/2023 trong bối cảnh toàn ngành suy giảm nhờ kết quả tích cực của ngành hàng sữa đặc và sữa chua. Thị phần Q4 được duy trì ổn định so với Q3 ở tất cả các ngành hàng.

Vinamilk
EST 1976



MỘC CHÂU
MILK



Điểm nhấn Q4/2023:

- **Sản phẩm:** Vinamilk đã tung mới và tái tung 11 sản phẩm trong 2023, nổi bật như Sữa tươi 100%, Sữa dinh dưỡng, Sữa tươi GreenFarm bao bì mới. Qua đó, **triển khai hàng loạt chiến dịch marketing trong Q4** để lan tỏa hình ảnh trẻ trung, năng động của bộ nhận diện thương hiệu mới. **Doanh thu Green Farm** năm 2023 ghi nhận tăng trưởng gần 50% so với cùng kỳ.
- **Kênh phân phối:** Vinamilk đã ra mắt **thí điểm diện mạo mới** cho cửa hàng tại trụ sở chính, thay đổi tên gọi cửa hàng từ “Giấc Mơ Sữa Việt” thành “Vinamilk”. Đến cuối năm, kênh cửa hàng đạt mức tăng trưởng doanh thu 13% so với cùng kỳ. **Công ty liên tục mở rộng độ phủ trên các sàn thương mại điện tử**, doanh thu bán hàng trực tuyến năm 2023 tăng trưởng gấp đôi so với cùng kỳ.
- **MCM:** vẫn duy trì được tỷ lệ nhận biết (Top-of-Mind) so với cùng kỳ trong khi sức mua tại các tỉnh phía Bắc và Bắc Trung bộ đều đang gặp khó khăn.
- Vinamilk đang vận hành **653 cửa hàng** và MCM đang vận hành **69 cửa hàng**.

SẢN PHẨM TUNG MỜI/ TẢI TUNG TRONG 2023

Sản phẩm cải tiến hương vị/ dung tích, bao bì mới



Sản phẩm bao bì mới theo bộ nhận diện mới



Giai đoạn 12T kết thúc ngày 31/12/2023

RA MẮT CỬA HÀNG VINAMILK ĐIỆN MẠO MỜI

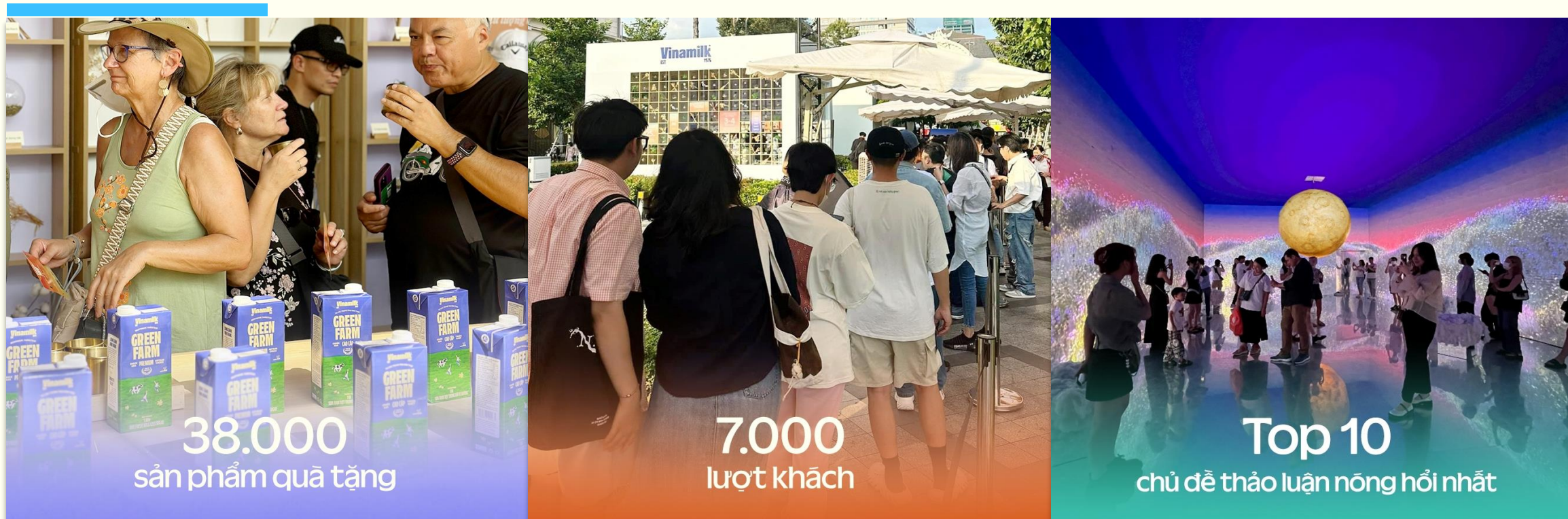


Triển lãm sữa tương tác đa giác quan đầu tiên tại Việt Nam



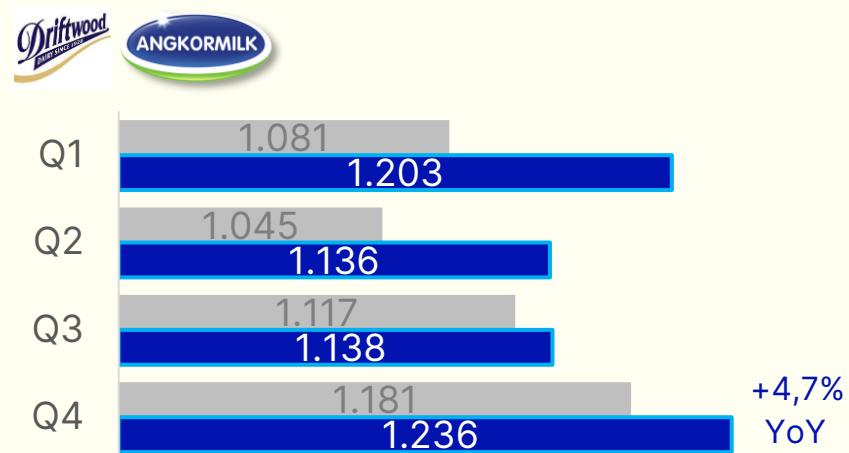
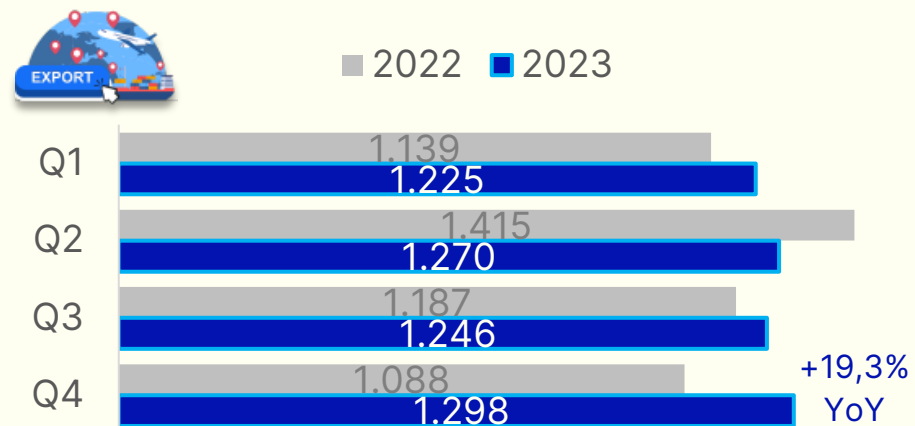
Giai đoạn 12T kết thúc ngày 31/12/2023

Triển lãm sữa tương tác đa giác quan đầu tiên tại Việt Nam



PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH

Thị trường nước ngoài: Xuất khẩu bứt phá mạnh mẽ, các chi nhánh nước ngoài duy trì tăng trưởng



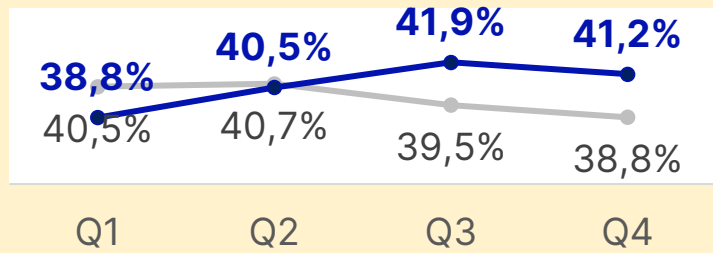
Điểm nhấn Q4/2023:

- **Doanh thu xuất khẩu** +19,3% YoY trên nền cơ sở thấp năm ngoái. Tính cả năm, doanh thu thuần xuất khẩu đạt 5.039 tỷ đồng, +4,4% YoY.
- **Doanh thu thuần các chi nhánh nước ngoài** +4,7% YoY so với mức nền cao của cùng kỳ. **Tính cả năm**, doanh thu thuần các chi nhánh đạt 4.713 tỷ đồng, +6,5% YoY, trong đó:
 - **Driftwood** duy trì doanh thu tăng trưởng nhẹ và lần đầu ghi nhận lợi nhuận trên 2 triệu USD nhờ đấu thầu sữa học đường thành công, tính toán giá thành hợp lý và nỗ lực tiết kiệm chi phí trong vận hành.
 - **AngkorMilk** ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận ấn tượng lần lượt là 6% và 27% YoY nhờ đẩy mạnh chương trình kích hoạt tại các trường học, chợ, siêu thị.

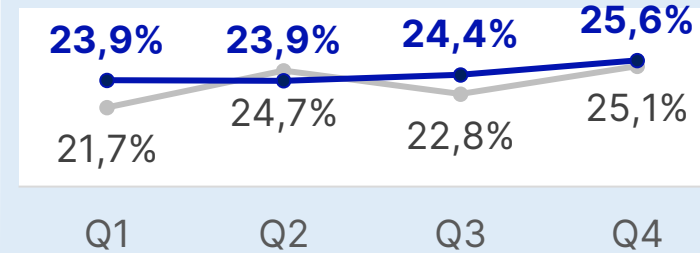
PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH

Biên lãi gộp Q4/2023 đạt 41,2% (+245 đcb), nhờ tăng trưởng doanh thu kết hợp với chi phí đầu vào thuận lợi.

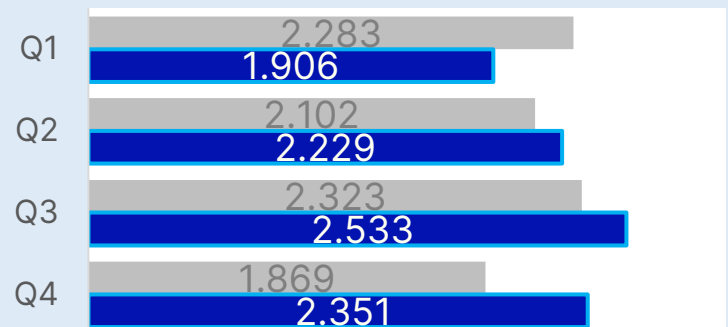
— 2022 — 2023



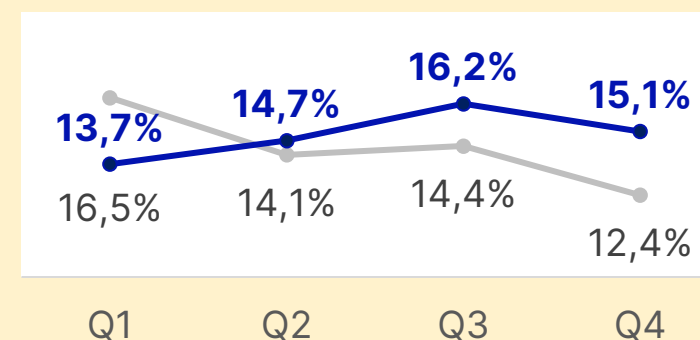
Biên lãi gộp trong Q4 thấp hơn Q3 chủ yếu do yếu tố mùa vụ.



Biên chi phí BH&QLDN +49đcb YoY và 120đcb QoQ, phản ánh các khoản đầu tư marketing, khuyến mãi dịp cuối năm.

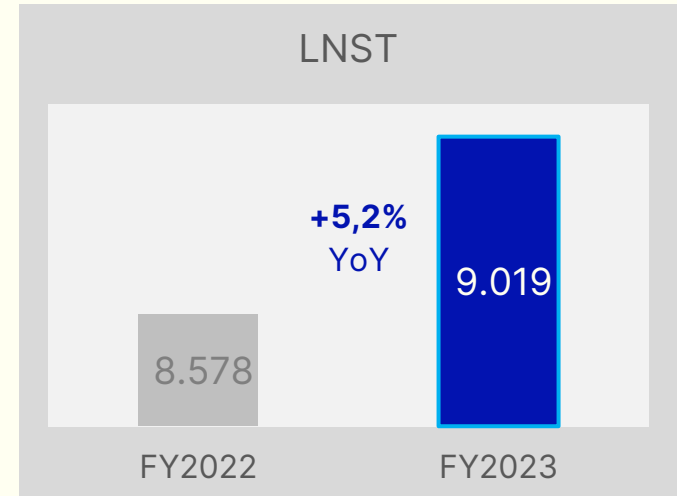
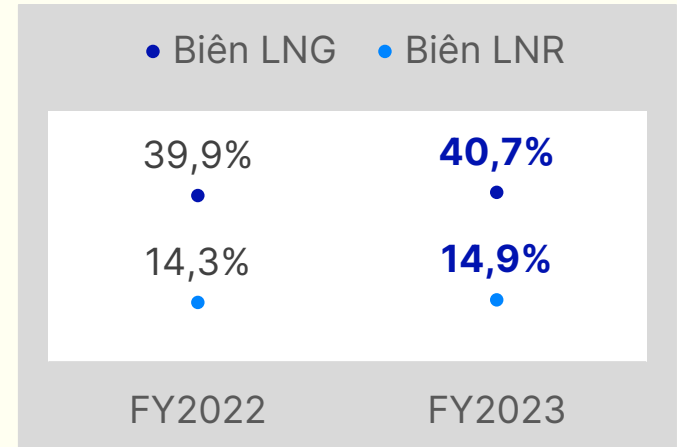


LNST tăng mạnh 25,8% YoY khi doanh thu dần phục hồi và chi phí biến động thuận lợi.



Biên LNST tăng 265 đcb YoY.

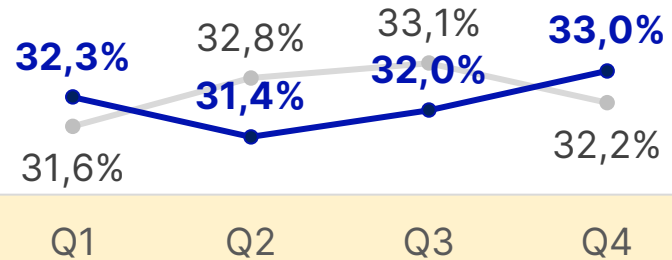
2023



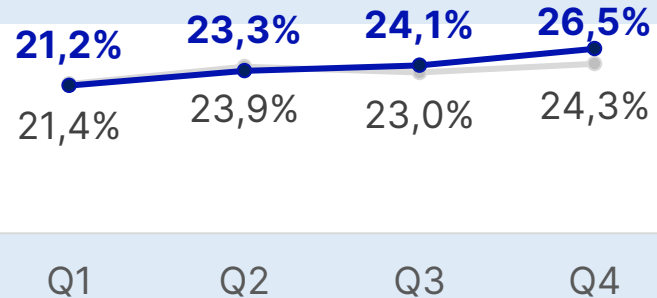
PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH

Sữa Mộc Châu (MCM)

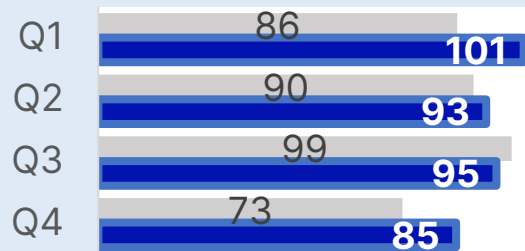
— 2022 — 2023



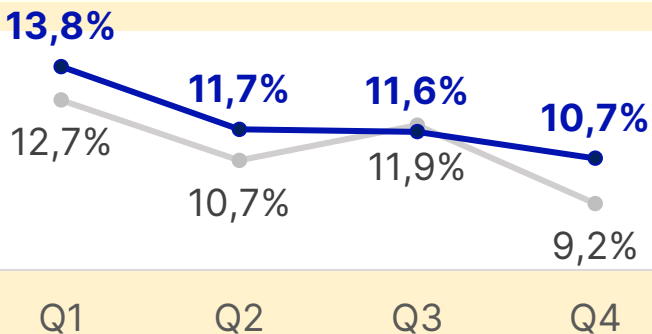
Biên LNG tăng 76 đcb YoY và tăng 94 đcb QoQ.



Biên chi phí BH&QLDN tăng 215 đcb YoY nhằm củng cố các kênh phân phối.

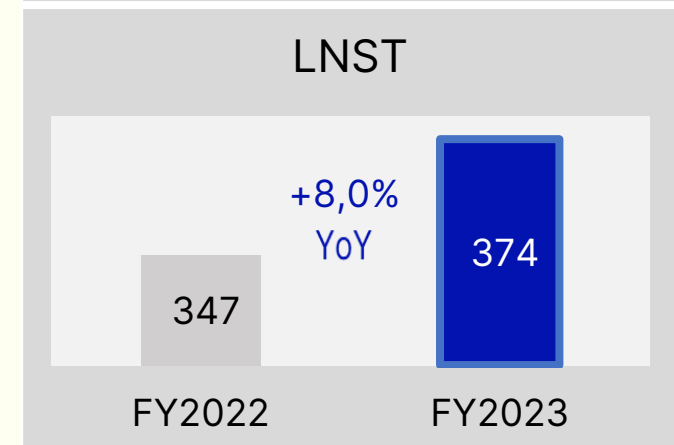
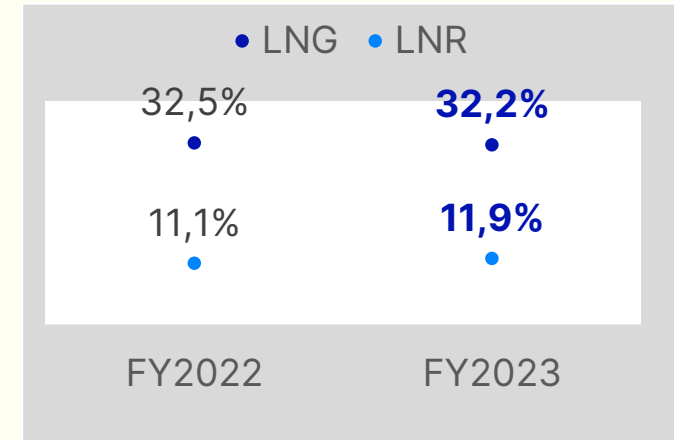


LNST tăng 17,6% YoY nhờ kiểm soát chi phí hiệu quả.



Biên LNST +152 đcb YoY nhưng -90 đcb QoQ.

2023



ĐIỂM NHẤN BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Tại thời điểm ngày 31/12/2023



52.673

TỔNG TÀI SẢN



17.648

TỔNG NỢ PHẢI TRẢ



35.026

TỔNG NGUỒN VỐN

Tiền và ĐTTC ngắn hạn	23.049
Tài sản ngắn hạn khác	12.887
Tài sản dài hạn	16.737

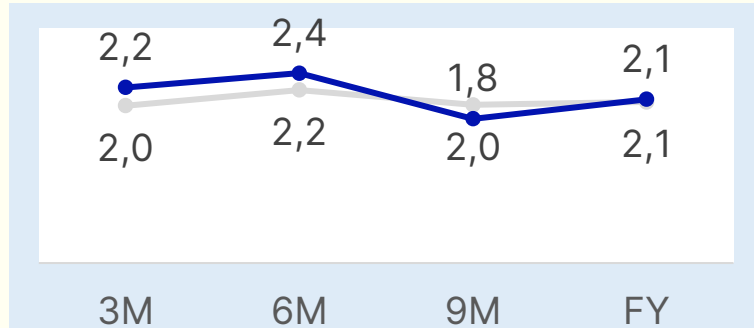
Nợ vay	8.456
Phải trả ngắn hạn khác	8.921
Phải trả hạn khác	270

Vốn góp và các quỹ	27.771
Lợi nhuận giữ lại	3.926
Lợi ích cổ đông thiểu số	3.329

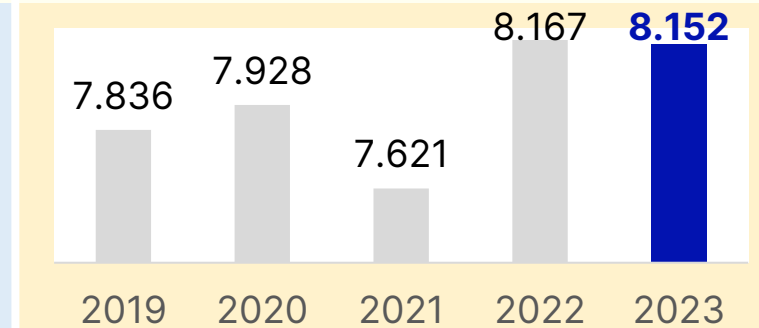
CƠ CẤU VỐN VÀ THANH KHOẢN

Tại thời điểm ngày 31/12/2023

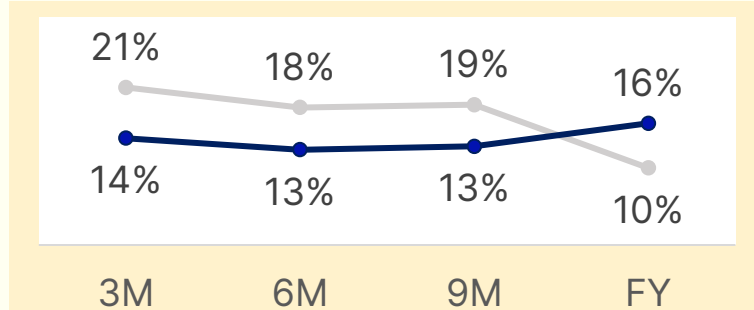
— 2022 — 2023



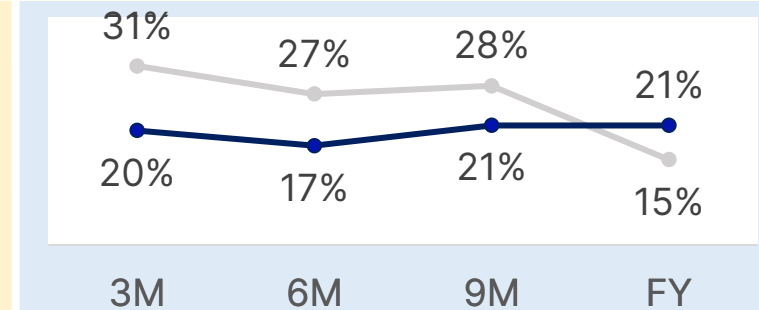
Chỉ số thanh toán hiện hành duy trì ở mức an toàn.



Cổ tức đã trả vẫn giữ ở mức cao.

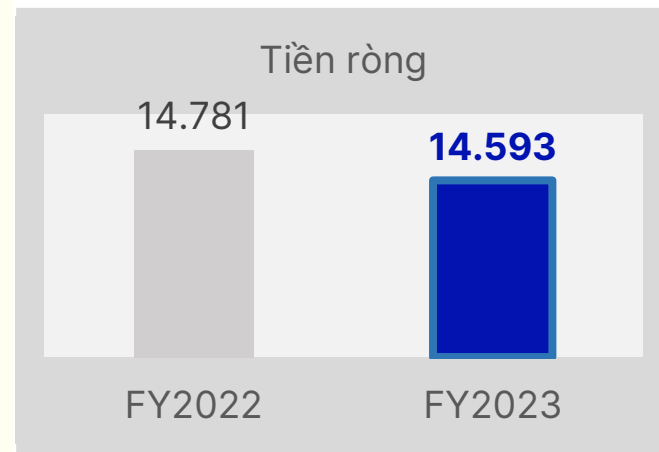


Tổng nợ trên tổng tài sản biến động phù hợp môi trường lãi suất.



Tổng nợ trên vốn chủ sở hữu được kiểm soát chặt chẽ.

• Dòng tiền HĐKD/ Lợi nhuận





HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP

Giai đoạn 12 tháng đến ngày 31/12/2023

02 nhãn hàng của Vinamilk được vinh danh tại giải thưởng Quảng Cáo Sáng Tạo Việt Nam 2023

- Sữa đặc Ông Thọ được vinh danh **“CHIẾN DỊCH MẠNG XÃ HỘI XUẤT SẮC NHẤT”** với chiến dịch “Bảo Tàng Tuổi Thơ” – nội dung làm sống lại ký ức tuổi thơ cùng chiến lược truyền thông hoài niệm nhưng phá cách.
- Quảng cáo Sữa 9 loại hạt Vinamilk Supernut truyền tải thông điệp sống tích cực “Không cần hoàn hảo, không ngừng hoàn thiện” đã dành được giải **“ĐẠI SỨ QUẢNG CÁO ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT”**

GIẢI THƯỞNG QUẢNG CÁO SÁNG TẠO VIỆT NAM 2023



Các chương trình DTC



- Vinamilk đã triển khai chương trình **Vòng Quay May Mắn** từ đầu năm 2023 nhằm nhận dạng rõ nét đối tượng khách hàng mục tiêu cũng như sở thích tiêu dùng, qua đó có những điều chỉnh phù hợp nhất về sản phẩm và dịch vụ.
 - Chương trình đã trao hơn **373 nghìn phần quà tặng tại 1.165 cửa hàng phủ khắp 63 tỉnh, thành phố.**
- Trong Q4, **Vinamilk Rewards** đã ra mắt nhằm hỗ trợ người tiêu dùng tích điểm khi mua sắm trực tiếp với Vinamilk và đổi điểm lấy các phần quà hấp dẫn.

TÓM TẮT KẾT QUẢ TÀI CHÍNH

	4Q2023	4Q2022	FY 2023	FY 2022
Tổng doanh thu	15.630	15.081	60.479	60.075
Doanh thu thuần	15.619	15.069	60.369	59.956
<i>Trong nước</i>	<i>13.085</i>	<i>12.800</i>	<i>50.617</i>	<i>50.704</i>
<i>Nước ngoài</i>	<i>2.534</i>	<i>2.268</i>	<i>9.751</i>	<i>9.252</i>
Lợi nhuận gộp	6.442	5.846	24.545	23.897
<i>Trong nước</i>	<i>5.455</i>	<i>5.027</i>	<i>20.894</i>	<i>20.556</i>
<i>Nước ngoài</i>	<i>986</i>	<i>819</i>	<i>3.651</i>	<i>3.342</i>
Chi phí BH&QLDN	3.998	3.784	14.774	14.144
Lãi/ (lỗ) khác không bao gồm khấu hao & lãi vay	1.022	805	3.606	3.004
EBITDA	3.466	2.867	13.377	12.757
Khấu hao	518	518	2.055	2.095
Lãi vay	96	53	354	166
Lợi nhuận sau thuế	2.351	1.869	9.019	8.578
Thu nhập mỗi cổ phần (VNĐ)	999	797	3.796	3.632



Liên hệ

<https://www.vinamilk.com.vn/>



Cố đông, CV phân tích

Đồng Quang Trung, Quan hệ NĐT
dqtrung@vinamilk.com.vn

Đôi tác truyền thông

Nguyễn Viên An, Truyền thông DN
nvan@vinamilk.com.vn