

BẢN TIN NHÀ ĐẦU TƯ

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 10 năm 2025

QUÝ 3/2025

DOANH THU Q3/2025 LẬP ĐỈNH MỚI, LỢI NHUẬN QUAY LẠI ĐƯỜNG ĐUA TĂNG TRƯỞNG

- Tổng doanh thu hợp nhất Q3/2025 tiến sát cột mốc 17 nghìn tỷ đồng và lập đỉnh mới**, cụ thể đạt 16.968 tỷ đồng, tăng 9,1% so với cùng kỳ (svck). Kết quả tích cực này giúp doanh thu lũy kế đạt 46.678 tỷ đồng, tăng 0,7% svck. ([xem thêm](#))
- Tăng trưởng doanh thu của cả hoạt động kinh doanh nội địa và quốc tế đều tăng tốc so với các quý trước.**
 - Kinh doanh nội địa:** Doanh thu thuần hợp nhất trong nước tăng 4,4% svck, đạt 13.494 tỷ đồng. Riêng Công ty mẹ ghi nhận 12.227 tỷ đồng, tăng 5,3% svck nhờ 1) Chuyển đổi số và đóng góp từ thương mại điện tử, 2) Tăng độ phủ của hàng Vinamilk, 3) Sản phẩm mới, 4) Hiệu quả từ các chiến dịch marketing. ([xem thêm](#))
 - Kinh doanh quốc tế:** Doanh thu thuần hợp nhất nước ngoài tăng mạnh 32,6% svck, đạt 3.459 tỷ đồng (loại trừ chênh lệch tỷ giá tăng 25,7% svck). Động lực tăng trưởng đến từ 1) Tăng trưởng mạnh mẽ tại các thị trường trọng điểm tại Châu Á và Châu Phi, 2) Khai thác thành công cơ hội tại Campuchia. ([xem thêm](#))
- Biên lợi nhuận gộp hợp nhất Q3/2025 tăng 60 điểm cơ bản (đcb) svck** nhờ quy mô doanh số cải thiện. Hiệu quả vận hành cải thiện rõ rệt khi doanh thu tăng trưởng gần 10% nhưng chi phí bán hàng chỉ tăng 7,1% svck. ([xem thêm](#))
- Lợi nhuận Q3/2025 quay lại đường đua tăng trưởng.** Lợi nhuận trước thuế (LNTT) và sau thuế (LNST) hợp nhất trong quý đạt lần lượt 3.126 tỷ đồng và 2.511 tỷ đồng, tăng 6,2% và 4,5% svck. Nếu chỉ tính hoạt động kinh doanh cốt lõi, LNTT hợp nhất Q3/2025 có thể đạt 3.320 tỷ đồng, tương ứng tăng 12,7% svck. ([xem thêm](#))

Thông điệp Tổng Giám đốc – Bà Mai Kiều Liên

“Mức doanh thu kỷ lục và lợi nhuận quay lại đường đua tăng trưởng trong Q3/2025 cho thấy Vinamilk đang đi đúng hướng trong hành trình tái định vị thương hiệu và chuyển đổi số. Sự cải thiện đến từ cả hoạt động kinh doanh trong nước và nước ngoài là nền tảng quan trọng để Công ty hướng đến hoàn thành cao nhất kế hoạch kinh doanh đã được ĐHĐCĐ phê duyệt.”

Dữ Liệu Tổng Quan

Mã chứng khoán (HOSE)	VNM
Ngành	Hàng tiêu dùng
Ngày niêm yết	19/01/2006
Giá CP tại 30/09/2025 (đồng)	57,3K
Khoảng giá 52 tuần (đồng)	64,2K-57,3K
Vốn hóa (tỷ đồng)	119,8K
Vốn hóa (tỷ USD, tỷ giá 26.400)	4,5
SLCP lưu hành (triệu CP)	2.090
SLCP trôi nổi (triệu CP, ước tính)	682
Tr. bình KL 30 ngày (triệu CP)	5,5
Tỷ suất cổ tức (%)	7,5
Tỷ lệ tiền ròng trên tổng tài sản (%)	32,4

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. Sứ mệnh của chúng tôi là trở thành thương hiệu quốc tế trong lĩnh vực thực phẩm và là biểu tượng niềm tin cho người tiêu dùng về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe. Truy cập website để biết thêm về chúng tôi <https://www.vinamilk.com.vn/>

Liên Hệ

Cố đồng & Chuyên viên phân tích
 Đồng Quang Trung, Quan hệ Nhà Đầu Tư
dqtrung@vinamilk.com.vn

Báo chí & Truyền thông
 Đỗ Thanh Tuấn, Truyền thông DN
dothanhtuan@vinamilk.com.vn

Chuyên viên Phân tích

Vinh Bui	vinh.bui@vietcap.com.vn
Nhan Tran	nhan.tran@maybank.com
Minh Dang	minhd1@ssi.com.vn
My Tran	my.th@hsc.com.vn
Mecrid Wang	mecrid.wang@bofa.com
Trang Nguyen	trang-za.nguyen@ubs.com
Selviana Aripin	selviana.aripin@hsbc.com.sg
Di Luu	di.luu@yuanta.com.vn
Hung Nguyen	hung.nb@vdsc.com.vn
Ly Nguyen	Ly.NguyenQuynh@mbs.com.vn
Hoa Duong	hoaduong@phs.vn

TRIỂN VỌNG KINH DOANH 2025

Công ty đặt kế hoạch năm 2025 với tổng doanh thu 64.505 tỷ đồng (+4,3% svck) và lợi nhuận sau thuế 9.680 tỷ đồng (+2,4% svck). Kết thúc 9 tháng 2025 (9T/2025), Công ty đã hoàn thành 72,4% kế hoạch doanh thu và 68% kế hoạch lợi nhuận.

CUỘC HỌP KẾT QUẢ KINH DOANH VỚI BAN ĐIỀU HÀNH

Vào 15:00 ngày 05/11/2025 (giờ Việt Nam), Công ty sẽ tổ chức cuộc họp để trao đổi về kết quả kinh doanh Q3/2025 với sự tham gia của đại diện Ban Điều hành, Ông Lê Thành Liêm – Giám đốc Điều hành Tài chính và Ông Nguyễn Quang Trí – Giám đốc Điều hành Marketing. Đăng ký tham gia tại [ĐÂY](#).

Các tài liệu liên quan đến cuộc họp gồm **Báo cáo tài chính** và **Thuyết trình Kết quả kinh doanh** đã được công bố trên trang Quan hệ Nhà đầu tư của Công ty tại [ĐÂY](#).

KẾT QUẢ KINH DOANH HỢP NHẤT

Doanh Thu Lập Đỉnh Mới

- **Tổng doanh thu hợp nhất Q3/2025 tiến sát cột mốc 17 nghìn tỷ đồng và lập đỉnh mới**, cụ thể đạt 16.968 tỷ đồng, tăng trưởng 9,1% svck. Kết quả này giúp tổng doanh thu hợp nhất lũy kế 9T/2025 đạt 46.678 tỷ đồng, tăng 0,7% svck.
- **Tăng trưởng doanh thu của cả kinh doanh nội địa và quốc tế đều tăng tốc trong Q3/2025 so với các quý trước.** Trong đó, doanh thu thuần hợp nhất trong nước tăng 4,4% svck, đạt 13.494 tỷ đồng, và doanh thu thuần hợp nhất nước ngoài tăng mạnh 32,6% svck, đạt 3.459 tỷ đồng.
- Lũy kế 9T/2025, doanh thu thuần hợp nhất trong nước đạt 37.118 tỷ đồng, thấp hơn svck chủ yếu do tác động của Q1. Tuy nhiên, quan trọng là mức giảm đã thu hẹp đáng kể nhờ kết quả tích cực trong Q2 và Q3. Trong khi đó, doanh thu thuần hợp nhất nước ngoài tăng tốc đáng kể trong 9T/2025, đạt 9.494 tỷ đồng, tăng 13,7% svck. Loại trừ chênh lệch tỷ giá, doanh thu thuần nước ngoài tăng 25,7% trong Q3 và 9,5% trong 9T/2025 svck.

Tăng Trưởng Lợi Nhuận Cốt Lõi Phản Ánh Cải Thiện Trong Kinh Doanh

- **Biên lợi nhuận gộp hợp nhất Q3/2025 tăng 60 điểm cơ bản** (đcb) svck lên 41,8% nhờ quy mô doanh số cải thiện. Lũy kế 9T/2025, biên lợi nhuận gộp hợp nhất đạt 41,4%, thấp hơn 50 đcb svck chủ yếu do tác động của Q1.
- **Hiệu quả vận hành cải thiện rõ rệt** là một điểm sáng khác trong bức tranh tài chính Q3/2025. Dù doanh thu hợp nhất tăng trưởng 9,1% svck, chi phí bán hàng chỉ tăng 7,1%. Nhờ vậy, tỷ lệ chi phí bán hàng và quản lý trên doanh thu thuần ghi nhận 23,8% trong Q3, thấp hơn lần lượt 120 đcb so với quý trước và 40 đcb svck. Lũy kế 9T/2025, tỷ lệ này ghi nhận 25,3%, cao hơn 90 đcb svck.
 - Công ty đã bắt đầu đón nhận thành quả từ các sáng kiến chuyển đổi số. Một ví dụ điển hình là ứng dụng trí tuệ nhân tạo để tự động hóa toàn bộ quy trình kiểm soát

hình ảnh giao hàng, xử lý hàng trăm nghìn hình ảnh mỗi ngày chỉ trong vài phút với độ chính xác cao. Sáng kiến này giúp Công ty loại bỏ việc kiểm tra hình ảnh thủ công và tiết kiệm 3 triệu đô la Mỹ chi phí vận hành mỗi năm, đồng thời đảm bảo hàng hóa được giao đầy đủ và nhanh chóng nhất đến khách hàng.

- **Lợi nhuận Q3/2025 quay lại đường đua tăng trưởng.** Cụ thể, lợi nhuận trước thuế (LNTT) và sau thuế (LNST) hợp nhất trong quý đạt lần lượt 3.126 tỷ đồng và 2.511 tỷ đồng, tăng 6,2% và 4,5% svck. Nếu chỉ tính hoạt động kinh doanh cốt lõi, lợi nhuận trước thuế Q3/2025 có thể đạt 3.320 tỷ đồng, tương ứng tăng 12,7% svck, và biên LNTT có thể đạt 19,6%, tăng 60 đcb svck, phản ánh thực chất hơn những cải thiện trong kinh doanh và vận hành.
- Lũy kế 9T/2025, LNTT và LNST hợp nhất đạt lần lượt 8.173 tỷ đồng và 6.586 tỷ đồng, thấp hơn svck do tác động từ Quý 1 và đang trên đà cải thiện, tương ứng thu nhập mỗi cổ phần (EPS) đạt 2.804 đồng.

Thanh Khoản và Sử Dụng Vốn

- Tại ngày 30/9/2025, tổng tài sản đạt 55.678 tỷ đồng, trong đó tiền và các đầu tư tài chính ngắn hạn tiền chiếm 47,2%, đảm bảo thanh khoản dồi dào.
- Giá trị các khoản đầu tư xây dựng TSCĐ đạt 578 tỷ đồng trong Q3/2025 (tăng 47,4% svck) và 1.416 tỷ đồng trong 9T/2025 (tăng 4,1% svck).

KẾT QUẢ KINH DOANH THEO BỘ PHẬN

THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC (đóng góp 79,6% doanh thu thuần hợp nhất Q3/2025)

(tỷ đồng)	Q3/2025	Q3/2024	9T/2025	9T/2024
Doanh thu thuần trong nước, trong đó:	13.494	12.928	37.118	37.957
- Công ty mẹ	12.227	11.606	33.332	33.636

Nối tiếp xu hướng phục hồi từ Q2, doanh thu thuần trong nước Công ty mẹ Q3/2025 ghi nhận tăng trưởng 5,3% svck, đạt 12.227 tỷ đồng nhờ vào bốn yếu tố sau:

1. **Chuyển đổi số & Đóng góp từ thương mại điện tử (TMĐT):** Một trong những thành quả từ chuyển đổi số là hệ thống điều phối đơn hàng tự động do Công ty tự phát triển và có tích hợp các đại lý bán hàng tích hợp sử dụng trí tuệ nhân tạo để gợi ý sản phẩm, qua đó gia tăng tỉ lệ chuyển đổi đơn hàng. Hệ thống cũng có khả năng mở rộng linh hoạt. Thực tế, tại một sự kiện mua sắm double day trên sàn TMĐT lớn nhất Việt Nam, hệ thống này đã giúp Công ty xử lý lượng đơn hàng tăng gấp 18 lần so với ngày thường một cách dễ dàng.
2. **Gia tăng độ phủ cho hệ thống cửa hàng Vinamilk:** Trong năm 2025, để giảm thiểu tác động từ các biến động vĩ mô trong ngành bán lẻ, Công ty đã cải tạo và mở mới hàng trăm cửa hàng để phục vụ trực tiếp người tiêu dùng. Chiến lược này đã gặt hái nhiều kết quả to lớn: 100% cửa hàng đồng bộ về nhận diện theo thương hiệu mới và doanh thu các cửa hàng Vinamilk và TMĐT đạt tăng trưởng cao 2 chữ số svck, tăng tốc so với 6 tháng đầu năm. Công ty sẽ tiếp tục mở rộng theo nhu cầu thị trường và liên tục rà soát hiệu quả hoạt động của các cửa hàng hiện hữu.

- 3. Sản phẩm mới & Mở rộng ngành hàng:** Trong Q3/2025, Công ty đã giới thiệu bao bì mới cho sữa bột người lớn, đánh dấu hoàn thành thay đổi nhận diện cho toàn bộ danh mục. Công ty cũng ra mắt các sản phẩm mới như sữa đậu nành mè đen, sữa yến mạch. Đáng chú ý, lần đầu tiên Công ty giới thiệu trà Kombucha thương hiệu HayDay. Điểm khác biệt của Kombucha HayDay là thời gian ủ men 6 tháng và là sản phẩm có ga so với các sản phẩm không có ga khác trên thị trường có thời gian ủ trung bình từ 21-30 ngày.
- 4. Hiệu quả từ các chiến dịch marketing:** Các nỗ lực marketing đã giúp Công ty lần đầu lọt vào Top 5% thương hiệu mạnh nhất toàn cầu với xếp hạng AAA+ (cao nhất) và Top 3 thương hiệu sữa toàn cầu theo Brand Strength Index do Brand Finance đánh giá. Các chiến dịch tiêu biểu bao gồm:
- **Sữa công thức trẻ em Optimum:** Chiến dịch “Nhà nào cũng có mẹ” đạt 10,8 triệu lượt tiếp cận với tỷ lệ nhấp chuột (click-through rate) cao gấp 2 lần mức trung bình. Lượt tìm kiếm “Optimum Gold” và “Optimum Colos” lần lượt tăng 128% và 6.400% svck.
 - **Chiến dịch Quốc khánh A80:** Ghi dấu độ phủ rộng rãi với 1 triệu sản phẩm Vinamilk được sử dụng, 500 nghìn lượt khách tham quan gian hàng Vinamilk và 5 triệu lượt tiếp cận trên mạng xã hội.
 - **Tung mới Kombucha:** Chiến dịch “Làm hộ HayDay” nhận được hiệu ứng lan toả trên các nền tảng dành cho Gen Z, đạt 5 triệu lượt tiếp cận và hơn 7,5 nghìn người đăng kí tham gia thử thách sáng tạo nội dung trên mạng xã hội.
 - **Tung mới Kem Gelato:** Sản phẩm này một bước đi thành công trong chiến lược cao cấp hóa khi tạo ra hiệu ứng lan truyền tự nhiên (organic) với hơn 10 triệu lượt xem từ các bài viết trải nghiệm do người dùng mạng xã hội tự tạo.

Với kết quả Q3/2025, doanh thu thuần trong nước lũy kế 9T/2025 của Công ty mẹ đã tăng lên gần ngang svck, đạt 33.332 tỷ đồng. Đối với Sữa Mộc Châu (HOSE: MCM), doanh thu thuần Q3/2025 và lũy kế 9T/2025 đạt lần lượt 716 tỷ đồng và 2.114 tỷ đồng, giảm nhẹ svck.

THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI (đóng góp 20,4% doanh thu thuần hợp nhất Q3/2025)

(tỷ đồng)	Q3/2025	Q3/2024	9T/2025	9T/2024
Doanh thu thuần nước ngoài, trong đó:	3.459	2.609	9.494	8.349
- Xuất khẩu	2.019	1.375	5.526	4.411
- Các chi nhánh nước ngoài	1.440	1.234	3.967	3.937

Kinh doanh quốc tế tiếp tục duy trì đóng góp trên 20% vào doanh thu hợp nhất trong Q3/2025, đạt 3.459 tỷ đồng, tăng 32.6% svck.

Doanh thu thuần xuất khẩu lần đầu vượt 2 nghìn tỷ đồng trong một quý, cụ thể đạt 2.019 tỷ đồng, tăng 46,9% svck nhờ các yếu tố sau:

- **Các thị trường trọng điểm tại Châu Á và Châu Phi tăng trưởng mạnh mẽ.** Thế mạnh của Công ty tại các thị trường này nằm ở danh mục sản phẩm đa dạng, chất lượng và chính sách bán hàng linh hoạt. Trong thời gian tới, bên cạnh tham gia các hội chợ quốc tế về thực phẩm, Công ty sẽ dành nguồn lực tổ chức các hội thảo chuyên đề về dinh dưỡng kết hợp tham quan cơ sở sản xuất với khách mời là chuyên gia y tế từ các thị trường xuất khẩu quan trọng để xây dựng uy tín dài hạn. Sáng kiến này được kỳ vọng

củng cố niềm tin với thương hiệu Vinamilk từ giới chuyên môn, qua đó tiếp cận người tiêu dùng một cách bền vững và hiệu quả.

- **Bộ Công thương đã phê duyệt Đề án đẩy mạnh phát triển thương mại biên giới, xuất khẩu sang Campuchia** trong tháng 7/2025 với mục tiêu nâng kim ngạch thương mại song phương từ 10,1 tỷ đô la Mỹ (2024) lên 20 tỷ đô la Mỹ vào năm 2030. Trong bối cảnh trên, Công ty đã tận dụng tốt cơ hội để cùng Angkor Milk khai thác hiệu quả thị trường gần 18 triệu dân này trong Quý 3 và sẽ tiếp tục phát triển trong thời gian tới theo định hướng của Chính phủ.

Các chi nhánh nước ngoài ghi nhận doanh thu thuần Q3/2025 đạt 1.440 tỷ đồng, tăng 16,6% svck. Kết quả này cải thiện rõ rệt so với 6 tháng đầu năm nhờ Angkor Milk tận dụng tốt cơ hội thị trường tại Campuchia trong khi Driftwood vẫn duy trì doanh thu ổn định svck.

Lũy kế 9T/2025, doanh thu thuần nước ngoài đạt 9.494 tỷ đồng, tăng 13,7% svck, trong đó xuất khẩu đạt 5.526 tỷ đồng, tăng 25,3% svck và các chi nhánh nước ngoài đạt 3.967 tỷ đồng, ngang mức svck.

SỰ KIỆN SẮP DIỄN RA

Ngày	Sự kiện
05/11/2025	Cuộc họp công bố KQKD Q3/2025

TÓM TẮT KẾT QUẢ TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

Tóm tắt Kết quả kinh doanh

(tỷ đồng)	Q3/2025	Q3/2024	9T/2025	9T/2024
Tổng doanh thu	16.968	15.549	46.678	46.339
Doanh thu thuần	16.953	15.537	46.612	46.306
Trong nước	13.494	12.928	37.118	37.957
Nước ngoài	3.459	2.609	9.494	8.349
Lợi nhuận gộp	7.087	6.401	19.319	19.380
Trong nước	5.662	5.299	15.284	15.804
Nước ngoài	1.426	1.102	4.035	3.576
Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp	4.040	3.758	11.814	11.280
Lợi nhuận trước thuế	3.126	2.942	8.173	8.956
Lợi nhuận sau thuế	2.511	2.403	6.586	7.306
Thu nhập mỗi cổ phiếu (đồng)	1.084	1.032	2.804	3.114

Tóm tắt Bảng cân đối kế toán

(tỷ đồng)	30/09/2025	30/09/2024
Tiền và các khoản tương đương tiền¹	26.288	28.599
Tổng tài sản	55.678	57.677
Nợ vay	8.273	8.449
Tiền và các khoản tương đương tiền trên tổng tài sản	47,2%	49,6%
Tỷ lệ nợ vay trên tổng tài sản	14,9%	14,6%

Các chỉ số lợi nhuận và thanh khoản

	12T gần nhất đến 30/09/2025	12T gần nhất đến 30/09/2024
ROE	23,9%	27,9%
ROA	15,4%	17,1%
ROIC	22,8%	27,1%
Số ngày hàng tồn kho²	61	59
Số ngày phải thu³	29	29
Số ngày phải trả³	38	37

¹ Tiền và các khoản tương đương tiền gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn 3-12 tháng).

² Số ngày tồn kho được tính dựa trên trung bình Số dư tồn kho và chia cho Giá vốn hàng bán 12 tháng gần nhất.

³ Số ngày phải thu và phải trả được tính dựa trên trung bình số dư Phải thu khách hàng và Phải trả người bán chia cho Doanh thu và Giá vốn hàng bán 12 tháng gần nhất.