

BẢN TIN NHÀ ĐẦU TƯ

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 01 năm 2026

QUÝ 4/2025

DOANH THU Q4/2025 TIẾP TỤC ĐẠT CỘT MỐC MỚI, LỢI NHUẬN TĂNG TRƯỞNG TỐT

- Tổng doanh thu hợp nhất Q4/2025 đạt 17.045 tỷ đồng, tăng 10,1% so với cùng kỳ năm trước và xác lập mức cao mới.** Với kết quả này, tổng doanh thu lũy kế cả năm 2025 đạt 63.724 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng 3,1% so với năm 2024. [\(xem thêm\)](#)
- Hoạt động kinh doanh quốc tế tiếp tục đóng vai trò là nhân tố thúc đẩy tăng trưởng chủ đạo, trong khi lĩnh vực kinh doanh nội địa đã dần phục hồi và lấy lại đà phát triển.**
 - Kinh doanh nội địa:** Doanh thu thuần hợp nhất trong nước tăng 7,8% so với cùng kỳ, đạt 13.846 tỷ đồng. Lũy kế cả năm đạt 50.964 tỷ đồng, ghi nhận mức tăng trưởng nhẹ so với năm trước. Công ty đã triển khai mới và tái tung ra thị trường tổng cộng 100 sản phẩm. Các điểm nhấn nổi bật bao gồm: 1) Mở rộng danh mục sản phẩm mới và nâng cấp phân khúc cao cấp, 2) Dẫn đầu xu hướng sản phẩm đậm A2, 3) Khẳng định vị thế dẫn đầu thị trường và hiệu quả chiến lược tái định vị thương hiệu, 4) Đạt tăng trưởng trên các kênh phân phối và bán hàng. [\(xem thêm\)](#)
 - Kinh doanh quốc tế:** Doanh thu thuần hợp nhất từ thị trường nước ngoài tăng 21% so với cùng kỳ, đạt 3.188 tỷ đồng. Tổng doanh thu lũy kế cả năm ghi nhận 12.682 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng 15,5% so với năm trước. Động lực tăng trưởng chủ yếu đến từ việc: 1) Duy trì vị thế tại Trung Đông và kết hợp mở rộng các thị trường mới, 2) Đổi mới sản phẩm và công nghệ, phát triển mô hình kinh doanh, cũng như 3) Tăng cường mối quan hệ hợp tác. [\(xem thêm\)](#)
- Biên lợi nhuận gộp hợp nhất Q4/2025 tăng 30 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước,** chủ yếu nhờ quy mô doanh số được mở rộng và giá nguyên liệu duy trì ổn định. Hiệu quả vận hành đã có sự cải thiện rõ rệt khi doanh thu tăng trưởng 10,1%, trong khi chi phí bán hàng ghi nhận mức giảm 4,9% so với cùng kỳ. [\(xem thêm\)](#)
- Lợi nhuận Q4/2025 tăng trưởng ấn tượng. Lợi nhuận trước thuế (LNTT) và Lợi nhuận sau thuế (LNST) lần lượt đạt 3.477 tỷ đồng và 2.827 tỷ đồng, tăng 31,5% và 31,7% so với cùng kỳ.** [\(xem thêm\)](#)

Thông điệp Tổng Giám đốc – Bà Mai Kiều Liên

“Trong Q4/2025, Vinamilk đã khẳng định vị thế dẫn đầu thông qua những bước đi chiến lược mạnh mẽ trong hành trình đổi mới toàn diện, tạo đà tăng trưởng ấn tượng ở cả thị trường trong nước lẫn quốc tế. Với nền tảng nội lực vững chắc cùng nỗ lực không ngừng trong việc nâng cao giá trị danh mục sản phẩm và tối ưu hóa hệ thống vận hành, Công ty sẵn sàng vươn tới những cột mốc mới và đạt được những thành tựu rực rỡ trong tương lai.”

Tổng Quan

Mã chứng khoán	VNM
Niêm yết tại	HOSE
Ngành	Sữa
Ngày niêm yết	19/01/2006
SLCP lưu hành	2.089.955.445
*Thống kê thị trường ngày 30/01/2026:	
- Giá CP VNM tham chiếu	71.100 VND/CP
- P/E	17,5
- Vốn hóa Công ty	148.596 tỷ VND
- Giới hạn % sở hữu nước ngoài	100%
- Sở hữu nước ngoài hiện tại	50,3%

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 và Quan hệ nhà đầu tư

Ông Trần Chí Sơn, Trưởng BP Tài chính/Thư ký Công ty
tcson@vinamilk.com.vn
Ông Phạm Anh Tuấn, Chuyên viên IR
patuan2@vinamilk.com.vn

Báo chí & Truyền thông

Ông Đỗ Thanh Tuấn, Giám đốc Đối ngoại
dothanhtuan@vinamilk.com.vn

Chuyên viên phân tích độc lập

Vinh Bui	vinh.bui@vietcap.com.vn
Nhan Tran	nhan.tran@maybank.com
Minh Dang	minhdt1@ssi.com.vn
My Tran	my.th@hsc.com.vn
Mcrid Wang	mcrd.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@vds.com.vn
Ly Nguyen	Ly.NguyenQuynh@mbs.com.vn
Hoa Duong	hoaduong@phs.vn

KẾT QUẢ KINH DOANH HỢP NHẤT**Doanh Thu Tiếp Tục Chinh Phục Đỉnh Cao Mới**

Tổng doanh thu hợp nhất trong Q4/2025 đạt 17.045 tỷ đồng, tăng 10,1% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả này góp phần nâng tổng doanh thu hợp nhất cả năm 2025 lên 63.724 tỷ đồng, mức cao nhất trong lịch sử công ty, ghi nhận mức tăng trưởng 3,1% so với năm trước.

Mảng kinh doanh quốc tế tiếp tục đóng vai trò động lực chủ đạo, trong khi hoạt động kinh doanh nội địa đã phục hồi đà tăng trưởng trong Q4/2025. Doanh thu thuần hợp nhất tại thị trường nội địa ghi nhận mức tăng trưởng 7,8% so với cùng kỳ năm trước, đạt 13.846 tỷ đồng; trong khi đó, doanh thu thuần hợp nhất từ thị trường nước ngoài tăng 21% so với cùng kỳ, đạt 3.188 tỷ đồng.

Lũy kế năm 2025, doanh thu thuần hợp nhất trong nước ghi nhận mức 50.964 tỷ đồng, tăng trưởng nhẹ so với cùng kỳ năm trước. Đồng thời, doanh thu thuần hợp nhất tại thị trường nước ngoài đạt 12.682 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 15,5% so với năm trước.

Lợi Nhuận Tăng Trưởng Tốt

Biên lợi nhuận gộp hợp nhất Q4/2025 tăng 30 điểm cơ bản (đcb) so với cùng kỳ năm trước, đạt mức 40,4%, chủ yếu nhờ quy mô doanh thu mở rộng và giá nguyên liệu đầu vào duy trì ổn định. Lũy kế năm 2025, biên lợi nhuận gộp hợp nhất ghi nhận ở mức 41,2%, thấp hơn 20 đcb so với cùng kỳ năm trước, nguyên nhân chủ yếu là do ảnh hưởng của kết quả quý 1.

Hiệu quả vận hành tiếp tục được nâng cao, góp phần tích cực vào kết quả kinh doanh của Q4/2025. Doanh thu hợp nhất ghi nhận mức tăng trưởng 10,1% so với cùng kỳ năm trước, trong khi chi phí bán hàng giảm 4,9% nhờ tối ưu hóa các khoản dịch vụ khuyến mại, trưng bày và giới thiệu sản phẩm. Nhờ đó, tỷ lệ chi phí bán hàng và quản lý trên doanh thu thuần chỉ còn 21,9% trong quý 4, lần lượt giảm 190 điểm cơ bản so với quý liền trước và 330 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế cả năm 2025, tỷ lệ này đạt 24,4%, thấp hơn 20 điểm cơ bản so với năm 2024.

Lợi nhuận Q4/2025 ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể, tiếp nối xu hướng cải thiện từ quý trước. Theo đó, lợi nhuận trước thuế (LNTT) hợp nhất trong kỳ đạt 3.477 tỷ đồng; lợi nhuận sau thuế (LNST) hợp nhất đạt 2.827 tỷ đồng, lần lượt tăng 31,5% và 31,7% so với cùng kỳ năm trước.

Lũy kế năm 2025, lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt 11.650 tỷ đồng, ghi nhận mức tăng trưởng nhẹ so với cùng kỳ năm trước; lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 9.414 tỷ đồng, giảm nhẹ so với cùng kỳ do ảnh hưởng từ Quý 1, tuy nhiên mức giảm này đã được thu hẹp đáng kể nhờ kết quả tích cực của các quý tiếp theo. Thu nhập trên mỗi cổ phần (EPS) năm 2025 đạt 4.028 đồng.

Tình hình tài chính

Tính đến ngày 31/12/2025, tổng tài sản của công ty đạt 53.312 tỷ đồng, trong đó tiền mặt và các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn chiếm 43,4%, đảm bảo khả năng thanh khoản ổn định. Nhìn chung, tình hình tài chính của công ty được duy trì trong trạng thái kiểm soát tốt và lành mạnh.

KẾT QUẢ KINH DOANH THEO BỘ PHẬN

THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC (đóng góp 81,3% doanh thu thuần hợp nhất Q4/2025)

(tỷ đồng)	Q4/2025	Q4/2024	2025	2024
Doanh thu thuần trong nước, trong đó:	13.846	12.843	50.964	50.799
- Công ty mẹ	12.554	11.376	45.886	45.013

Doanh thu thuần trong nước của Công ty mẹ trong Q4/2025 tiếp tục ghi nhận đà tăng trưởng ổn định, đạt 12.554 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng 10,4% so với cùng kỳ năm trước. Nhờ đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu và phát triển, **100** sản phẩm mới và tái tung đã được ra mắt trong năm 2025. Hoàn tất quá trình thay đổi nhận diện thương hiệu cho toàn bộ ngành hàng đã góp phần nâng cao tính nhất quán và hiện đại hóa hình ảnh doanh nghiệp, qua đó giúp củng cố nhận thức của người tiêu dùng về chất lượng và hương vị ưu việt của các sản phẩm Vinamilk.

Các điểm nổi bật đáng chú ý trong hoạt động kinh doanh nội địa:

- Sức bật từ danh mục sản phẩm mới & chiến lược cao cấp hóa:** Chiến lược cao cấp hóa tiếp tục phát huy hiệu quả khi nhóm sản phẩm cao cấp ghi nhận đà tăng trưởng vững chắc, đưa tỷ trọng đóng góp tiến sát ngưỡng hai chữ số trong tổng doanh thu nội địa năm 2025. Đây là chỉ dấu quan trọng cho thấy biên lợi nhuận gộp tương lai được cải thiện, nhờ cơ cấu danh mục chuyển dịch sang các dòng sản phẩm mang lại nhiều giá trị cộng thêm cho người tiêu dùng.
- Tiên phong dẫn dắt xu hướng đậm A2 & Sản phẩm mới:** Vinamilk tiếp tục khẳng định vị thế nhà sản xuất tiên phong trong xu hướng đậm A2 tại Việt Nam – phân khúc có tốc độ tăng trưởng cao nhờ đặc tính dễ tiêu hóa và cấu trúc tương đồng sữa mẹ. Danh mục sản phẩm A2 được mở rộng mạnh mẽ với Fino A2, ADM A2, Optimum A2 Pro+ và Green Farm A2. Bên cạnh đó, Vinamilk đẩy mạnh chiến lược “đổi mới khẩu vị” để thu hút người tiêu dùng có mức chi tiêu cao và sẵn sàng thử nghiệm sản phẩm mới. Bộ sưu tập Vinamilk 100% Collection với các sản phẩm sữa có hương vị mới lạ như bộ sữa 100% collection hương Pina Colada, Cà phê Ailen và Bourbon chuối bơ đậu phộng tạo sức hút mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu thưởng thức đa dạng của người tiêu dùng trẻ.
- Củng cố vị thế dẫn đầu & hiệu quả từ việc tái định vị:** Vinamilk tiếp tục khẳng định hình ảnh “thương hiệu quốc dân” với sự phục hồi tích cực của ngành hàng sữa nước và vị thế dẫn đầu tuyệt đối trong phân khúc sữa đặc – nhóm ngành có biên lợi nhuận tốt. Ở nhóm sản phẩm có xu hướng tiêu dùng dài hạn, sữa chua uống Probi tiếp tục ghi nhận tăng

trưởng liên tục qua nhiều năm, củng cố vị trí dẫn đầu trong ngành hàng probiotics. Các dòng kem tái định vị, đặc biệt là kem Gelato – phân khúc cao cấp, ghi nhận tăng trưởng tích cực. Đồng thời, cùng với kết quả tăng trưởng ấn tượng của sữa hạt và sữa bột, dòng sản phẩm Green Farm cũng ghi nhận mức tăng trưởng vượt bậc so với cùng kỳ.

- 4. Tăng tốc ở các kênh phân phối:** Các kênh hiện đại, hệ thống cửa hàng Vinamilk và Thương mại điện tử tiếp tục đà tăng trưởng mạnh mẽ với mức tăng 2 chữ số so với cùng kỳ.

Với kết quả trong Q4/2025, doanh thu thuần trong nước lũy kế 2025 của Công ty mẹ đã tăng 1,9% YoY, đạt 45.886 tỷ đồng.

THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI (đóng góp 18,7% doanh thu thuần hợp nhất Q4/2025)

(tỷ đồng)	Q4/2025	Q4/2024	2025	2024
Doanh thu thuần nước ngoài, trong đó:	3.188	2.635	12.682	10.983
- Xuất khẩu	1.579	1.253	7.105	5.664
- Các chi nhánh nước ngoài	1.609	1.382	5.576	5.319

Doanh thu thuần xuất khẩu Q4/2025 đạt 1.579 tỷ đồng, tăng 26% so với cùng kỳ, đánh dấu quý thứ 10 tăng trưởng dương liên tiếp. Đây là minh chứng rõ ràng cho năng lực cạnh tranh quốc tế và tính bền vững của chiến lược mở rộng thị trường của Vinamilk. Động lực tăng trưởng chính nhờ các yếu tố sau:

- **Tăng trưởng bút phá tại các thị trường trọng điểm.** Vinamilk ghi nhận dấu ấn duy trì thị phần và vị thế tại Trung Đông và các thị trường lân cận trong khu vực. Kết quả này thể hiện năng lực thích ứng thị trường sức hút của thương hiệu tại các khu vực có tiêu chuẩn chất lượng khắt khe.
- **Đẩy mạnh đổi mới sản phẩm, công nghệ và mô hình** tiếp cận người tiêu dùng. Danh mục sản phẩm xuất khẩu được phát triển theo hướng linh hoạt, tinh chỉnh phù hợp với đặc thù từng thị trường, đồng thời kết hợp với đổi mới công nghệ và gia tăng tỷ trọng các sản phẩm có giá trị gia tăng cao giúp nâng cao năng lực cạnh tranh dài hạn.
- **Thắt chặt quan hệ** với các đối tác chiến lược, song song với việc đẩy mạnh đầu tư cho hoạt động xúc tiến thương mại tại các thị trường mới. Nâng cao hình ảnh và vị thế thương hiệu của Vinamilk với vai trò là đại diện hàng đầu trong ngành sữa thông qua việc hiện diện quy mô tại các chương trình hội chợ, triển lãm quốc tế.

Với kết quả tích cực và nỗ lực không ngừng, Vinamilk là doanh nghiệp ngành sữa duy nhất được vinh danh và trao tặng bằng khen của Bộ Trưởng Bộ Công Thương cho **Doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong hoạt động xuất khẩu**, khẳng định vai trò của doanh nghiệp trong việc nâng cao giá trị hàng hóa Việt Nam trên thị trường toàn cầu.

Các công ty con nước ngoài ghi nhận doanh thu thuần Q4/2025 đạt 1.609 tỷ đồng, tăng 16,4% so với cùng kỳ. Tận dụng tốt cơ hội của thị trường Campuchia từ quý trước, Angkor Milk ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng, cùng với đó là hệ thống phân phối được cải thiện một cách hiệu quả. Trong khi đó, Driftwood vẫn tiếp tục đóng vai trò “trụ cột ổn định” trong danh mục nước ngoài của Vinamilk, tái khẳng định duy trì đà tăng trưởng thông qua việc kiểm soát chặt chẽ chi phí sản xuất và ổn định giá nguyên liệu đầu vào.

Lũy kế năm 2025, doanh thu thuần nước ngoài đạt 12.682 tỷ đồng, tăng 15,5% so với cùng kỳ năm trước, trong đó xuất khẩu đạt 7.105 tỷ đồng, tăng 25,4% so với cùng kỳ và các chi nhánh nước ngoài đạt 5.576 tỷ đồng, tăng 4,8% so với cùng kỳ.

KẾT QUẢ CẢ NĂM 2025 VÀ KẾ HOẠCH 2026

Kết thúc năm 2025, Công ty đã thực hiện được 98,8% chỉ tiêu doanh thu và đạt 97,2% kế hoạch lợi nhuận đề ra.

Công ty hiện đang tiến hành xem xét kế hoạch kinh doanh cho năm 2026 và sẽ công bố nội dung này trong tài liệu họp Đại Hội Đồng Cổ Đông thường niên năm 2026, dự kiến tổ chức vào ngày 22/04/2026.

SỰ KIỆN SẴP DIỄN RA

Vào 15:00 ngày 05/02/2026 (giờ Việt Nam), Công ty sẽ tổ chức cuộc họp để trao đổi về kết quả kinh doanh năm 2025 và triển vọng năm 2026 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](#).

TÓM TẮT KẾT QUẢ TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

Tóm tắt Kết quả kinh doanh

(tỷ đồng)	Q4/2025	Q4/2024	2025	2024
Tổng doanh thu	17.045	15.485	63.724	61.824
Doanh thu thuần	17.034	15.477	63.646	61.783
Trong nước	13.846	12.843	50.964	50.799
Nước ngoài	3.188	2.635	12.682	10.983
Lợi nhuận gộp	6.890	6.210	26.209	25.590
Trong nước	5.728	5.170	21.013	20.975
Nước ngoài	1.162	1.039	5.197	4.615
Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp	3.732	3.906	15.546	15.186
Lợi nhuận trước thuế	3.477	2.643	11.650	11.600
Lợi nhuận sau thuế	2.827	2.147	9.414	9.453
Thu nhập mỗi cổ phiếu (đồng)	1.224	908	4.028	4.022

Tóm tắt Bảng cân đối kế toán

(tỷ đồng)	31/12/2025	31/12/2024
Tiền và các khoản tương đương tiền¹	23.150	25.486
Tổng tài sản	53.312	55.049
Nợ vay	9.457	9.273
Tiền và các khoản tương đương tiền trên tổng tài sản	43,4%	46,3%
Tỷ lệ nợ vay trên tổng tài sản	17,7%	16,8%

Các chỉ số lợi nhuận và thanh khoản

	12T gần nhất đến 31/12/2025	12T gần nhất đến 31/12/2024
ROE	26,6%	26,6%
ROA	17,4%	17,6%
ROIC	27,1%	25,8%
Số ngày hàng tồn kho²	60	59
Số ngày phải thu³	30	32
Số ngày phải trả³	39	40

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.