

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Masan vượt kế hoạch Quý 1/2018: Lợi nhuận hợp nhất tăng ba lần, doanh thu lĩnh vực hàng tiêu dùng tăng trưởng 78,3%

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 4 năm 2018 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” và “Công ty”), đã công bố kết quả kinh doanh cho Quý 1/2018.

“Kết quả kinh doanh Quý 1/2018 đã cho thấy sự thận trọng khi chúng ta xây dựng kế hoạch năm 2018. Masan Consumer, Masan Resources, và Techcombank đều đạt được kết quả xuất sắc. “Khủng hoảng giá heo” dường như đã ở phía sau, nhưng quan trọng hơn, chúng ta đã vượt hơn nửa chặng đường trong hành trình mang đến sản phẩm thịt có thương hiệu trong Quý 4/2018”, ông Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc của Masan Group chia sẻ

- Doanh thu thuần của Masan Group ổn định ở mức 8.274 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với Quý 1/2017 dù khủng hoảng giá heo kéo dài đã làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của Masan Nutri-Science.
 - Masan Consumer Holdings và Masan Resources đều đạt kết quả kinh doanh vượt trội.
 - Doanh thu thuần của Masan Nutri-Science bị ảnh hưởng lớn trong Quý 1/2018 do giá heo hơi giảm sâu. Cuộc khủng hoảng này diễn ra từ Quý 2/2017, do đó, việc so sánh với Quý 1/2017 là khập khiễng. Tuy nhiên, Ban Điều hành kỳ vọng vào tăng trưởng trong nửa cuối năm 2018 do giá heo đã tăng trở lại lên 40.000 đồng/kg vào tháng 4/2018 và có khả năng sẽ tiếp tục tăng.
- EBITDA hợp nhất tăng trưởng 39,9% lên 2.606 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với mức 1.863 tỷ đồng trong Quý 1/2017 do việc quản lý hiệu quả chi phí quản lý và bán hàng, cụ thể là chi phí quản lý và bán hàng theo doanh thu từ 19,3% trong Quý 1/2017 giảm còn 17,0% trong Quý 1/2018. Ngoài ra, mức tăng trưởng EBITDA cao nhờ vào tăng trưởng từ các lĩnh vực kinh doanh với biên lợi nhuận cao, và Techcombank tiếp tục đạt tăng trưởng ấn tượng.
- Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty tăng 3,4 lần trong Quý 1/2018 so với Quý 1/2017 lên mức 816 tỷ đồng, và biên lợi nhuận thuần tăng lên 9,8% trong Quý 1/2018 từ mức 2,8% trong Quý 1/2017 chủ yếu nhờ vào việc vận hành hiệu quả và giảm chi phí tài chính thuần. Ngoài ra, Công ty không có các thu nhập/chi phí phát sinh một lần trong Quý 1/2018.

Các kết quả tài chính nổi bật trong Quý 1/2018

- **Masan Consumer Holdings (“MCH”) đạt tăng trưởng doanh thu thuần 78,3% và EBITDA 417,4% trong Quý 1/2018, chiến lược tập trung “bán hàng đến người tiêu dùng” bắt đầu mang lại kết quả:**
 - Doanh thu thuần của MCH tăng trưởng 78,3% lên 3.586 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với mức 2.011 tỷ đồng trong Quý 1/2017. Tăng trưởng doanh thu thuần mạnh mẽ, một phần là do kết quả Quý 1/2017 tương đối thấp, một phần là tỷ lệ hàng bán đến người tiêu dùng, được tính bằng doanh thu từ các nhà phân phối của MCH đến các điểm bán lẻ (“sell out”), tăng 46,3% trong Quý 1/2018 so với Quý 1/2017. Điều này phản ánh việc nhu cầu của người tiêu dùng đối với các sản phẩm thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Masan bắt đầu tăng lên. Mức tăng trưởng này đến từ việc đầu tư trọng tâm vào marketing để xây dựng các thương hiệu mạnh, tạo ra thị hiếu tiêu dùng trong phân khúc cao cấp và áp dụng các phát kiến mới trong ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi, đồng thời, lĩnh vực đồ uống và thịt chế biến cũng trên đà tăng trưởng tốt.
 - EBITDA tăng trưởng 417,4% từ 194 tỷ đồng trong Quý 1/2017 lên 1.004 tỷ đồng trong Quý 1/2018, qua đó cải thiện biên EBITDA từ 9,6% lên 28,0%. Mức tăng trưởng này có được nhờ doanh thu thuần cao hơn và giảm đáng kể tỉ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu thuần thông qua các chương trình khuyến mãi nhằm giảm hàng tồn kho trên thị trường thực hiện một lần từ mức 23,2% trong Quý 1/2017 xuống còn 7,3% trong Quý 1/2018. Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Masan Consumer, công ty

con đã niêm yết của MCH, tăng từ 120 tỷ đồng trong Quý 1/2017 lên 780 tỷ đồng trong Quý 1/2018 và đang đi đúng hướng để đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông lên mức 3.100 tỷ đồng đến 3.400 tỷ đồng trong năm 2018.

- Hàng tồn kho tại hệ thống phân phối trên toàn quốc đạt khoảng 2 đến 3 tuần bán hàng (so với mức hơn 2 tháng ngày trong Quý 4/2016), một mức vô cùng tối ưu. MCH hiện đang là top ba công ty quảng cáo lớn nhất Việt Nam.
- **Masan Nutri-Science (“MNS”) bị ảnh hưởng do giá heo thấp trong Quý 1/2018. Triển vọng nửa cuối năm 2018 do giá heo tăng trở lại đạt mức 40.000 đồng/kg:**
 - Doanh thu thuần của MNS giảm 40% vào Quý 1/2018 so với Quý 1/2017 do ảnh hưởng của khủng hoảng giá heo chưa thật sự sâu rộng cho đến giữa năm 2017. Giá heo hiện đã tăng lên mức 40.000 đồng/kg – mức giá cao đầu tiên sau khủng hoảng. Ban Điều hành nhìn nhận mức giá này sẽ được duy trì do thiếu hụt nguồn cung heo. Với mức giá này, người nông dân sẽ có được lợi nhuận cao hơn và sẽ bắt đầu đầu tư trở lại. Sản lượng thức ăn cho heo được kỳ vọng sẽ tăng trở lại do người chăn nuôi bắt đầu cho heo ăn đầy đủ trở lại và chuyển sang mô hình chăn nuôi hiệu suất cao.
 - Trong bối cảnh giá heo hồi phục, sản phẩm Bio-zeem của MNS sẽ được lợi. Ban Điều hành kỳ vọng thị phần dòng sản phẩm cao cấp Bio-zeem “Đỏ” sẽ tăng trở lại do nông dân chuyển sang các sản phẩm thức ăn chăn nuôi cao cấp với năng suất cao hơn. Trong khi đó, dòng sản phẩm Bio-zeem “Xanh” sẽ thúc đẩy nông dân chuyển đổi từ thức ăn chăn nuôi tự trộn và quay lại sử dụng các sản phẩm thức ăn chăn nuôi hiệu suất cao.
 - Vào tháng 12/2017, trang trại chăn nuôi heo kỹ thuật cao của MNS tại Nghệ An chính thức đi vào hoạt động, với công suất lên đến 250.000 heo thịt/năm. Với việc khởi công xây dựng tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam vào Quý 1/2018 và tuyển dụng nhân sự chủ chốt mới cho nền tảng thịt có thương hiệu, MNS đang đi đúng hướng để tung ra các sản phẩm thịt có thương hiệu đến người tiêu dùng vào Quý 4/2018.
- **Masan Resources (“MSR”) đạt tăng trưởng doanh thu thuần và lợi nhuận ấn tượng nhờ vào giá vonfram tăng cao và hiệu quả hoạt động được cải thiện:**
 - Doanh thu thuần của MSR tăng trưởng 26,5%, đạt 1.487 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với 1.176 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước, nhờ vào giá vonfram tăng cao. Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông của MSR tăng 168,3% lên mức 117 tỷ đồng trong Quý 1/2018. Trong bối cảnh kiểm soát tài nguyên môi trường tại Trung Quốc và chính sách kiểm soát quota xuất khẩu kết hợp với nhu cầu cao hơn cho hoá chất và kim loại dùng cho công nghiệp, giá vonfram được cho là sẽ tiếp tục duy trì ở mức cao. Ban Điều hành dự báo doanh thu tăng trưởng trên 30% và lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty của MSR sẽ đạt trong khoảng từ 600 tỷ đồng đến 1.000 tỷ đồng trong năm 2018.
 - Trong Quý 1/2018, MSR đã ký hợp đồng mua 300 tấn tinh quặng vonfram từ bên thứ ba cho nhà biến hoá chất giá trị gia tăng vonfram với công suất chế biến khoảng 9.000 tấn (trong đó 6.500 tấn được cung cấp từ mỏ Núi Pháo), MSR đặt mục tiêu tăng cường thu mua tinh quặng vonfram từ nhiều nguồn bên ngoài Núi Pháo để thỏa mãn nhu cầu tăng cao của thị trường. Công ty liên doanh HCS do Núi Pháo sở hữu 51% vốn đạt lợi nhuận thuần sau thuế là 103 tỷ đồng trong Quý 1/2018. EBITDA trong Quý 1/2018 là 154 tỷ đồng, tăng gần 3 lần so với cùng kỳ năm ngoái.
 - MSR sẽ tiếp tục tìm kiếm các cơ hội chiến lược nhằm tiếp tục chế biến sâu và tạo ra các sản phẩm giá trị gia tăng từ vonfram. Điều này sẽ giúp cho MSR đem lại dòng tiền ổn định xuyên suốt các chu kỳ hàng hoá.
- **Techcombank (“TCB”) đạt lợi nhuận trước thuế 2.569 tỷ đồng trong Quý 1/2018, tăng gấp đôi so với mức 1.325 tỷ đồng trong Quý 1/2017:** Lợi nhuận trước thuế tăng nhờ vào tăng trưởng 26,8% của Tổng thu nhập hoạt động (“TOI”) của TCB từ mức 3.675 tỷ đồng trong Quý 1/2017 lên 4.660 tỷ đồng trong Quý 1/2018. Tỷ lệ an toàn vốn của TCB tăng lên 14,5% trong Quý 1/2018 từ mức 12,7% trong Quý 1/2017. Tại Đại Hội đồng Cổ đông Thường niên, cổ đông của Techcombank đã thông qua kế hoạch đạt lợi nhuận trước thuế là 10.000 tỷ đồng, tăng 24,4% so với năm 2017.

Kết quả tài chính hợp nhất¹ của Masan Group

Các kết quả kinh doanh nổi bật

Tỷ đồng	Quý 1/2017	Quý 1/2018	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	8.540	8.274	(3,1)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	2.011	3.586	78,3%
<i>Masan Nutri-Science</i>	5.353	3.201	(40,2)%
<i>Masan Resources</i>	1.176	1.487	26,5%
Lợi nhuận gộp	2.470	2.762	11,8%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	815	1.685	106,8%
<i>Masan Nutri-Science</i>	1.279	551	(56,9)%
<i>Masan Resources</i>	363	513	41,3%
Biên lợi nhuận gộp	28,9%	33,4%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	40,5%	47,0%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	23,9%	17,2%	
<i>Masan Resources</i>	30,8%	34,5%	
Chi phí quản lý và bán hàng (SG&A)²	(1.714)	(1.409)	(14,7)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(838)	(903)	7,7%
<i>Masan Nutri-Science</i>	(714)	(375)	(47,5)%
<i>Masan Resources</i>	(59)	(66)	13,0%
SG&A trên doanh thu thuần	19,3%	17,0%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	41,7%	25,2%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	13,3%	11,7%	
<i>Masan Resources</i>	5,0%	5,0%	
Lợi nhuận từ Công ty liên kết³	325	517	59,0%
Khấu hao và phân bổ	720	737	2,3%
EBITDA	1.863	2.606	39,9%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	194	1.004	417,4%
<i>Masan Nutri-Science</i>	727	341	(53,1)%
<i>Masan Resources</i>	634	787	24,2%
<i>Techcombank Contribution</i>	325	517	59,1%
Biên EBITDA	21,8%	31,5%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	9,6%	28,0%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	13,6%	10,6%	
<i>Masan Resources</i>	53,9%	52,9%	
Chi phí tài chính thuần	(789)	(695)	(11,8)%
<i>Doanh thu từ hoạt động tài chính</i>	134	86	(35,7)%
<i>Chi phí tài chính</i>	(923)	(781)	(15,3)%
Chi phí khác	(3)	(2)	(34,0)%
Thuế thu nhập doanh nghiệp	(89)	(150)	68,9%
Lợi nhuận thuần	263	1.022	289,0%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty	237	816	244,3%

¹ Số liệu tài chính dựa vào số liệu từ ban điều hành, theo tiêu chuẩn của Kế Toán Việt Nam.

² Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp hợp nhất của MSN lớn hơn chi phí của các ngành kinh doanh do chi phí từ công ty mẹ.

³ Bao gồm đóng góp lợi nhuận của Techcombank.

Các kết quả nổi bật khác

Tỷ đồng	2016	2017	Quý 1/2018
Tiền và tương đương tiền⁴	15.290	8.154	5.641
Nợ vay	41.091	34.796	34.597
Nợ vay ngắn hạn	8.618	9.166	8.942
Nợ vay dài hạn	32.472	25.630	25.655
Tổng tài sản	73.039	63.529	61.808
Tổng vốn sở hữu	20.313	20.225	19.580
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đông thiểu số	15.276	14.837	14.848
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)	1.138	1.047	1.047
Cổ phiếu đã phát hành	1.147	1.157	1.157
Cổ phiếu quỹ	(9)	(110)	(110)

Các chỉ số tài chính tiêu biểu⁵

Tỷ đồng	2016	2017	Quý 1/2018
Nợ vay/EBITDA	4,2x	3,7x	3,4x
ROA bình quân	5%	5%	7%
ROE bình quân	18%	21%	24%
FFO⁶ / Nợ vay	13%	10%	12%
FCF⁷	4.449	4.199	714
Vòng quay tiền mặt	48	41	51
Số ngày tồn kho	65	61	80
Số ngày phải thu	13	13	13
Số ngày phải trả	30	33	43
CAPEX	(2.921)	(2.111)	(676)

⁴ Tiền và tương đương tiền bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kì hạn từ 3 đến 12 tháng) và các khoản được nhận liên quan đến hoạt động ngân quỹ và các khoản đầu tư.

⁵ Chỉ số tài chính hàng quý được tính bằng cách dựa trên EBITDA và lợi nhuận sau thuế trong 12 tháng liền kề.

⁶ FFO: Tiền từ hoạt động thuần – được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho doanh thu tài chính thuần không bao gồm khoản thu một lần từ việc bán trái phiếu chuyển đổi của TCB trong năm 2017 và điều chỉnh cho thuế thu nhập doanh nghiệp trong giai đoạn báo cáo.

⁷ FCF: Dòng tiền thuần được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho thay đổi trong vốn lưu động, thuế thu nhập doanh nghiệp và chi phí đầu tư Capex.

Dự báo kết quả tài chính năm 2018

Công ty dự báo kết quả doanh thu thuần và lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông của Công ty hợp nhất năm 2018 như sau:

Tỷ đồng	2017	Dự báo 2018 (Mức thấp)	Dự báo 2018 (Mức cao)	Mức thấp 2018 so với 2017	Mức cao 2018 so với 2017
Doanh thu thuần	37.621	45.150	47.000	20%	25%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	<i>13.526</i>	<i>17.900</i>	<i>19.500</i>	<i>32%</i>	<i>44%</i>
<i>Masan Nutri-Science</i>	<i>18.690</i>	<i>19.950</i>	<i>19.500</i>	<i>7%</i>	<i>4%</i>
<i>Masan Resources</i>	<i>5.405</i>	<i>7.300</i>	<i>8.000</i>	<i>35%</i>	<i>48%</i>
EBITDA⁸	9.397	11.150	11.900	19%	27%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty	3.103	3.400	4.000	10%	29%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty (sau khi đã loại trừ các khoản thu nhập/chi phí bất thường)	2.170⁹	3.400	4.000	57%	84%
<i>Biên EBITDA</i>	<i>25,0%</i>	<i>24,7%</i>	<i>25,3%</i>		
<i>Biên Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty (sau khi đã loại trừ các khoản thu nhập/chi phí bất thường)</i>	<i>5,8%</i>	<i>7,5%</i>	<i>8,5%</i>		

- **Doanh thu thuần hợp nhất được dự báo sẽ tăng trưởng trên 20% do tăng trưởng hai chữ số của Masan Consumer Holdings và Masan Resources**
 - MCH được dự báo sẽ tăng trưởng trên 30%, nhờ vào chiến lược chuyển đổi sang các sản phẩm cao cấp và phát triển cho các sản phẩm mới trong ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi, kết hợp với đà tăng trưởng tốt của lĩnh vực đồ uống và thịt chế biến.
 - Phụ thuộc vào sự phục hồi của thị trường thức ăn chăn nuôi, doanh thu thuần của MNS được kỳ vọng sẽ duy trì ở mức khoảng 19.500 – 19.950 tỷ đồng trong năm 2018 do thị trường thức ăn chăn nuôi cần khoảng 6 tháng (từ nái đến heo con) để phục hồi hoàn toàn.
 - MSR được dự báo sẽ tăng trưởng trên 30% do giá vonfram phục hồi và hiệu quả hoạt động được cải thiện.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty (sau khi đã loại trừ các khoản thu nhập/chi phí bất thường) được dự báo sẽ tăng trưởng cao hơn 3 lần so với tăng trưởng doanh thu thuần, chủ yếu là do các khoản đầu tư vào quản lý và bán hàng hiệu quả và MCH đóng góp cao hơn**
 - Chi phí quản lý và bán hàng theo tỷ lệ phần trăm của doanh thu cho năm 2018 được dự báo sẽ giảm 350 điểm cơ bản so với năm 2017 do trong năm 2017 đã thực hiện các khoản đầu tư một lần tại MCH (chiến lược giảm tồn kho tại hệ thống phân phối) và MNS (chương trình khách hàng thân thiết để tăng thêm thị phần).
 - Ban Điều hành kỳ vọng MCH sẽ đóng góp hơn 40% doanh thu thuần hợp nhất của Công ty so với mức 36% trong năm 2017, điều này sẽ giúp cho biên lợi nhuận hợp nhất được cải thiện. Cụ thể là biên lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty đạt 8,0% trong năm 2018 so với mức 5,8% trong năm 2017.

⁸ EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại. Đóng góp của công ty liên kết Techcombank (TCB) được đưa vào do đóng góp lợi nhuận của TCB vào MSN cao.

⁹ Lợi nhuận thuần sau thuế và lợi ích của cổ đông thiểu số (đã loại trừ các khoản thu nhập/chi phí bất thường) không bao gồm khoản lời 933 tỷ đồng từ việc bán trái phiếu chuyển đổi của TCB trong năm 2017.

- Lợi nhuận có khả năng tăng thêm nhờ vào việc giảm nợ vay và giảm tỷ lệ cổ đông thiểu số.
- **Nhận định của Ban Điều hành về các rủi ro có thể ảnh hưởng đến kết quả dự báo mức cao trong năm 2018**
 - MNS: giá nguyên liệu đầu vào tăng mạnh và MNS hiện đang chưa chuyển mức chi phí tăng thêm đó cho người tiêu dùng; giá heo vẫn có khả năng quay lại mức thấp là 30.000 đồng/kg; và thị trường thức ăn chăn nuôi vẫn còn cần thêm thời gian để phục hồi.
 - MCH: sức mua các sản phẩm mới của MCH thấp trong giai đoạn đầu tung hàng và trì hoãn thời gian tung hàng đối với các sản phẩm mới.
 - MSR: giá vonftam giảm dưới mức trung bình là 300 USD/mtu trong năm 2018 và hàm lượng quặng không cao như kế hoạch của mỏ.
- **Thông tin chi tiết hơn sẽ được đề cập trong phần Thảo luận Kết quả kinh doanh.**

Thảo luận Kết quả Kinh doanh

Masan Consumer Holdings

Tăng trưởng đột phá nhờ vào việc chuyển đổi thành công mô hình kinh doanh từ “bán hàng hoá” sang “xây dựng thương hiệu”. Các sáng kiến chiến lược trong năm 2017 đã mang lại kết quả với tăng trưởng hơn 30% doanh thu và có khả năng đem lại tăng trưởng lợi nhuận cao hơn nữa trong năm 2018.

- Doanh thu thuần của MCH trong Quý 1/2018 tăng 78,3% lên 3.586 tỷ đồng so với 2.011 tỷ đồng trong Quý 1/2017 nhờ vào việc chuyển đổi khách hàng sang các sản phẩm cao cấp và tung ra các sản phẩm mới trong ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi, và kết hợp với đà tăng trưởng tốt của lĩnh vực đồ uống và thịt chế biến.
- Hàng tồn kho được duy trì ở mức tối ưu là 2 đến 3 tuần bán hàng, bằng cuối năm 2017. Ngoài ra, MCH đã giảm bớt các chi phí khuyến mãi và đầu tư trọng tâm vào marketing để xây dựng các thương hiệu mạnh. Kết quả là EBITDA tăng 417,4% trong Quý 1/2018 so với cùng kỳ năm trước. Bằng việc đầu tư trọng tâm vào marketing, MCH hiện trở thành top ba công ty quảng cáo lớn và hiệu quả nhất trong năm 2018.

Tỷ đồng	Quý 1/2017	Quý 1/2018	Tăng trưởng
Doanh thu¹⁰	2.011	3.586	78,3%
Gia vị	764	1.565	104,8%
Thực phẩm tiện lợi ¹¹	596	976	63,7%
Thịt chế biến	34	36	5,6%
Cà phê	166	298	79,5%
Đồ uống (Không cồn)	363	514	41,7%
Bia	14	91	564,1%
Khác ¹²	76	107	40,8%
Lợi nhuận gộp	815	1.685	106,8%
EBITDA	194	1.004	417,4%

- **Tăng trưởng ngành hàng gia vị đến từ sự phục hồi của những nhãn hiệu trụ cột và các sản phẩm mới cao cấp được tung ra trong 2017:** Doanh thu thuần của ngành hàng gia vị trong Quý 1/2018 tăng trưởng 104,8% lên 1.565 tỷ đồng từ 764 tỷ đồng trong Quý 1/2017. Những nhãn hiệu trụ cột như Nam Ngư và Chin-su tiếp tục đóng góp vào tăng trưởng doanh thu, trong đó tăng trưởng sản lượng đóng góp 74%, và phần còn lại đến từ giá bán trung bình của sản phẩm cao hơn. Đáng chú ý là người tiêu dùng đang bắt đầu chuyển sang sử dụng các sản phẩm cao cấp hơn, minh chứng bằng tăng trưởng 323% của nước mắm Chin-su so với mức tăng trưởng 78% của nước mắm Nam Ngư. Nước tương cũng đang cho thấy xu hướng tương tự, doanh thu từ nhãn hiệu Chin-su (tăng 136%) tăng nhanh hơn Tam Thái Tử (tăng 29%). Ngoài ra, sản phẩm nước mắm cao cấp mới tung trong năm 2017 bao gồm “Nam Ngư Phú Quốc” (tung vào Quý 2/2017), “Nam Ngư Nhãn Vàng” (tung vào Quý 4/2017) và “Chin-su Mặn Mà” (tung vào Quý 4/2017) đã giúp cho thị phần nước mắm của Công ty tăng thêm được 1,5% trong Quý 1/2018 so với Quý 1/2017 và điều này giúp cho mức đóng góp của các sản phẩm cao cấp trong ngành hàng nước mắm tăng lên từ 4% trong Quý 1/2017 lên 15% trong Quý 1/2018. Tất cả các sản phẩm này đang được bán với giá cao hơn 1,5 – 3 lần so với danh mục sản phẩm trung cấp và đây cũng là chiến lược

¹⁰ Số liệu dựa vào thông tin của ban quản trị.

¹¹ Bao gồm mì ăn liền và cháo ăn liền.

¹² Bao gồm ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu.

của MCH trong việc tạo ra thị hiếu tiêu dùng trong phân khúc cao cấp. Hàng tồn kho tại hệ thống phân phối trong ngành hàng gia vị là 360 tỷ đồng tính đến cuối tháng 3/2018, so với 494 tỷ đồng vào cuối năm 2017 và 763 tỷ đồng vào cuối tháng 3/2017. Do hàng tồn kho không tăng, cộng với việc doanh thu đến nhà phân phối (“sell-in”) giảm do chiến lược giảm tồn kho trong Quý 1/2017, tăng trưởng doanh thu bán hàng đến người tiêu dùng (“sell-out”) trong Quý 1/2018 là minh chứng cho tăng trưởng kết quả kinh doanh của MCH. Doanh thu bán hàng đến người tiêu dùng trong Quý 1/2018 tăng 65% cho ngành hàng này, trong đó sản lượng đóng góp đến 50% tăng trưởng. Ban Điều hành ước tính doanh thu cho cả năm 2018 sẽ đạt khoảng 6.000 - 7.000 tỷ đồng nhờ vào chuyển đổi các sản phẩm cao cấp và phát kiến mới cho các sản phẩm mới trong các ngành hàng chủ chốt.

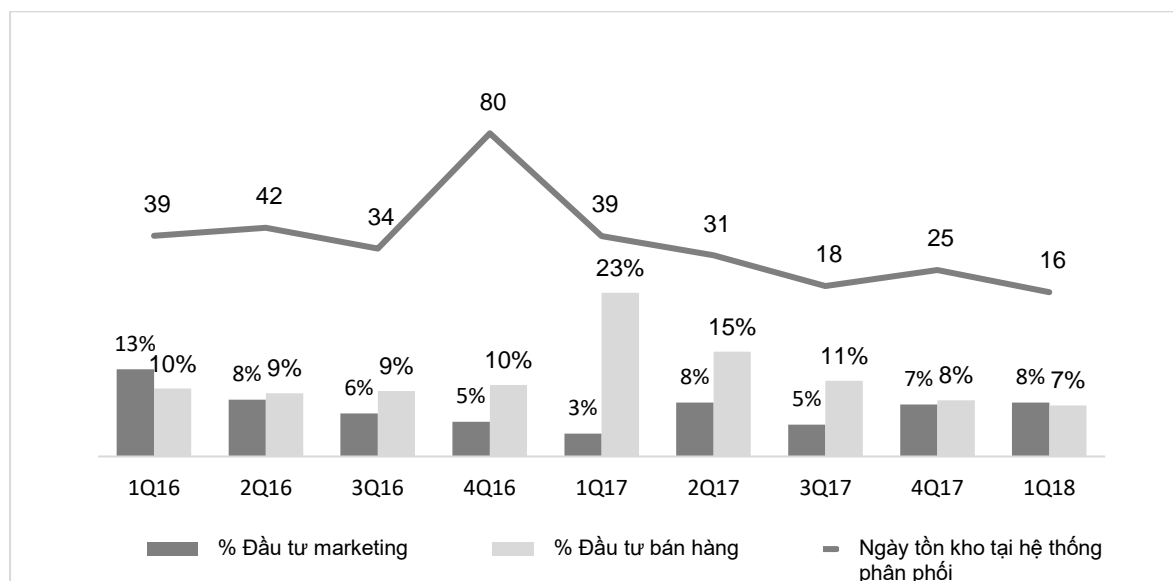
- **Đà tăng trưởng mạnh mẽ của ngành hàng thực phẩm tiện lợi đến từ sự phục hồi của các nhãn hiệu trụ cột và phát kiến mới cho giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh:** Doanh thu thực phẩm tiện lợi tăng 63,7% lên 976 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với 596 tỷ đồng trong Quý 1/2017. Tăng trưởng sản lượng là động lực thúc đẩy ngành hàng này, đóng góp 90% tăng trưởng trong Quý 1/2018 so với cùng kỳ. Tăng trưởng doanh thu hàng bán đến người tiêu dùng tăng trưởng mạnh mẽ ở mức 52%, trong khi hàng tồn kho tại hệ thống phân phối thấp hơn, ở mức 152 tỷ đồng vào cuối tháng 3/2018, so với 172 tỷ đồng vào cuối năm 2017 và 218 tỷ đồng vào cuối tháng 3/2017. Mức tăng trưởng trở lại này đến từ doanh thu lớn hơn từ phân khúc sản phẩm cao cấp với tăng trưởng doanh thu bán hàng đến người tiêu dùng của Omachi tăng 89% trong Quý 1/2018 so với Quý 1/2017. Sản phẩm “Mì ly Omachi với cây thịt thật” tiếp tục đánh dấu chiến lược bổ sung các phát kiến mới nhằm mang đến bữa ăn hoàn chỉnh với mức đóng góp 7-8% vào tổng doanh thu của nhãn hiệu Omachi so với 3% trong Quý 4/2017 (quý đầu tiên tung hàng). Việc tung sản phẩm mới phục vụ giới trẻ và thâm nhập vào ngành mì sợi cao cấp sẽ là những động lực mới giúp thúc đẩy tăng trưởng. Ban Điều hành kỳ vọng doanh thu thực phẩm tiện lợi sẽ đạt khoảng 4.500 tỷ đồng trong cả năm 2018.
- **Đà tăng trưởng của thịt chế biến đến từ xúc xích “Heo Cao Bồi”:** Thịt chế biến là một trong những ngành hàng tăng trưởng nhanh nhất của MCH. Sau giai đoạn tăng trưởng khoảng 6 lần trong năm 2017, doanh thu ngành hàng này được kỳ vọng sẽ tăng gấp đôi trong năm 2018. Sự tăng trưởng này chủ yếu đến từ nhãn hiệu mẹ “Heo Cao Bồi”, với sản phẩm chủ lực là xúc xích trong năm 2017. Vào tháng 12/2017, MCH tung Thịt viên Heo Cao Bồi 3 phút nhằm mở rộng nhãn hiệu mẹ ra các ngành thịt chế biến và giải pháp cho bữa ăn. Sản phẩm xúc xích tiết trùng cao cấp dự kiến sẽ tung vào nửa đầu năm 2018 sẽ tiếp tục khẳng định vị thế của nhãn hiệu trong ngành hàng và giúp mở rộng danh mục sản phẩm snack từ thịt. Ngoài ra, liên doanh với đối tác từ Hàn Quốc vào Quý 2/2018 sẽ tiếp tục đẩy mạnh tăng trưởng bằng việc áp dụng các công nghệ mới hàng đầu và kiến thức từ đối tác. Ban Điều hành sự kiện doanh thu từ thịt chế biến sẽ tăng lên hơn 500 tỷ đồng trong 2018.
- **Doanh thu thuần cà phê tăng 79,5%:** Ngành hàng cà phê của MCH (không bao gồm Wake-Up 247 do thuộc lĩnh vực đồ uống) ghi nhận doanh thu 298 tỷ đồng trong Quý 1/2018, tăng 79,5% so với 166 tỷ đồng trong Quý 1/2017, với tăng trưởng hầu như đến từ tăng trưởng sản lượng. Tăng trưởng doanh thu hàng bán đến người tiêu dùng ở mức 16% do hàng tồn kho giảm còn 122 tỷ đồng vào cuối tháng 3/2018, so với 201 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Doanh thu ngành hàng cà phê trong năm 2018 dự kiến sẽ đạt mức 1.700 – 2.000 tỷ đồng.
- **Doanh thu từ đồ uống tăng nhờ vào tăng trưởng của nước tăng lực:** Doanh thu thuần của lĩnh vực đồ uống đạt 514 tỷ đồng Quý 1/2018, tăng 41,7% so với Quý 1/2017, chủ yếu đến từ tăng trưởng doanh thu 75,7% của nước tăng lực lên 358 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với 204 tỷ đồng trong Quý 1/2017. Tăng trưởng của nước tăng lực đến từ việc mở rộng hệ thống phân phối toàn quốc và thương hiệu mạnh

Wake-Up 247. Doanh thu hàng bán đến người tiêu dùng trong Quý 1/2018 tăng 32% so với cuối năm 2017, với mức tồn kho được duy trì ở mức 82 tỷ đồng vào cuối tháng 3/2018 so với 62 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Nhân hiệu nước tăng lực mới “Compact” được tung vào tháng 4/2018 sẽ góp phần thúc đẩy tăng trưởng thị phần trong ngành hàng tăng trưởng nhanh này. Nhìn chung, Ban Điều hành kỳ vọng lĩnh vực đồ uống sẽ đem lại doanh thu khoảng 3.000 tỷ đồng trong 2018.

- **Bia tăng trưởng trở lại:** Bia tăng trưởng trở lại với doanh thu thuần tăng trưởng 564,1% trong Quý 1/2018, đạt 91 tỷ đồng so với 14 tỷ đồng trong Quý 1/2017, nhờ vào đà tăng trưởng trong nửa cuối năm 2017 với việc tái tung nhân hiệu Sư Tử Trắng. Việc tung sản phẩm bia cao cấp mới vào cuối tháng 4/2018 và mở rộng hệ thống phân phối sẽ góp phần thúc đẩy tăng trưởng, và Masan sẽ tiếp tục hoàn thiện việc xây dựng một danh mục sản phẩm bia hoàn thiện tại tất cả các mức giá cho các phân khúc khách hàng khác nhau. Doanh thu thuần năm 2018 của ngành bia được kỳ vọng sẽ đạt 1.000-1.200 tỷ đồng.

Hàng tồn kho tại hệ thống phân phối

Tỷ đồng ¹³	Quý 4/2016	Quý 1/2017	Quý 4/2017	Quý 1/2018
Mức tồn kho ¹⁴	2.220	1.517	1.016	785
Số ngày tồn kho ¹⁵	80	39	25	16
% Chi phí marketing trên doanh thu	5%	3%	7%	8%
% Chi phí bán hàng trên doanh thu	10%	23%	8%	7%
Biên EBITDA	28%	10%	26%	28%



■ Phân tích lợi nhuận: hoàn tất chiến lược giảm tồn kho giúp cải thiện biên lợi nhuận

- Biên lợi nhuận gộp tăng 647 điểm cơ bản lên 47,0% trong Quý 1/2018 nhờ vào các sản phẩm cao cấp trong ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi, tăng trưởng của các sản phẩm có biên lợi nhuận cao đặc biệt là gia vị và nước tăng lực, hiệu quả vận hành của bia được cải thiện, bù vào giá nguyên liệu đầu vào tăng cao hơn.

¹³ Thông tin dựa trên số liệu của Ban Điều hành và số liệu chưa kiểm toán.

¹⁴ Hàng tồn kho của nhà phân phối là giá trị của hàng tồn kho của nhà phân phối (dựa vào giá bán cho nhà phân phối (“sell-in”) của MCH).

¹⁵ Số ngày hàng tồn kho ở nhà phân phối được tính dựa trên công thức: Giá trị hàng tồn kho ở nhà phân phối chia cho doanh thu bán ra cho người tiêu dùng (“Sell-out”) trong quý kế tiếp, nhân cho 90 ngày.

- Biên EBITDA trong Quý 1/2018 tăng lên 28,0% so với mức 9,6% trong Quý 1/2017, chủ yếu nhờ vào việc hoàn tất chiến lược giảm hàng tồn kho và các chi phí liên quan. Tỷ lệ chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp trên doanh thu của MCH giảm mạnh từ 41,7% trong Quý 1/2017 còn 25,2% trong Quý 1/2018.
- Masan Consumer, một công ty con đang niêm yết trên sàn UpCoM, đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông là 780 tỷ đồng trong Quý 1/2018, tăng khoảng 6,5 lần do doanh thu và biên lợi nhuận tăng.
- **Tăng trưởng doanh thu gộp và lợi nhuận thuần được kỳ vọng sẽ tăng trưởng lần lượt là 30% và 50%:** Theo mức dự báo doanh thu thuần trong năm 2018, MCH kỳ vọng sẽ có được biên lợi nhuận gộp tương tự và đạt mức hơn 4.000 tỷ đồng trong 2018, tăng 50% so với năm 2017. Masan Consumer, công ty con đang niêm yết của MCH, được kỳ vọng sẽ đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông là 3.100 đến 3.400 tỷ đồng.

Masan Nutri-Science

Doanh thu thuần của Masan Nutri-Science bị ảnh hưởng do giá heo thấp. Triển vọng đang cải thiện do giá heo tăng trở lại:

Tỷ đồng ¹⁶	Quý 1/2017	Quý 1/2018	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	5.353	3.201	(40,2)%
Biên lợi nhuận gộp	23,9%	17,2%	(6,7)%
EBITDA	727	341	(53,1)%

- Doanh thu thuần của MNS tiếp tục bị ảnh hưởng bởi giá heo giảm sâu kỷ lục, với giá heo khoảng 30.000 đồng/kg trong gần cả năm 2017 và Quý 1/2018. Tuy nhiên, giá heo đang dần tăng trở lại, và đạt mức 40.000 đồng/kg – mức cao đầu tiên kể từ cuộc khủng hoảng. Ban Điều hành nhìn nhận mức giá này sẽ được duy trì do sự thiếu hụt nguồn cung heo. Với mức giá này, người nông dân sẽ có được lợi nhuận cao hơn và sẽ bắt đầu đầu tư trở lại. Sản lượng thức ăn cho heo được kỳ vọng sẽ tăng mạnh do nông dân bắt đầu cho heo ăn đầy đủ trở lại và tăng quy mô đàn. Ban Điều hành kỳ vọng dòng sản phẩm cao cấp Bio-zeem “Đỏ” sẽ tăng trưởng thị phần trở lại do nông dân chuyển sang sử dụng các sản phẩm cao cấp.
- Thị trường thức ăn chăn nuôi đã giảm từ 6,3 triệu tấn trong năm 2016 xuống 3,4 triệu tấn trong năm 2017, làm doanh thu thuần của MNS giảm 40,2% trong Quý 1/2018 xuống 3.201 tỷ đồng. Ngoài ra, việc giảm thị phần thức ăn chăn nuôi cho heo còn đến từ việc nông dân chuyển từ các sản phẩm thức ăn chăn nuôi hiệu suất cao sang các sản phẩm thức ăn tự làm, trong đó, 0,7 triệu tấn thức ăn là do nông dân tự trộn. Bio-zeem “Xanh”, sản phẩm thức ăn chăn nuôi trung cấp được kỳ vọng sẽ thúc đẩy nông dân chuyển từ các sản phẩm thức ăn tự trộn sang các sản phẩm thức ăn chăn nuôi hiệu suất cao.
- **Phân tích biên lợi nhuận:** Lợi nhuận gộp biên giảm 6,7% do giá heo còn giảm nên MNS không chuyển chi phí nguyên vật liệu tăng sang người chăn nuôi. Ngoài ra, đóng góp doanh thu cao hơn từ Bio-zeem “Xanh”, vốn là sản phẩm trung cấp, làm cho biên lợi nhuận gộp thấp hơn.
 - **Biên lợi nhuận gộp giảm 668 điểm cơ bản:** Biên lợi nhuận gộp của MNS giảm còn 17,2% trong Quý 1/2018 so với mức 23,9% trong Quý 1/2017.
 - **Biên EBTDA giảm 293 điểm cơ bản:** EBITDA trong Quý 1/2018 giảm 53,1% xuống 341 tỷ đồng so với Quý 1/2017 do doanh thu thấp hơn và mức đóng góp cao hơn của dòng sản phẩm trung cấp Bio-zeem “Xanh”.
 - **Biên lợi nhuận thuần:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty của MNS đạt 80 tỷ đồng, giảm 73,7% so với Quý 1/2017. Biên lợi nhuận thuần giảm là do doanh thu giảm nhưng vẫn duy trì các chi phí cố định và mức đóng góp cao hơn của Bio-zeem “Xanh” đã đề cập ở trên.
- **Bắt đầu bán thịt có thương hiệu vào cuối năm 2018:** MNS đang đi đúng hướng trong việc bán các sản phẩm thịt có thương hiệu vào cuối năm 2018. Với việc đưa trang trại chăn nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An đi vào hoạt động, và việc khởi công tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam vào tháng 2/2018, MNS đang tiến gần hơn đến mục tiêu bán các sản phẩm thịt có thương hiệu, truy xuất được nguồn gốc đến người tiêu dùng trong Quý 4/2018. Khi đi vào hoạt động hoàn chỉnh, trang trại tại Nghệ An có thể cung cấp khoảng 250.000 heo thịt/năm trong khi tổ hợp chế biến thịt có thể chế biến khoảng 1,4 triệu con heo/năm. Việc bán thịt có thương hiệu là một cột mốc quan trọng, đến từ mục tiêu của Masan Nutri-Science là trở thành nhà cung cấp thịt có thương hiệu nhằm phụng sự nhu cầu lớn chưa được đáp ứng cho các sản phẩm thịt giá hợp lý, an toàn và truy xuất được nguồn gốc. Thông qua mô hình sản xuất thịt tích hợp,

¹⁶ Số liệu tài chính dựa vào số liệu của Ban điều hành.

Ban Điều hành tin tưởng MNS có thể đạt biên lợi nhuận 35%. Với mục tiêu này, MNS đã tuyển dụng một số nhân sự nhằm điều hành lĩnh vực thịt:

- Matthys van der Lely, Tổng Giám đốc của MNS Meat: ông Matthys có hơn 30 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực bán lẻ của nhiều mặt hàng tại các quốc gia khác nhau. Trước khi gia nhập Masan, ông từng làm việc tại Bounty Fresh Food Inc., một công ty thịt của Philippines, với vai trò là Phó Chủ tịch cao cấp của ban mua bán & sáp nhập doanh nghiệp, Phát triển dự án và Bán lẻ. Ông có vai trò trong việc xây dựng hệ thống bán lẻ thịt của Bounty Fresh Food là The Meat Market và giúp phát triển thành một nền tảng hoạt động thành công.
- Stefan Henn: Giám đốc Nghiên cứu và Phát triển (“R&D”) của MNS Meat: ông Stefan có công ty thịt riêng của gia đình tại Đức từ năm 1978. Ông có hơn 25 năm kinh nghiệm làm việc cho các công ty hàng tiêu dùng khác nhau trên thế giới như AVO Spices and Ingredients (Đức), Charcuteria Tovar C.A. (Venezuela), Taylor-Preston Master Butchers (New Zealand), Sigma Alimentos (Mexico), and Toledo (Trung Mỹ). Trước khi gia nhập Masan, ông từng làm việc tại Sanas (Nam Phi) với vai trò là Giám đốc Kỹ thuật.

Ông Stefan là Thạc sĩ về Thịt tại Đại học Kỹ thuật Heyne tại Đức.

- **Ban Điều hành kỳ vọng nửa cuối năm sẽ cải thiện do giá heo phục hồi:** Nếu thị trường thức ăn chăn nuôi cho heo phục hồi, doanh thu thuần của MNS được kỳ vọng sẽ tăng nhẹ ở mức 19.500 – 19.950 tỷ đồng trong năm 2018 do thị trường thức ăn chăn nuôi cần khoảng 6 tháng (từ heo nái đến heo con) để phục hồi hoàn toàn. Mức này vẫn thấp hơn doanh thu của năm 2016 khoảng 20%. Biên lợi nhuận cũng có thể bị ảnh hưởng do bắt đầu bán dòng sản phẩm thức ăn chăn nuôi trung cấp Bio-zeem “Xanh”, và đầu tư trọng tâm vào marketing. Tuy nhiên, Ban Điều hành kỳ vọng biên lợi nhuận sẽ cải thiện vào cuối năm khi nông dân bắt đầu ưu tiên các sản phẩm thức ăn chăn nuôi năng suất cao và sử dụng Bio-zeem “Đỏ” trở lại.

Masan Resources

Tỷ đồng	Quý 1/2017	Quý 1/2018	Tăng trưởng
Kết quả tài chính hợp nhất của Masan Resources¹⁷			
Doanh thu thuần	1.176	1.487	26,4%
EBITDA ¹⁸	634	787	24,1%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty (<i>Chuẩn mực kế toán Việt Nam</i>)	44	117	165,9%

Kết quả tài chính trong năm 2017

- Doanh thu thuần tăng 26,4%:** Doanh thu của MSR là 1.487 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với 1.176 tỷ đồng trong Quý 1/2017, nhờ vào giá hàng hóa tăng cộng với giá bán ra cao hơn (giá bán ra là mức giá chiết khấu hoặc cao hơn của MSR so với giá thị trường) cho các sản phẩm công nghiệp và hóa chất của MSR. Ban Điều hành kỳ vọng mức giá bán ra sẽ tiếp tục tăng do nguồn cung giảm và MSR tiếp tục là một nhà cung cấp các sản phẩm hóa chất và kim loại công nghiệp tin cậy. Việc hoãn bán sản phẩm đồng trong Quý 1/2018 là để cải thiện mức chốt giá bán ra. Nếu không tính việc trì hoãn này, doanh thu thuần của MSR đã có thể đạt thêm được gần 265 tỷ đồng.
- EBITDA đạt 787 tỷ đồng:** EBITDA của MSR tăng trưởng 24,1% từ 634 tỷ đồng trong Quý 1/2017. Việc hoãn bán sản phẩm đồng không làm ảnh hưởng đến biên EBITDA trong Quý 1/2018, vẫn đạt mức 53,0% như Quý 1/2017. Ngoài việc môi trường giá cả hàng hóa thuận lợi, kết quả này phản ánh các sáng kiến của Ban Điều hành nhằm cải thiện hiệu quả vận hành và nỗ lực quản lý chi phí sản xuất dù giá hàng hóa cao đồng nghĩa với việc giá các chất xúc tác dùng trong sản xuất cũng sẽ cao hơn. Ban Điều hành sẽ áp dụng một hệ thống phân tích dữ liệu tốt hơn, giúp cho MSR không những xử lý được những biến động về giá, mà còn đẩy mạnh tăng cường khả năng kiểm soát chi phí và gia tăng năng suất.
- Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông tăng 165,9%:** MSR ghi nhận kết quả lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông kỷ lục ở mức 117 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với Quý 1/2017.
- Công ty liên doanh hiện đang sở hữu nhà máy chế biến hóa chất vonfram đạt lợi nhuận sau thuế là 98 tỷ đồng. EBITDA Quý 1/2018 đạt 154 tỷ đồng, tăng gần 3 lần so với cùng kỳ năm trước.

Phát triển thị trường: Đà tăng giá tiếp diễn, có phải giá hàng hóa đang bị ảnh hưởng theo cấu trúc cung cầu?

Giá hàng hoá trung bình ¹⁹	Đơn vị	Trung bình Quý 1/2017	Trung bình Quý 1/2018	% Thay đổi	Vào ngày 31/3/2017	Vào ngày 31/3/2018
Giá APT Châu Âu mức thấp	USD/MTU ²⁰	191	319	67,0%	208	325
Giá Bismuth mức thấp	USD/lb	4,5	5,1	13,3%	4,5	5,2
Đồng	USD/t	5.831	6.951	19,2%	5.849	6.685
Florit cấp axit ²¹	USD/t	281	486	73,0%	330	500

- Tăng trưởng kinh tế cao trong năm 2017 sẽ tiếp tục trong năm 2018 giúp nhu cầu cho các hóa chất và kim loại công nghiệp được duy trì.

¹⁷ Số liệu tài chính dựa vào số liệu của Ban điều hành chưa qua kiểm toán.

¹⁸ Lợi nhuận trước lãi vay, thuế, khấu hao (EBITDA) đã loại trừ các khoản thu nhập và chi phí khác.

¹⁹ Metals Bulletin.

²⁰ 1 MTU bằng 10kg. Ước lượng doanh thu cho 1 tấn tungsten, nhân số MTU với 100, giá USD trên 1 MTU và % giá thực nhận được (giá này phụ thuộc vào tính chất của hợp đồng và tính chất hóa học của sản phẩm hóa chất tungsten).

²¹ Industrial Minerals

- Chính sách thanh tra môi trường của Trung Quốc vẫn đang tác động đến nguồn cung. Chính phủ đã áp dụng những quy định khắt khe hơn về quy trình thanh tra và tiêu chuẩn xả thải, làm nhiều nhà máy và cơ sở chế biến phải đóng cửa tại hơn 28 thành phố khắp các tỉnh thành của Trung Quốc. Các nhà máy kim loại và hóa chất không đáp ứng tiêu chuẩn xả thải ở Trung Quốc phải lựa chọn giữa việc nâng cấp hệ thống xử lý thải, vốn có thể mất nhiều tháng hay nhiều năm để thực hiện, hoặc là phải đóng cửa ngay lập tức.
- Yếu tố cung và cầu đã đề cập ở trên dẫn đến sự thiếu hụt nguồn cung nghiêm trọng trong thị trường hàng hóa, đặc biệt là vonfram với phần lớn nguồn cung là từ Trung Quốc. Sự thiếu hụt này không chỉ thể hiện ở việc giá hàng hóa tăng liên tục trong 6 tháng vừa qua, mà có thể kéo dài.

Các kết quả hoạt động chính: Nhờ vào tăng năng suất + phát kiến mới

Tổng kết hoạt động sản xuất	Đơn vị	Quý 1/2017	Quý 1/2018	Tăng trưởng
Quặng chế biến	nghìn tấn	962	916	(4,8)%
Tinh quặng vonfram	tấn	1.869	1.421	(24,0)%
Đơn vị tương đương vonfram ²²	tấn	3.934	2.950	(25,0)%

- Nhờ vào việc nâng cấp nhà máy, Ban Điều hành đã có thể khai thác được tài nguyên một cách hiệu quả hơn. Theo đó, Ban điều hành đã quyết định, sau khi tham khảo giá hàng hóa hiện thời, tận dụng quặng phẩm cấp thấp hơn trong Quý 1/2018 so với cùng kỳ năm trước, đặc biệt cho vonfram và fluorspar.
- Trong Quý 1/2018, nhà máy đã ngừng hoạt động 5 ngày để bảo trì theo kế hoạch, dẫn đến việc giảm 4,8% lượng quặng sản xuất được so với Quý 1/2017.
- Quy trình tuyển vonfram đang được nâng cấp nhằm cải thiện tỷ lệ thu hồi vonfram và đang dần được hoàn thiện để đạt được tỷ lệ thu hồi lên đến 70-75% trong Quý 4/2018, tăng đáng kể từ mức 65%

Triển vọng tài chính và chiến lược 2018:

- Với kết quả Quý 1/2018 và giá hàng hoá hiện tại, Ban Điều hành đang đi đúng hướng để đạt mục tiêu doanh thu thuần và lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty tương ứng là 7.300 – 8.000 tỷ đồng và 600 – 1.000 tỷ đồng.
- Bên cạnh giá hàng hoá biến động, kết quả tài chính của MSR có thể bị ảnh hưởng bởi các sáng kiến của công ty nhằm tối ưu hoá nhà máy chế biến hoá chất vonfram, giúp thu mua và chế biến thêm gần 3.000 tấn, tương đương gần 50% lượng hoá chất Núi Pháo có thể cung cấp. Sáng kiến này là một phần chiến lược của MSR nhằm gia tăng thị phần hoá chất vonfram toàn cầu và cải thiện lợi nhuận. Trong năm 2017, công ty liên doanh, vốn đang sở hữu nhà máy chế biến hoá chất vonfram, đạt EBITDA là 398 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế là 195 tỷ đồng. Trong năm 2018, lợi nhuận của công ty liên doanh được kỳ vọng sẽ tăng gấp đôi.
- MSR sẽ tiếp tục tìm kiếm các cơ hội nhằm đạt được tầm nhìn là trở thành một công ty chế biến sâu hoá chất công nghiệp và kim loại với quy mô toàn cầu.

²² Các sản phẩm hoàn thiện của Núi Pháo được quy đổi sang đơn vị tương đương vonfram

Techcombank

- **Tăng trưởng vững chắc nhờ tập trung vào khách hàng:** Trong Quý 1/2018, Techcombank (“TCB” và “Ngân hàng”) đạt tăng trưởng Tổng lợi nhuận hoạt động (“TOI”) 26,8% lên 4.660 tỷ đồng trong Quý 1/2018 so với 3.675 tỷ đồng trong Quý 1/2017 theo đà tăng trưởng mạnh trong năm trước nhờ vào phương châm “đặt khách hàng vào trung tâm”.
- **Hiệu quả hoạt động tăng giúp cải thiện lợi nhuận:** Lợi nhuận trước thuế tăng lên 2.569 tỷ đồng, gần gấp đôi so với mức 1.325 tỷ đồng trong Quý 1/2017. Trong Quý 1/2018, tỷ số lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) (không bao gồm các thu nhập một lần) tăng lên 17,9% so với 15,5% trong Quý 1/2017.
- **Củng cố bảng cân đối kế toán:** Vào cuối Quý 1/2018, tỷ số an toàn vốn của TCB đạt 14,5%, tăng từ 12,7% vào cuối năm 2017, cao hơn mức tối thiểu được quy định bởi Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng cũng giảm trong cùng kỳ, xuống 1,87% từ 1,89% trong Quý 1/2017.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Masan tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Công ty là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho 90 triệu người dân Việt Nam. Masan hiện thực hóa tầm nhìn này bằng cách thúc đẩy năng suất thông qua những phát kiến mới, áp dụng công nghệ, xây dựng thương hiệu mạnh, và tập trung hiện thực hóa những cơ hội lớn gắn với cuộc sống hằng ngày của đại đa số người dân.

Các công ty thành viên và liên kết của Tập đoàn Masan là những công ty dẫn đầu các ngành hàng thịt và các sản phẩm từ thịt, thực phẩm chế biến và đồ uống, tài nguyên và dịch vụ tài chính, là những lĩnh vực đang tăng trưởng cao của nền kinh tế Việt Nam.

LIÊN HỆ:

Dành cho Nhà đầu tư/ Chuyên viên phân tích

Tanveer Gill

T: +8428 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

Dành cho truyền thông

Van Nguyen

T: +8428 6256 3862

E: van.nguyen@msn.masangroup.com

Thông cáo báo chí này có những nhận định về tương lai trong các kỳ vọng, dự định hoặc chiến lược của Masan Group có thể liên quan đến những rủi ro và sự không chắc chắn. Những nhận định tương lai này, bao gồm cả những kỳ vọng của Masan Group, có chứa đựng những rủi ro, sự không chắc chắn và những yếu tố minh định hoặc tiềm ẩn, nằm ngoài tầm kiểm soát của Masan Group, có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoặc thành tích của Masan Group khác biệt rất lớn so với những nội dung được trình bày hoặc ngầm định trong các nhận định tương lai. Người đọc không nên xem những nhận định tương lai này là dự đoán, sự kiện sẽ xảy ra hoặc lời hứa về hiệu quả trong tương lai.