

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Hoàn tất chuỗi 3F, nền tảng kinh doanh F&B mang lại tăng trưởng lợi nhuận 89% cho Masan trong năm 2016

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 2 tháng 2 năm 2017 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” hoặc “Công ty”) công bố kết quả kinh doanh chưa kiểm toán của Công ty cho năm 2016.

Các cột mốc chiến lược trong năm 2016

- **Bằng việc hoàn tất nền tảng 3F (Feed – Farm – Food: Từ trang trại đến bàn ăn), Masan chính thức tham gia thị trường thịt và các sản phẩm từ thịt có giá trị 18 tỷ đô la Mỹ.** Mặc dù với quy mô tiêu dùng lớn, thị trường thịt và các sản phẩm từ thịt vẫn đang tồn tại các bất cập lớn như năng suất chăn nuôi thấp, quy mô nhỏ và không hiệu quả, không thể kiểm soát an toàn vệ sinh thực phẩm, lĩnh vực chế biến và phân phối thịt và các sản phẩm từ thịt lạc hậu và không hiệu quả (doanh nghiệp dẫn đầu chỉ chiếm 1% thị phần). Hệ quả là người tiêu dùng Việt Nam (đang phải chi gần 70% thu nhập cho thực phẩm và đồ uống) không có nhiều lựa chọn và phải trả giá quá cao cho nhu cầu về đạm động vật. Bằng việc sáp nhập Saigon NutriFood (1/2015), thành lập Masan Nutri-Science (4/2015), đầu tư chiến lược vào VISSAN (6/2016) và khởi công xây dựng trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An (11/2016), Masan đã chuyển đổi và tích hợp thành công nền tảng kinh doanh 3F (Feed – Farm – Food: Từ trang trại đến bàn ăn) và đã đạt được kết quả kinh doanh ấn tượng trong năm 2016, đóng góp hơn 50% doanh thu và lợi nhuận của toàn Tập đoàn.
- **Triển khai thành công các ứng dụng công nghệ mới trong lĩnh vực chăn nuôi và thức ăn chăn nuôi, năng lực xây dựng thương hiệu mạnh và đội ngũ lãnh đạo xuất sắc là nền tảng thành công.** Với đội ngũ lãnh đạo chuyên nghiệp và giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực FMCG (Chủ tịch HĐQT là nguyên Chủ tịch và Tổng Giám đốc của PepsiCo Việt Nam và Đông Nam Á; Tổng Giám đốc là nguyên Giám đốc Kinh doanh của Masan Consumer và các nhân sự cấp cao khác từng làm việc tại P&G, Unilever, Cargill và Masan Consumer), Masan đã chiếm vị trí dẫn đầu trong ngành hàng thức ăn chăn nuôi (không tính trại gia công) chỉ sau 18 tháng giới thiệu nhãn hiệu Bio-zeem với công thức giúp tăng 6% hiệu suất chăn nuôi. Sản phẩm Bio-zeem Super cũng là sản phẩm thức ăn chăn nuôi đầu tiên và duy nhất trên thị trường không sử dụng thuốc kháng sinh mà vẫn đảm bảo năng suất chăn nuôi và tăng cường hệ miễn dịch tự nhiên cho vật nuôi bằng việc bổ sung dẫn xuất Axit Formit – sản phẩm độc quyền toàn cầu của Tập đoàn Addcon (Đức).
- **Lĩnh vực thực phẩm và đồ uống (trừ thịt) mang lại dòng tiền ổn định:** Năm 2016, Masan Consumer đạt lợi nhuận EBITDA 3.602 tỷ đồng và trong ba năm vừa qua đã chi trả cho cổ đông tổng cổ tức bằng tiền mặt là 11.791 tỷ đồng. Với khả năng tạo ra dòng tiền lớn, Masan có thể tiếp tục đầu tư mạnh mẽ vào các sản phẩm phục vụ cho thị trường nội địa, đặc biệt là vào ngành đồ uống (tăng trưởng 69% đối với sản phẩm đồ uống đóng chai không cồn và 47% từ bia trong năm 2016) và còn có thể mở rộng thị trường ra các nước trong khu vực (từ 90 triệu người tiêu dùng Việt Nam mở rộng ra đến 250 triệu người tiêu dùng trong khu vực “Inland ASEAN”, mở đầu bằng việc giới thiệu sản phẩm nước mắm Chin-su Yod Thong tại Thái Lan).
- **Các lĩnh vực kinh doanh khác vươn lên trở thành công ty dẫn đầu:** Masan Resources (“MSR”) đã trở thành công ty sản xuất vonfram hàng đầu thế giới với thị phần gần 36% “thị trường vonfram ngoài Trung Quốc”. Ngoài ra, Masan cũng lạc quan về triển vọng tương lai của Techcombank với mạng lưới giao dịch rộng và việc trích lập dự phòng thận trọng.

Các Kết quả tài chính nổi bật năm 2016

- **Tăng trưởng doanh thu thuần 41,4%:** Trong năm 2016, Masan đạt doanh thu thuần 43.297 tỷ đồng, tăng 41,4% so với cùng kỳ năm 2015, nhờ sự tăng trưởng 40,3% doanh thu nhu yếu phẩm tiêu dùng (chiếm 90,6% doanh thu của Tập đoàn) và tăng trưởng 52,3% của MSR.
- **Tăng trưởng EBITDA (Lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao) 44,6%:** Trong năm 2016, Masan đạt EBITDA hợp nhất 9.670 tỷ đồng, tăng 44,6% so với năm 2015 nhờ vào sự đóng góp cao hơn của tất cả các lĩnh vực hoạt động. Lĩnh vực nhu yếu phẩm tiêu dùng mang về EBITDA 6.628 tỷ đồng với biên lợi nhuận 17%. Các lĩnh vực khác như Techcombank (“TCB”) đạt tăng trưởng lợi nhuận cao và EBITDA của MSR cũng tăng 66,1% trong năm 2016 so với cùng kỳ.
- **Tập đoàn Masan đạt lợi nhuận thuần cao kỷ lục trong năm 2016:** Nhờ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận cao trong tất cả các lĩnh vực kinh doanh, đồng thời việc giảm phân bổ lợi nhuận cho cổ phần thiểu số nhờ vào việc tăng cổ phần tại các công ty con, lợi nhuận thuần sau thuế của Tập đoàn đạt 3.772 tỷ đồng. Lợi nhuận thuần sau thuế sau lợi ích cổ đông thiểu số tăng trưởng 88,8% lên 2.791 tỷ đồng, nghĩa là vượt chỉ tiêu 16% của mục tiêu lợi nhuận đã điều chỉnh tăng là 2.400 tỷ đồng. Nếu cộng lại phân bổ lợi thế thương mại và tài sản vô hình do ảnh hưởng của các giao dịch M&A thì lợi nhuận thuần “tính trên tiền mặt” đạt 3.392 tỷ đồng, tăng 77,8% so với cùng kỳ 2015.

Các điểm nổi bật của Báo cáo cân đối kế toán

- **Masan đang thu được dòng tiền lớn:** Điều này mang lại niềm tin lớn hơn cho đội ngũ quản lý trong việc triển khai các sáng kiến làm tăng giá trị cho cổ đông, như việc mua lại cổ phiếu trong tháng 9 năm 2016 và lần đầu tiên công bố cổ tức bằng tiền ở mức 3.000 đồng trên mỗi cổ phiếu trong tháng 11 năm 2016.
- **Cải thiện Tỷ lệ đòn cân nợ:** Dù tiến hành các kế hoạch mua lại cổ phiếu và chia cổ tức bằng tiền gần đây, Masan đặt mục tiêu tiếp tục giảm tỷ lệ Nợ/EBITDA hợp nhất xuống 3,5x vào cuối năm 2017, bằng cách trả các khoản nợ có lãi suất cao và tiếp tục tăng trưởng lợi nhuận. Cải thiện tỷ lệ đòn cân nợ sẽ giúp giảm chi phí tài chính thuần, củng cố cấu trúc tài sản hợp nhất, và tăng sự linh hoạt tài chính giúp cho các cơ hội phát triển.

Tầm nhìn 2017

- **Đà tăng trưởng kinh doanh trong năm 2017:** Masan dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng trong tất cả những ngành trụ cột vào năm 2017 với lĩnh vực sản phẩm nhu yếu phẩm tiêu dùng đóng góp khoảng 90% doanh thu thuần. Với kỳ vọng thận trọng, Masan dự kiến mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận thuần trong khoảng 15% đến 20% trong năm 2017 so với cùng kỳ năm 2016. Thông tin chi tiết sẽ được công bố trước thềm Đại hội Cổ đông Thường niên trong tháng Tư.
- **Tốc độ tăng trưởng năm 2017 còn nhiều thách thức:** Do môi trường giá cả hàng hóa cao hơn sẽ làm tăng chi phí nguyên vật liệu đầu vào, và tăng trưởng trong nửa đầu của năm 2017 cũng sẽ bị ảnh hưởng bởi những nỗ lực của Masan nhằm thực hiện giảm tồn kho tại các nhà phân phối của mình của ngành hàng thực phẩm và đồ uống để đáp ứng cung và cầu của thị trường, đặc biệt là trong lĩnh vực thực phẩm. Điều này sẽ giúp kết quả kinh doanh nửa năm sau của Masan Consumer tăng trưởng mạnh mẽ hơn; tối ưu hóa việc quản lý chi phí và sẽ giúp tăng khả năng sinh lời của Công ty. Bên cạnh đó, lợi nhuận cả năm của Masan có thể được tăng hơn nữa do Công ty bắt đầu trả các khoản vay với lãi suất cao và tiếp tục giảm phân phối lợi nhuận cho cổ đông thiểu số bằng cách tăng tỷ lệ sở hữu tại các công ty con.
- TCB sẽ tiếp tục chiến lược thận trọng trong việc trích lập dự phòng cho các khoản nợ xấu. Điều này có thể làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của Masan trong nửa đầu năm.
- **Chiến lược vốn dài hạn:** Khoản đầu tư chiến lược của Singha vào Masan Consumer Holdings khẳng định chiến lược dài hạn của Masan nhằm phát triển ngành thực phẩm và đồ uống sâu hơn

tại thị trường nội địa và rộng hơn tại thị trường khu vực. Masan Group sẽ tiếp tục tìm kiếm những đối tác trong chiến lược để cùng “win-win” nhằm củng cố hoạt động kinh doanh các ngành hàng và có được nguồn vốn đầu tư trong tương lai.

Kết quả tài chính hợp nhất của Masan trong năm 2016 ⁽¹⁾

Tỷ đồng	FY2016	FY2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	43.297	30.628	41,4%
<i>Nhu yếu phẩm tiêu dùng</i>	<i>39.248</i>	<i>27.971</i>	<i>40,3%</i>
<i>Chuỗi giá trị thịt</i>	<i>24.423</i>	<i>14.054</i>	<i>73,8%</i>
<i>Thực phẩm & đồ uống</i>	<i>14.826</i>	<i>13.917</i>	<i>6,5%</i>
<i>Khoáng sản và sản phẩm giá trị gia tăng</i>	<i>4.049</i>	<i>2.658</i>	<i>52,3%</i>
EBITDA⁽²⁾	9.670	6.687	44,6%
<i>Nhu yếu phẩm tiêu dùng</i>	<i>6.268</i>	<i>5.086</i>	<i>30,3%</i>
<i>Chuỗi giá trị thịt</i>	<i>3.026</i>	<i>1.612</i>	<i>87,7%</i>
<i>Thực phẩm & đồ uống</i>	<i>3.602</i>	<i>3.474</i>	<i>3,7%</i>
<i>Khoáng sản và sản phẩm giá trị gia tăng</i>	<i>2.055</i>	<i>1.237</i>	<i>66,1%</i>
<i>Khác⁽³⁾</i>	<i>987</i>	<i>364</i>	<i>171,6%</i>
Lợi nhuận thuần	3.772	2.527	49,3%
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số	2.791	1.478	88,8%
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số tính theo tiền⁽³⁾	3.392	1.908	77,8%

⁽¹⁾ Số liệu tài chính dựa trên sổ sách quản lý của Công ty, tuân thủ các Tiêu chuẩn kế toán Việt Nam

⁽²⁾ EBITDA là kết quả tài chính hợp nhất của Masan sau thuế, đã bao gồm các chi phí tài chính, thuế, khấu hao và khấu trừ nợ.

⁽³⁾ Gồm lợi nhuận của Techcombank đóng góp theo tỷ lệ % Masan sở hữu và chi phí hoạt động của riêng công ty mẹ.

⁽⁴⁾ Lợi nhuận thuần tính theo tiền (hay Lợi nhuận thuần pro forma), với mỗi giai đoạn báo cáo và giai đoạn tương ứng, sẽ được tính toán bằng việc cộng lại ảnh hưởng của phân bổ lợi thế thương mại, tài sản cố định và tài sản vô hình do việc thực hiện các giao dịch M&A trước đây. Trong năm 2016, chi phí phân bổ trước lợi ích cổ đông thiểu số lên đến 768 tỷ đồng. Ban Giám đốc tin rằng số liệu này phản ánh lợi nhuận và khả năng sinh lời bằng tiền thật sự của Masan.

Phân tích tình hình kinh doanh

Chuỗi giá trị thịt và các sản phẩm từ thịt

Trong năm 2016, công ty kinh doanh chuỗi giá trị thịt và các sản phẩm từ thịt của Masan, Masan Nutri-Science (“MNS”) đạt tăng trưởng doanh thu 47% và tăng trưởng lợi nhuận 243% so với cùng kỳ 2015.

- **Tích hợp và chuyển đổi:** Động cơ thúc đẩy tăng trưởng là sản phẩm thức ăn gia súc với thương hiệu “Bio-zeem”, và việc chuyển đổi thành mô hình hàng tiêu dùng nhanh (FMCG). Masan đã có sự tăng trưởng thị phần ấn tượng nhờ việc mang lại hiệu suất chăn nuôi cùng với hỗ trợ mô hình chăn nuôi bền vững cho người chăn nuôi. Ngoài ra, việc kiểm soát giá nguyên vật liệu đầu vào hiệu quả cũng giúp cải thiện biên lợi nhuận và tăng trưởng lợi nhuận.
- **Mô hình 3F giúp cải thiện năng suất:** Chiến lược dài hạn của Masan để xây dựng nền tảng cung cấp thịt và các sản phẩm từ thịt hàng đầu bằng việc tích hợp mô hình 3F nhằm cải thiện năng suất của chuỗi giá trị thịt và các sản phẩm từ thịt, với đích đến là mang lại cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt và các sản phẩm từ thịt có chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm và giá cả hợp lý. Trong năm 2016, mô hình 3F của Masan đã được khẳng định với việc đầu tư chiến lược vào VISSAN và việc khởi công xây dựng trang trại chăn nuôi heo kỹ thuật cao tại tỉnh Nghệ An trong tháng 11 năm 2016. Khi trang trại đi vào hoạt động với quy mô 10.000 heo nái, trang trại sẽ có khả năng sản xuất lên đến 250.000 heo thịt mỗi năm, giúp Công ty khẳng định vị thế tại thị trường thịt và các sản phẩm từ thịt ở miền Bắc.
- **Đội ngũ lãnh đạo với kinh nghiệm từ các công ty FMCG:** MNS được dẫn dắt bởi ông Phạm Phú Ngọc Trai, Chủ tịch Công ty, nguyên Chủ tịch và Tổng Giám đốc của Pepsico Việt Nam và Đông Nam Á; ông Phạm Trung Lâm, nguyên Giám đốc Kinh doanh của Masan Consumer trước khi trở thành Tổng Giám đốc của Proconco và ANCO. Đội ngũ lãnh đạo của MNS còn có ông Quang Thanh Cường, nguyên là Giám đốc Marketing của ngành chăm sóc tóc ASEAN tại P&G; ông Vũ Văn Thắng, Giám đốc Kinh doanh, từng làm tại P&G và Kimberly Clark; Ts. Lee Meng Hong, Trưởng bộ phận Nghiên cứu & Phát triển sản phẩm với 30 năm kinh nghiệm trong ngành chăn nuôi gia súc. Ts. Trần Quang Trí, người tạo nên thương hiệu thức ăn gia súc “Bio-zeem”, từng là Giám đốc Marketing tại Masan Consumer.

Tỷ đồng ⁽¹⁾	2016	2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	24.423	14.054	73,8%
Biên lợi nhuận gộp	21,6%	20,8%	0,9%
EBITDA	3.026	1.612	87,7%
Lợi nhuận thuần ⁽²⁾	1.538	449	242,6%

⁽¹⁾ Dự trên số liệu của Ban Giám đốc MNS

⁽²⁾ Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số.

- **Những kết quả tài chính nổi bật trong năm 2016:** MNS đạt doanh thu thuần 24.423 tỷ đồng trong năm 2016, tăng 73,8% so với cùng kỳ năm 2015 (MNS được thành lập vào tháng 4/2015), hoặc theo phương pháp so sánh tương đồng thì MNS tăng 19,5%, tăng trưởng cao là nhờ doanh thu Quý 4/2016 tăng trưởng 24,7% so với Quý 4/2015.
 - **Thương hiệu mạnh:** Danh mục các thương hiệu mạnh của MNS mang lại tăng trưởng doanh số bán hàng 29%, đạt 2,5 triệu tấn trong năm 2016 so với năm 2015, nhờ sự ra mắt thành công của dòng sản phẩm “Bio-zeem” đóng góp 39% doanh thu của MNS, so với mức khiêm tốn 13% trong năm 2015.
 - **Tập trung vào thức ăn chăn nuôi heo (thị trường lớn nhất):** Trong năm 2016, doanh thu tính theo sản lượng của thức ăn chăn nuôi cho heo chiếm tỉ trọng 64% tổng doanh thu của thức ăn chăn nuôi nói chung tính theo sản lượng, so với tỉ lệ 54% trong năm 2015; doanh thu về sản lượng thức ăn chăn nuôi cho heo tăng 53% so với cùng kỳ năm ngoái.

- **Tăng biên lợi nhuận:** Việc tung ra thành công sản phẩm cám “Bio-zeem” có giá trị cao hơn, cải thiện hiệu quả hoạt động nhờ vào việc tích hợp và chuyển đổi Proconco và ANCO, đồng thời kiểm soát giá nguyên vật liệu đầu vào chặt chẽ đã giúp cải thiện đáng kể biên lợi nhuận.
 - **Biên lợi nhuận gộp tăng 90 điểm cơ bản:** Trong năm 2016, doanh thu của thức ăn chăn nuôi cho heo chiếm 66% doanh thu của MNS, tăng 56% so với cùng kỳ năm 2015, giúp cải thiện đáng kể biên lợi nhuận gộp của MNS lên 21,6% trong năm 2016 so với 20,8% cùng kỳ năm ngoái.
 - **Biên lợi nhuận EBITDA tăng 92 điểm cơ bản:** Lợi nhuận EBITDA năm 2016 tăng 87,7% lên 3.026 tỷ đồng so với cùng kỳ năm 2015 và tăng 30,1% trên cơ sở so sánh tương đồng. Kết quả này có được là nhờ biên lợi nhuận gộp được cải thiện và hiệu suất hoạt động tăng lên. Biên lợi nhuận EBITDA trong năm 2016 đạt 12,4% so với 11,5% trong năm 2015.
 - **Biên lợi nhuận thuần tăng 310 điểm cơ bản:** Lợi nhuận thuần của MNS sau lợi ích cổ đông thiểu số đạt 1.538 tỷ đồng, tăng 242.6% so với cùng kỳ năm 2015. Nếu so sánh tương đồng, tổng lợi nhuận thuần của Proconco và ANCO trong năm 2016 tăng 40,7% lên so với cùng kỳ năm 2015.

Thực phẩm và đồ uống

Mức tăng trưởng đạt 6,5% trong năm 2016 nhờ vào tăng trưởng cao của ngành hàng đồ uống bù vào ngành hàng thực phẩm tiện lợi gặp khó khăn

Doanh thu theo ngành hàng (Tỷ đồng)	2016	2015	Tăng trưởng
Gia vị	5,788	5,646	2.5%
Thực phẩm tiện lợi	3,657	4,142	(11.7)%
Đồ uống và khác ⁽¹⁾	4,343	3,423	26.9%
Bia	1,038	706	47.0%
Thực phẩm và đồ uống	14,826	13,917	6.5%

⁽¹⁾ Bao gồm toàn bộ đồ uống không cồn, cà phê, ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu

- **Những kết quả doanh thu nổi bật:** Ngành hàng thực phẩm và đồ uống của Masan đạt doanh thu 14.286 tỷ đồng, tăng trưởng 6,5% trong năm 2016. Đồ uống đóng chai (không bao gồm bia) đạt kết quả vượt trội khi tăng trưởng 27% nhờ các sản phẩm thành công như Wake-Up 247, Vĩnh Hảo và Quang Hanh đạt tăng trưởng 69%. Tăng trưởng này bù vào doanh thu giảm trong ngành hàng mì ăn liền.
 - **Ngành hàng gia vị** đạt tăng trưởng doanh thu 2,5% trong năm 2016, đóng góp 39% vào tổng doanh thu lĩnh vực thực phẩm và đồ uống. Nước mắm - sản phẩm mang lại doanh thu lớn nhất của ngành hàng gia vị chiếm 66% thị phần (theo cáo cáo của Nielsen), nhờ vào tăng trưởng thị phần sản lượng 1,4% trong quý 4/2016 với các nhãn hiệu Nam Ngư và Chin-su. Danh mục các nhãn hàng gia vị của Masan tiếp tục phát triển cùng với việc giới thiệu thêm các dòng sản phẩm mới và giới thiệu các sản phẩm cao cấp hơn. Vào tháng 10, Masan đã tung ra sản phẩm nước mắm Chin-su Yod Thong ở Thái Lan nhằm bước đầu đặt chân vào thị trường Inland ASEAN.
 - **Ngành hàng thực phẩm tiện lợi** có doanh thu giảm 11,7% trong năm 2016, do việc giảm quy mô thị trường, bối cảnh cạnh tranh khốc liệt về giá. Mặc dù vậy, thị phần vẫn ổn định trong mức 25%. Masan đang tập trung vào phân khúc cao cấp và phổ thông với biên lợi nhuận gộp cao hơn sẽ giúp thúc đẩy cải tiến sản phẩm lẫn tăng khả năng sinh lời. Masan đang tập trung vào các sáng kiến công nghệ nhằm mang lại cho người tiêu dùng các sản phẩm với giá trị gia tăng cao hơn với giá cả hợp lý.
 - **Ngành hàng đồ uống và ngành khác** tăng trưởng 26,9% trong năm 2016 nhờ sản phẩm đồ uống đóng chai tăng trưởng 69%. Sản phẩm ngũ cốc dinh dưỡng đạt kết quả vượt trội

trong năm 2016, giúp doanh thu tăng 43,9% so với cùng kỳ năm 2015. Nhờ việc tung ra thành công các sản phẩm cà phê và tăng trưởng mạnh của ngũ cốc dinh dưỡng, doanh thu của VCF tăng 10,3% trong năm 2016 so với cùng kỳ năm 2015.

- **Ngành bia của Masan Brewery** đạt doanh thu 1.038 tỷ đồng, tăng 47,0% trong năm 2016 so với cùng kỳ năm 2015, nhờ việc mở rộng danh mục sản phẩm.
- **Những kết quả nổi bật về lợi nhuận:** MCH đạt biên lợi nhuận gộp 43,8% và lợi nhuận gộp đạt 6.493 tỷ đồng nhờ vào việc kiểm soát giá nguyên liệu đầu vào chặt chẽ.
 - **Lợi nhuận gộp:** Đối với Masan Consumer, lợi nhuận gộp trong năm 2016 tăng 5,1%, với biên lợi nhuận đạt 45,3%, tăng 30 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm ngoái mặc dù đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn trong các ngành hàng có biên lợi nhuận thấp hơn như đồ uống. Masan Brewery đạt biên lợi nhuận gộp 23,5% trong năm 2016, và sẽ cải thiện đáng kể trong tương lai gần khi tăng hiệu suất của nhà máy bia ở Hậu Giang.
 - **Biên lợi nhuận EBITDA** của Masan Consumer đạt 25,5% trong năm 2016, gần như không thay đổi so với năm 2015. Lợi nhuận gộp cao hơn nhưng chi phí quản lý và bán hàng cũng tăng khi Masan Consumer thực hiện đầu tư xây dựng thương hiệu trong các ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống. Masan Brewery tiếp tục đạt biên lợi nhuận EBITDA một con số 7,9% chỉ trong vòng 2 năm từ khi bắt đầu hoạt động. Nhìn chung, lợi nhuận EBITDA của ngành hàng thực phẩm và đồ uống đạt 3.602 tỷ đồng, tăng 3,7% so với cùng kỳ năm 2016. Ngoài ra, biên lợi nhuận vượt hơn 24% trong năm 2016.
 - **Lợi nhuận thuần** theo sổ sách của Masan Consumer đạt 2.791 tỷ đồng trong năm 2016, giảm 3,8% so với 2015, do thu nhập tài chính thuần thấp hơn sau các đợt chia cổ tức bằng tiền lớn trong hai năm qua, mặc dù hoạt động kinh doanh vẫn tiếp tục gia tăng lợi nhuận trước thuế và lãi.
 - **Khả năng tạo ra dòng tiền lớn:** Trong ba năm vừa qua, Masan Consumer đã trở thành một nhân tố quan trọng tạo ra dòng tiền lớn và ổn định cho Công ty, thể hiện qua việc chi trả cho các cổ đông mức cổ tức bằng tiền mặt lên đến 11.791 tỷ đồng. Dòng tiền nay sẽ tiếp tục củng cố khi Masan phát triển sâu hơn tại thị trường nội địa và rộng hơn tại thị trường khu vực.

Khoáng sản và chế biến sản phẩm giá trị gia tăng

Sản lượng cao hơn, các sản phẩm giá trị gia tăng và các biện pháp kiểm soát chi phí chặt chẽ mang lại doanh thu và EBITDA kỷ lục

Tỷ đồng ⁽¹⁾	2016	2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	4.049	2.658	52,3%
EBITDA	2.055	1.237	66,1%
Lợi nhuận thuần ⁽²⁾	110	152	(27,6)%

⁽¹⁾ Số liệu tài chính dựa trên báo cáo của Ban giám đốc

⁽²⁾ Lợi nhuận thuần sau lợi ích thiểu số

- **Doanh thu thuần tăng 52,3%:** Trong năm 2016, mặc dù giá bình quân của các mặt hàng hóa giảm, tốc độ tăng trưởng về sản lượng cao đạt 26% đã giúp cho doanh thu thuần đạt 4.049 tỷ đồng, tăng 52,3% so với cùng kỳ năm 2015. Tất cả các sản phẩm đều được tiêu thụ và MSR tiếp tục nhận được nhiều đơn hàng hơn khả năng cung cấp. Những sáng kiến được triển khai trong 18 tháng qua nhằm cải thiện chất lượng sản phẩm đã giúp kích cầu và nhận được các đơn hàng dài hạn mới.
 - **Cải thiện năng suất:** Việc tối ưu hóa các sáng kiến cải thiện năng suất được đưa vào thực hiện vào nửa đầu năm 2016 đã giúp sản lượng tăng 37% trong nửa cuối năm 2016 so với nửa đầu năm, trong đó sản lượng florit và vonfram tăng lần lượt 31% và 62%.

- **Kiểm soát chi phí chặt chẽ góp phần nâng cao lợi nhuận:** Kiểm soát chi phí tiếp tục là động lực chính nhằm thúc đẩy lợi nhuận trong môi trường giá hàng hóa thấp.
 - **EBITDA tăng 66.1%:** Dự án Núi Pháo tiếp tục là một trong những nhà sản xuất vonfram có chi phí thấp nhất trên thế giới. Với các nỗ lực và sáng kiến kiểm soát chi phí, MSR đã đạt tăng trưởng EBITDA 66,1% trong năm 2016 so với cùng kỳ năm 2015.
 - **Lợi nhuận thuần sau lợi ích thiểu số đạt 110 tỷ đồng:** Masan Resources có khả năng cắt giảm chi phí tiền mặt trong khi vẫn gia tăng năng suất tổng thể giúp mang lại lợi nhuận sau lợi ích thiểu số dương, đạt 110 tỷ đồng trong năm 2016. Ngoài ra, tình hình giá hàng hóa thấp cũng làm ảnh hưởng đến lợi nhuận. Nếu giá thị trường bằng với cùng kỳ năm trước thì lợi nhuận sau thuế dành của MSR có thể sẽ hơn 350 tỷ đồng cho giai đoạn báo cáo này.

Tóm tắt số liệu sản xuất	2016	2015	Tăng trưởng
Quặng khai thác (1.000 t)	3.654	3.543	3%
Quặng chế biến (1.000 t)	3.642	3.229	13%
Tinh quặng vonfram (t)	6.357	5.123	24%
Đơn vị tương đương vonfram (t) ⁽¹⁾	12.926	10.250	26%

⁽¹⁾ Thành phẩm của Núi Pháo được chuyển đổi sang đơn vị tương đương vonfram.

- **Masan Group chào mua công khai cổ phần của Masan Resources thành công để có cơ hội cho đợt huy động vốn chiến lược mới:** Tập đoàn Masan thông qua công ty con thuộc sở hữu toàn phần của mình đã chào mua công khai cổ phiếu của Masan Resources thành công trong tháng 11 - 12/2016. Kết quả là Masan Group sở hữu 93,78% cổ phần của Masan Resources. MRC Ltd, một quỹ đầu tư được đồng quản lý bởi Fortress Investment Group và Mount Kellett, nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất sở hữu 20,04% cổ phần của MSR, đã thoái vốn thông qua đợt chào mua công khai này. Đợt chào mua này cho phép Masan linh hoạt hơn trong việc kêu gọi nguồn vốn chiến lược dài hạn để nâng quy mô trở thành công ty khai thác và chế biến vonfram hàng đầu thế giới mà không ảnh hưởng đến dự trữ tiền mặt.

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 khoa học kỹ thuật, 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: +848 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

(Dành cho truyền thông)

Van Nguyen

T: +848 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.