

Tp.Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 10 năm 2024.

Các thương hiệu kem nổi tiếng của Tập đoàn Morinaga Milk được bán tại Nhật Bản (Pino, PARM và MOW) sẽ có mặt độc quyền tại các cửa hàng thuộc Tập đoàn Aeon Việt Nam ở Thành phố Hồ Chí Minh từ đầu tháng 11.



Công ty Cổ phần Morinaga Nutritional Foods Việt Nam (MNFV) thuộc Tập đoàn Morinaga Milk sẽ giới thiệu đến thị trường Việt Nam ba thương hiệu kem lớn mà Tập đoàn Morinaga Milk đã sản xuất và kinh doanh tại Nhật Bản, bao gồm Pino, PARM và MOW. Ba thương hiệu này đã hiện diện từ lâu và rất phổ biến ở Nhật Bản, thu hút một lượng lớn khách hàng từ trẻ em đến người lớn.

Thị trường kem Việt Nam chào đón thương hiệu mới

MNFV, công ty về sữa chua và thực phẩm bổ sung dinh dưỡng, đang thực hiện một sáng kiến mới để đưa sản phẩm kem do Tập đoàn Morinaga Milk kinh doanh tại Nhật Bản suốt nhiều năm qua đến với người tiêu dùng Việt. Hoạt động này thể hiện cam kết của công ty đối với sứ mệnh: Đóng góp vào “Sự khỏe mạnh” bằng việc cung cấp sản phẩm “bổ dưỡng và ngon miệng” tận dụng công nghệ tiên tiến được đúc kết tại Nhật Bản trong hơn 100 năm qua. Qua đó, công ty sẽ hiện thực hóa một xã hội thịnh vượng đầy ắp tiếng cười.

Quy mô thị trường kem Việt Nam đạt khoảng 210,67 triệu USD (tương đương khoảng 5,2 nghìn tỷ VND) vào năm 2022 và được kỳ vọng sẽ mở rộng với tốc độ tăng trưởng hàng năm khoảng 8%, lên đến 405,51 triệu USD (tương đương khoảng 10,1 nghìn tỷ VND) vào năm 2030. ¹MNFV sẽ mở rộng danh mục sản phẩm của mình bằng cách tận dụng công nghệ phát triển, kiến thức chuyên môn và thương hiệu mà Morinaga Milk đã xây dựng trong nhiều năm trên thị trường Nhật Bản. Bên cạnh đó, công ty sẽ phát triển các kênh bán hàng mới nhằm củng cố hoạt động kinh doanh của mình tại thị trường Việt Nam, nơi được dự báo sẽ có sự tăng trưởng trong tương lai.

Những sản phẩm kem mới từ thương hiệu Morinaga Milk tại Việt Nam

Các dòng sản phẩm mà Morinaga Nutritional Foods Việt Nam sẽ ra mắt người tiêu dùng Việt gồm kem Pino, kem PARM Sô-cô-la, kem PARM matcha, kem MOW Vanilla và kem MOW matcha. Tất cả các sản phẩm này đều được sản xuất tại Nhật Bản.

¹ Nguồn: <https://www.marketsanddata.com/industry-reports/vietnam-ice-cream-market>



Là loại kem được sản xuất và cho ra mắt vào năm 1976, Pino là một thương hiệu lâu đời đã được yêu thích tại Nhật Bản trong suốt 50 năm. Đây là loại kem được phủ sô cô la, dành cho cả người lớn và trẻ em. Tên gọi "Pino" xuất phát từ hình dáng nhỏ nhắn và đáng yêu giống hình nón, là một cách chơi chữ trong tiếng Ý - Pino có nghĩa là "quả thông". Điều thú vị là tổng lượng bán tại Nhật Bản mỗi năm là khoảng 1,3 tỷ viên (tổng lượng hàng xuất xưởng của thương hiệu trong năm tài chính 2023), đủ để xếp một vòng tròn quanh trái đất. Điều này minh chứng cho việc kem Pino được yêu thích như thế nào tại Nhật. Khối lượng: 6 viên, 60ml.



Dòng sản phẩm thứ hai là PARM, loại kem cao cấp hướng đến đối tượng là người lớn, có lớp phủ mịn và kem bên trong tan chảy cùng lúc, mang lại cảm giác tuyệt vời khi thưởng thức. Sản phẩm này có giá trị kinh doanh ước tính cao nhất trong số các loại kem dạng thanh/cây tại Nhật Bản, với doanh số bán hàng năm 2023 đạt hơn 4 tỷ sản phẩm. ²Tổng doanh số bán hàng tính đến năm tài chính 2023 là hơn 4 tỷ sản phẩm. Khối lượng: 90ml.



MOW là dòng sản phẩm thứ ba trong lần giới thiệu này. Đây là một loại kem ly với sự kết hợp độc đáo của các hương vị, đậm đà vị sữa. Hương vị vani đã được trao giải cao nhất - "Ba Sao" trong Giải thưởng Hương vị Thượng hạng (Superior Taste Award) suốt bốn năm liên tiếp do Viện Hương vị Quốc tế (International Taste Institute) nổi tiếng thế giới đánh giá. Khối lượng: 140ml.

Các sản phẩm kem do Morinaga Nutritional Foods Việt Nam phân phối sẽ chính thức có mặt tại khu vực thành phố Hồ Chí Minh từ đầu tháng 11. Quý khách hàng sẽ có thể mua sản phẩm tại 199 cửa hàng

² Nguồn: Intage SRI, tỷ lệ giá trị kinh doanh chia theo loại, từ tháng 4 năm 2023 đến tháng 3 năm 2024.



thuộc tập đoàn Aeon Việt Nam (Aeon, Aeon Citimart, Ministop). Giá bán sản phẩm từ 32.000 – 35.000 VND.

-HẾT-

Thông tin liên hệ:

Bà Nguyễn Thị Hồng Vân - Phòng Marketing

Công ty Cổ phần Morinaga Nutritional Foods Việt Nam

E-mail: yannth@morinaga-nf.com.vn - SĐT: 1800-888-602

Website của Công ty Cổ phần Morinaga Nutritional Foods Việt Nam <https://morinaga-nf.com.vn/>

Về Tập đoàn Morinaga Milk

Kể từ khi thành lập vào năm 1917 tại Nhật Bản, Morinaga Milk đã hoạt động kinh doanh với sự hỗ trợ của các bên liên quan. Tập đoàn Morinaga Milk hiện đang sở hữu và quảng bá một loạt các sản phẩm bao gồm sữa, đồ uống, sữa chua, kem và phô mai, cũng như sữa công thức, thực phẩm dạng lỏng dành cho bệnh nhân đang điều trị và bệnh nhân khó nuốt, ngoài ra còn sản xuất những nguyên liệu như bifidobacteria (một loại lợi khuẩn đường ruột) và nhiều nguyên liệu khác dùng trong sản xuất.

Sứ mệnh của Morinaga Milk là sử dụng thực phẩm làm điểm khởi đầu để tạo ra những nụ cười ngày càng rạng rỡ hơn thông qua nguồn dinh dưỡng lành mạnh. Nền tảng cho sự quản lý của tập đoàn cũng như các quyết định và hành động của nhân viên thuộc Tập đoàn Morinaga Milk dựa trên triết lý công ty cùng với khẩu hiệu "For Ever Brighter Smiles". Tìm hiểu thêm về Tập đoàn Morinaga Milk tại <https://www.morinagamilk.co.jp/english/>

Về Công ty Cổ phần Morinaga Nutritional Foods Việt Nam (MNFV)

Đặt trụ sở tại ngoại ô Hà Nội, Công ty Cổ phần Morinaga Nutritional Foods Việt Nam (MNFV) trở thành công ty con thuộc Tập đoàn Morinaga Milk Nhật Bản vào tháng 6 năm 2021, nhằm tăng cường hoạt động kinh doanh tại thị trường Việt Nam. MNFV có các sản phẩm sữa chua chức năng, đồ uống bổ sung dinh dưỡng và sản phẩm chăm sóc sức khỏe dưới thương hiệu Morinaga Milk, cũng như đồ uống từ sữa và sữa chua dưới các thương hiệu Elovi và ZinZin. <https://morinaga-nf.com.vn/>