



# PRESS LAUNCH MEDIA KIT

# Tổng quan công ty

## Company Overview

# 01

### Công ty là ai

Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại AP Beverage (gọi tắt là APBev).

### Lĩnh vực hoạt động

Phát triển và sản xuất các dòng đồ uống không cồn, đóng chai tiện lợi.

### Định vị doanh nghiệp

Doanh nghiệp nước giải khát thế hệ mới, vận hành theo triết lý "Better For You" (Tốt hơn cho bạn).

### Thị trường hoạt động

Việt Nam

### Vai trò của công ty trong ngành hàng

Cung cấp các giải pháp đồ uống hiện đại, chú trọng sự tự nhiên, tiện lợi và đáp ứng nhu cầu sống lành mạnh của người tiêu dùng thế hệ mới.

The logo for APbeev, featuring the letters 'AP' in a stylized white font with a red leaf-like shape integrated into the 'A', followed by 'beev' in a white, lowercase, rounded font. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the 'v'.

**Naturally.  
Refreshing**

# Thông tin nhanh

## Fast Facts

# 02

Tên công ty

Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại AP Beverage (APBEV).

Năm ra mắt

2026

Trụ sở

TP. Hồ Chí Minh.

Nghành hàng

Nước giải khát (Đồ uống không cồn).

Công nghệ sản xuất chính

Công nghệ Vô Trùng Khô (Dry Preform Aseptic) nhập khẩu từ CHLB Đức.

Nhóm sản phẩm chính

Mát Ta!, ChampZ, OAO và Boombox.

Đối tượng người tiêu dùng

Người tiêu dùng thế hệ mới, bao gồm Gen Z, Gen Alpha và dân văn phòng đô thị.

Quy mô nhà máy  
/ Năng lực sản xuất:

Nhà máy đặt tại Khu công nghiệp Sonadezi Giang Điền, TP. Đồng Nai. Tổng giá trị đầu tư toàn bộ các giai đoạn đạt 80 triệu USD. Công suất giai đoạn 1 đạt 70 triệu lít sản phẩm/năm.



# Sứ Mệnh Doanh Nghiệp

## Vision & Mission

# 03

Tầm nhìn dài hạn  
& Sứ mệnh

Tự nhiên hoá và dinh dưỡng hoá nước giải khát tiện lợi, ngon miệng cho Người tiêu dùng.

Cam kết với  
thị trường

Đồng hành sát sao cùng nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam. Thương hiệu ưu tiên đẩy mạnh các sản phẩm theo hướng tự nhiên, chú trọng lợi ích sức khỏe và không sử dụng hóa chất bảo quản.

# Triết lý kinh doanh

## Brand Philosophy

# 04

- Xuyên suốt quá trình phát triển, APBev theo đuổi triết lý "Better For You" (Tốt hơn cho bạn) cùng slogan "Sảng khoái tự nhiên" - "Naturally refreshing".
- Mọi hoạt động kinh doanh đều xoay quanh nguyên tắc đơn giản và nghiêm túc: sản phẩm phải uống ngon, uống "đã", kết hợp cùng nguồn nguyên liệu lành mạnh, gần gũi với thiên nhiên.
- Đặc biệt đối với thương hiệu "Mát Ta!", triết lý này thể hiện mạnh mẽ qua sự mộc mạc và chân thật, với thông điệp cốt lõi là "Vị thân quen, Dịu mát từ bên trong" nhằm mang lại những giá trị hoài niệm và xoa dịu cảm xúc cho người thưởng thức.



# Công nghệ & sản xuất

## Technology & Production

# 05



- ☛ Hệ thống sản xuất của APBev ứng dụng công nghệ Dry Preform Aseptic (Thổi chai, chiết rót, đóng nắp khép kín trong môi trường Vô trùng khô).
- ☛ Dây chuyền này được nhập khẩu trực tiếp từ CHLB Đức, tuân thủ các tiêu chí khắt khe về an toàn thực phẩm.
- ☛ Công nghệ tiên tiến giúp lưu giữ tối đa hương vị nguyên bản và dưỡng chất tự nhiên của sản phẩm. Đồng thời, hệ thống mang lại sự cải thiện vượt trội về khả năng tiết kiệm nước, năng lượng và giảm tác động đến môi trường.

# Danh mục sản phẩm

## Product Portfolio

# 06



Định vị là dòng “Đồ uống Việt Nam”, lấy cảm hứng từ những hương vị quen thuộc trong đời sống người Việt và được làm mới bằng công nghệ hiện đại. Đồng hành cùng Mát Ta! là Đại sứ thương hiệu chính thức: nhạc sĩ - ca sĩ Bùi Công Nam.



Bộ giải pháp bù nước và bù khoáng hoàn chỉnh, thiết kế riêng cho người vận động và chơi thể thao.



Nước giải khát có ga đột phá khi kết hợp các thành phần tự nhiên như trà thật và nước trái cây thật.



Soda sữa trái cây dinh dưỡng, hòa quyện giữa sữa, nước trái cây thật và vitamin nhóm B giúp tạo sự sảng khoái.

# Bối cảnh thị trường

## Market Context

# 07

### Xu hướng tiêu dùng



Báo cáo của NielsenIQ (tháng 5/2026) chỉ ra rằng 86% người tiêu dùng Việt Nam quan tâm đến chất lượng hơn số lượng, 92% sẵn sàng thử các thương hiệu mới và 91% đề cao trải nghiệm trong tiêu dùng.

### Nhu cầu thế hệ mới



Nhóm khách hàng trẻ (Gen Z, Gen Alpha) là động lực chính thúc đẩy các xu hướng đồ uống gắn liền với trải nghiệm, hương vị mới lạ, ưu tiên các sản phẩm ít đường, năng lượng thấp và bổ sung dinh dưỡng.

### Cơ hội thị trường

Ngành nước giải khát đang dịch chuyển sang một tiêu chuẩn cạnh tranh mới. Khách hàng ưu tiên công nghệ sản xuất an toàn, chất lượng nguyên liệu và lợi ích sức khỏe thay vì chỉ quan tâm đến hương vị hay độ phủ thị trường đơn thuần.

# Điểm khác biệt Key Differentiators

# 08



Cung cấp chất lượng sản phẩm tương đương hàng nhập khẩu trên thị trường nhưng với mức giá thành phù hợp hơn cho người Việt.



Sở hữu năng lực sản xuất vượt trội với nhà máy trị giá 80 triệu USD và công nghệ Vô Trùng Khô (Dry Preform Aseptic) hàng đầu từ Đức.



Tiên phong trong các giải pháp đồ uống bảo tồn tư liệu ẩm thực giá trị của dân tộc, điển hình qua dòng sản phẩm Mát Ta!.

# Thông điệp chính báo chí

## Key Messages for Media

# 09



APBEV chính thức gia nhập thị trường Việt Nam cùng hệ sinh thái đồ uống thế hệ mới, đáp ứng xu hướng "sống lành mạnh" của người tiêu dùng hiện đại.



Doanh nghiệp khẳng định năng lực với khoản đầu tư 80 triệu USD vào nhà máy sản xuất đồ uống công nghệ vô trùng khô tại Đồng Nai.



Sự ra mắt của dòng sản phẩm Mát Ta! mang đến trải nghiệm "Vị thân quen, Dịu mát từ bên trong", kết hợp cùng Đại sứ thương hiệu Bùi Công Nam để tôn vinh những giá trị ẩm thực quen thuộc.

# Trích dẫn đại diện công ty

## Leadership Quote

# 10

### Đại diện APBev

"APBev cam kết thực thi chiến lược: đặt chất lượng sản phẩm làm trọng tâm chính, cùng đồng hành với nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam trên hành trình nâng tầm chất lượng sống của người Việt từ những sản phẩm tiêu dùng hàng ngày."

