

## **THÔNG CÁO BÁO CHÍ**

### **Lợi nhuận các lĩnh vực kinh doanh chính tăng 3 lần trong nửa đầu năm 2018 và MNS đang trên đà tăng trưởng trở lại**

**Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 7 năm 2018** – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” và “Công ty”, ngày hôm nay công bố kết quả kinh doanh sáu tháng đầu năm 2018.

*“Tăng trưởng của Masan thật sự ấn tượng, nhưng điều mà tôi tự hào hơn cả là cách mà chúng ta đã đạt được những kết quả này. Tăng trưởng này là kết quả của việc chúng ta đã giữ vững niềm tin vào chiến lược dài hạn từ 5 năm trước và tiếp tục đầu tư vào các lĩnh vực kinh doanh xuyên suốt trong thời gian thị trường khủng hoảng cũng như khi đối mặt với các khó khăn trong vận hành. Chúng ta đã không hy sinh bất kỳ nền tảng kinh doanh dài hạn nào cho các tăng trưởng ngắn hạn. Mỗi lĩnh vực kinh doanh đều đang đi đúng với tầm nhìn chiến lược 5 năm, và điều này sẽ giúp tăng trưởng bền vững với hai chữ số của doanh thu và lợi nhuận. Masan kỳ vọng tăng trưởng doanh thu sẽ bắt kịp với mức tăng trưởng lợi nhuận trong nửa cuối năm 2018 cùng sự phục hồi hoàn toàn của Masan Nutri-Science. Triển vọng tăng trưởng của chúng ta đang rất tốt, và tôi mong muốn sẽ tiếp tục tạo ra giá trị lớn hơn cho người tiêu dùng, đối tác và cổ đông”,* ông Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc.

- Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty trong nửa đầu năm 2018 đạt 3.031 tỷ đồng, tăng 566% so với nửa đầu năm 2017, trong đó gần một nửa đến từ các khoản thu nhập một lần do giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank. Theo các chuẩn mực kế toán Việt Nam, khi một công ty liên kết phát hành cổ phiếu cho cổ đông mới với giá trị lớn hơn giá trị cổ đông hiện tại đang sở hữu, thì việc pha loãng cổ phiếu đồng nghĩa với một khoản thu nhập tài chính do giả định bán. Masan cho rằng khoản thu nhập một lần này là minh chứng cho quyết định đúng đắn khi Công ty vẫn giữ lợi ích kinh tế tại Techcombank xuyên suốt thời gian khủng hoảng tài chính và đặt niềm tin vào khả năng ngân hàng trở thành một tổ chức tài chính hàng đầu.
  - Nếu loại bỏ lợi nhuận 1 lần vào nửa đầu năm 2018 và giả định tỷ lệ sở hữu tại TCB vào nửa đầu năm 2017 bằng tỷ lệ sở hữu trung bình nửa đầu năm 2018, lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty tăng 5,3 lần trong nửa đầu năm 2018 so với nửa đầu năm 2017 lên 1.559 tỷ đồng. Điều này giúp cải thiện biên lợi nhuận thuần lên 8,9% trong nửa đầu năm 2018 so với 1,6% trong nửa đầu năm 2017. Lợi nhuận đến từ mảng kinh doanh chính cải thiện nhờ vào việc quản lý hiệu quả, giảm chi phí bán hàng và chi phí tài chính. Ban Điều hành tin rằng tăng trưởng lợi nhuận của các lĩnh vực kinh doanh chính sẽ cao hơn nếu không bị giảm tỷ lệ sở hữu của Công ty tại TCB vào nửa đầu năm 2018. Nếu tỷ lệ sở hữu của Công ty tại TCB vào nửa đầu năm 2017 bằng tỷ lệ sở hữu trung bình nửa đầu năm 2018, lợi nhuận của lĩnh vực kinh doanh chính sẽ tăng 5,3 lần.
  - Công ty đã giúp nâng cao tỷ suất sinh lời cho các nhà đầu tư: tỷ số sinh lời trên vốn chủ sở hữu trung bình (“ROAE”) trong lĩnh vực kinh doanh chính là 22 trong nửa đầu năm 2018%, không bao gồm khoản thu nhập một lần đề cập ở trên, so với mức 11% trong năm 2017.
- EBITDA hợp nhất trong nửa đầu năm 2018 tăng 38,4% lên 5.147 tỷ đồng so với mức 3.718 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017, nhờ vào quản lý hiệu quả chi phí quản lý và bán hàng (“SG&A”), tối ưu vận hành và kết quả kinh doanh ấn tượng của Techcombank.
  - Chi phí SG&A hợp nhất giảm 400 điểm cơ bản từ 20.6% trong nửa đầu năm 2017 xuống còn 16,6% trong nửa đầu năm 2018. Ngoài ra, nhờ biên lợi nhuận EBITDA của MCH tăng từ 12,7% trong nửa đầu năm 2017 lên 25,4% trong nửa đầu năm 2018.
  - Tăng trưởng EBITDA còn đến từ mức tăng trưởng lợi nhuận 44,1% Techcombank.
- Masan Group đạt doanh thu thuần 9.184 tỷ đồng trong Quý 2/2018, tăng trưởng 11,0% so với Quý 1/2018 với 8.274 tỷ đồng, nhưng giảm 3,1% so với Quý 2/2017 do ảnh hưởng của khủng hoảng

giá heo, vốn đã kết thúc vào tháng 4/2018. Do đó, doanh thu thuần hợp nhất trong nửa đầu năm 2018 giảm 3,1% xuống 17.458 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước. Nếu không tính MNS, doanh thu thuần của Công ty trong quý 2/2018 tăng 16,9% so với quý 1/2018 và tăng trưởng doanh thu thuần 6 tháng đầu năm 2018 tăng 33,6% so với cùng kỳ năm 2017.

- Doanh thu thuần của MCH tăng 36,9% trong nửa đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm 2017.
- Doanh thu thuần của MSR tăng mạnh lên 26,6% trong nửa đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm 2017.
- Giá heo hiện đang dao động ở mức khoảng 48.000 đồng/kg tại miền Nam và 52.000 đồng/kg tại miền Bắc. Hiện nguồn cung thịt heo cho thị trường đang thấp hơn nhu cầu và Ban Điều hành tin rằng mức giá hiện tại sẽ là mặt bằng giá mới cho toàn thị trường. Do đó, doanh thu thuần của MNS tăng 9,1% trong Quý 2/2018 lên 3.492 tỷ đồng so với mức 3.201 tỷ đồng trong Quý 1/2018. Ban Điều hành kỳ vọng thị trường sẽ phục hồi hoàn toàn trong nửa cuối năm 2018 khi người chăn nuôi bắt đầu tăng đàn và chuyển sang các sản phẩm thức ăn chăn nuôi công nghiệp năng suất cao. MNS đang đón đầu thị trường và các khoản đầu tư hỗ trợ người nông dân trong giai đoạn khủng hoảng giá heo bắt đầu mang lại hiệu quả.

### **Các kết quả kinh doanh nổi bật trong nửa đầu năm 2018**

- **Tập trung vào các lĩnh vực cốt lõi, xây dựng thương hiệu, các phát kiến mới độc đáo đã giúp cho Masan Consumer Holdings (“MCH”) đạt tăng trưởng doanh thu thuần 36,9% và tăng trưởng EBITDA 174,3% trong nửa đầu năm 2018:**
  - MCH trở lại Top 3 công ty đầu tư xây dựng thương hiệu nhiều nhất và việc tung các sản phẩm mới thành công trong nửa cuối năm 2017 đã giúp doanh thu thuần tăng lên 7.526 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018 so với mức 5.496 tỷ đồng cùng kỳ năm 2017, và mức 6.354 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016. Tăng trưởng này đến từ tăng trưởng của ngành gia vị, thực phẩm tiện lợi và người tiêu dùng cũng đang chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm cao cấp của MCH. Về lĩnh vực đồ uống, dẫn đầu bởi nước tăng lực Wake-up 247, tăng trưởng bán hàng đến người tiêu dùng đạt 32,1% nhờ vào mạng lưới phân phối được mở rộng và sức mạnh thương hiệu được cải thiện. Việc tung sản phẩm bia cao cấp mới bước đầu đã thành công, tuy nhiên việc mở rộng quy mô sẽ phải mất từ 12 đến 18 tháng do phải xây dựng hệ thống phân phối bia hoàn chỉnh và đẩy mạnh dùng thử và tiêu thụ sản phẩm.
  - MCH đã ký kết hợp tác chiến lược với Công ty Jinju Ham, một công ty hàng đầu về thịt chế biến. Việc hợp tác chiến lược này giúp tạo nên sự cộng hưởng lớn: kết hợp công nghệ tiên tiến và khả năng nghiên cứu và phát triển sản phẩm (“R&D”) của Jinju Ham kết hợp với sự thấu hiểu sâu sắc người tiêu dùng Việt và khả năng xây dựng thương hiệu của Masan. Các phát kiến mới từ sự hợp tác này sẽ được tung ra vào nửa cuối năm 2018.
  - EBITDA tăng lên 1.908 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng trưởng 174,3% từ 696 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017 và tăng trưởng 49,3% từ 1.278 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016. Kết quả là biên EBITDA tăng gấp đôi từ 12,7% trong nửa đầu năm 2017 lên 25,4% trong nửa cuối năm 2018 (nửa cuối năm 2016: 20%).
  - Lợi nhuận thuần Phân bổ cho Cổ đông của Masan Consumer (“MSC”), công ty con đang niêm yết của MCH, tăng trưởng 57,4% từ 963 tỷ đồng năm 2016; tăng trưởng 145,1% từ 618 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017 lên 1.515 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018.
  - Tăng trưởng của MCH bền vững do mức tồn kho tại các nhà phân phối trên cả nước chỉ là khoảng 15 ngày tính đến cuối tháng 6/2018, so với giai đoạn đỉnh lên đến 80 ngày vào cuối tháng 12/2016.
- **Masan Nutri-Science (“MNS”) đạt triển vọng tăng trưởng cao hơn cho nửa cuối năm 2018: giá heo hơi tăng lên khoảng 48.000 đồng đến 52.000 đồng/kg:**
  - Những dấu hiệu cho thấy thị trường thức ăn chăn nuôi đang phục hồi bắt xuất hiện khi giá heo hơi bắt đầu duy trì ở mức trên 35.000 đồng/kg trong nhiều tháng qua và đã ổn định ở

mức trên 48.000 đồng/kg tại miền Nam và 52.000 đồng/kg tại miền Bắc trong suốt tháng 6/2018. Trong bối cảnh thị trường phục hồi, MNS đã đạt doanh thu thuần là 3.492 tỷ đồng vào Quý 2/2018, tăng 9,1% so với 3.201 tỷ đồng trong Quý 1/2018.

- Ban Điều hành tự tin rằng nửa cuối năm 2018 sẽ đem lại tăng trưởng doanh thu thuần so với nửa đầu năm, tuy nhiên mức tăng trưởng này sẽ phụ thuộc vào tốc độ tăng đàn của người chăn nuôi và việc qua trở lại sử dụng thức ăn chăn nuôi công nghiệp năng suất cao. Tuy nhiên, cám Bio-zeem “Đỏ” - dòng sản phẩm cao cấp và cho năng suất cao nhất của Masan đã đạt tăng trưởng doanh thu 35,5% trong tháng 6 so với tháng 4/2018 và điều này khẳng định niềm tin của Ban Điều hành.
- Vào tháng 5/2018, Matthys van der Lely trở thành Giám đốc Điều hành của MNS Meat nhằm xây dựng nền tảng phân phối và bán lẻ thịt của Masan và giúp đẩy nhanh chiến lược về thịt của MNS.
- **Masan Resources (“MSR”) đạt tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận thuần ấn tượng nhờ vào giá vonfram tăng cao và cải thiện thiệu quả vận hành:**
  - Giá vonfram tiếp tục tăng cao hơn trong nửa đầu năm 2018 do nhu cầu vượt cung và các hoạt động thanh tra môi trường tại Trung Quốc tiếp tục được thực hiện trong Quý 2/2018. Ngoài ra, việc nâng cấp quy trình tuyển vonfram giúp tăng tỷ lệ thu hồi vonfram 4,5%, qua đó giúp cải thiện doanh thu thuần của MSR lên 3.239 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018 so với mức 2.559 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước, tương đương mức tăng trưởng 26,6%.
  - Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MSR tiếp tục tăng quý thứ hai liên tiếp, đạt 330 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng trưởng 377,4% so với cùng kỳ năm 2017. Ban Điều hành dự báo tăng trưởng doanh thu năm 2018 sẽ đạt hơn 40% và biên lợi nhuận thuần sẽ đạt mức hai chữ số do lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty dự kiến sẽ đạt từ 600 tỷ đồng đến 1.000 tỷ đồng nếu giá vonfram duy trì ở mức hiện nay là trên 300 USD/mtu.
- **Techcombank (“TCB”) đạt tăng trưởng lợi nhuận trước thuế 90,1% lên 5.196 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018 so với mức 2.734 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017:** Lợi nhuận trước thuế trong nửa đầu năm 2018 tăng nhờ tổng thu nhập hoạt động (“TOI”) tăng 20% từ 7.210 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017 lên 8.659 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018 mà đã bao gồm khoản thu nhập một lần 894 tỷ đồng. Với việc niêm yết thành công tại Sở Giao dịch Chứng khoán TP.HCM (“HoSE”) vào ngày 4/6/2018, giúp tăng vốn điều lệ của TCB lên 47,4 nghìn tỷ đồng, đây là mức vốn điều lệ cao nhất trong khối ngân hàng thương mại tư nhân tại Việt Nam. Với kết quả đó, chỉ số an toàn vốn của TCB đã tăng lên 15,9% so với mức 14,6% trong nửa đầu năm 2017 và cao hơn rất nhiều quy định của NHNN là 9%, trong khi mức nợ xấu chỉ là 2,0% tính đến cuối tháng 6/2018.
- **Nhận xét của Ban điều hành về các rủi ro và cơ hội tăng trưởng so với dự báo về các lĩnh vực hoạt động kinh doanh chính cho năm 2018:** Masan tái khẳng định mức dự báo kết quả kinh doanh trong năm 2018 sẽ vẫn tương tự như đã công bố đầu năm nay. Tuy nhiên, Công ty vẫn sẽ tiếp tục theo dõi các rủi ro có thể gây ảnh hưởng đến các chỉ tiêu doanh thu và lợi nhuận thuần:
  - MNS: Khủng hoảng giá heo kéo dài hơn dự kiến và tốc độ tái đàn có thể sẽ chậm hơn sẽ ảnh hưởng đến doanh thu. Lợi nhuận cũng sẽ bị ảnh hưởng nếu giá nguyên vật liệu đầu vào tăng.
  - MCH: Việc tiêu thụ các sản phẩm mới của MCH có thể chậm và khả năng trì hoãn việc tung một số sản phẩm mới ra thị trường.
  - MSR: Giá vonfram hiện đang cao hơn mức Công ty dự tính nên có khả năng doanh thu và lợi nhuận sẽ cao hơn.
  - Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty trong hoạt động kinh doanh chính có khả năng tăng do Công ty có thể giảm nợ vay và giảm tỷ lệ cổ đông thiểu số.
  - Thông tin chi tiết sẽ được trình bày trong phần Thảo luận Kết quả Kinh doanh.

## Kết quả tài chính hợp nhất<sup>1</sup> Quý 2/2018 và nửa đầu năm 2018 của Masan Group

### Kết quả kinh doanh nổi bật

Tỷ đồng	2Q2018	2Q2017	Growth	1H2018	1H2017	Growth
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>9.184</b>	<b>9.479</b>	<b>(3,1)%</b>	<b>17.458</b>	<b>18.019</b>	<b>(3,1)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	3.940	3.485	13,1%	7.526	5.496	36,9%
<i>Masan Nutri-Science</i>	3.492	4.611	(24,3)%	6.693	9.964	(32,8)%
<i>Masan Resources</i>	1.752	1.383	26,7%	3.239	2.559	26,6%
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>2.808</b>	<b>2.863</b>	<b>(1,9)%</b>	<b>5.569</b>	<b>5.333</b>	<b>4,4%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1.660	1.462	13,5%	3.345	2.277	46,9%
<i>Masan Nutri-Science</i>	511	997	(48,7)%	1.062	2.276	(53,3)%
<i>Masan Resources</i>	623	391	59,3%	1.136	754	50,7%
<b>Biên lợi nhuận gộp</b>	<b>30,6%</b>	<b>30,2%</b>		<b>31,9%</b>	<b>29,6%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	42,1%	42,0%		44,4%	41,4%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	14,6%	21,6%		15,9%	22,8%	
<i>Masan Resources</i>	35,6%	28,3%		35,1%	29,5%	
<b>SG&amp;A<sup>2</sup></b>	<b>(1,498)</b>	<b>(2,065)</b>	<b>(27,5)%</b>	<b>(2,907)</b>	<b>(3,716)</b>	<b>(21,8)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(987)	(1,184)	(16,6)%	(1,890)	(2,023)	(6,6)%
<i>Masan Nutri-Science</i>	(377)	(767)	(50,8)%	(751)	(1,482)	(49,3)%
<i>Masan Resources</i>	(79)	(71)	11,3%	(146)	(129)	13,2%
<b>Chi phí SG&amp;A trên doanh thu thuần</b>	<b>16,4%</b>	<b>21,8%</b>		<b>16,6%</b>	<b>20,6%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	25,1%	34,0%		25,1%	36,8%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	10,8%	16,6%		11,2%	14,9%	
<i>Masan Resources</i>	4,5%	5,1%		4,5%	5,0%	
<b>Lợi nhuận từ Công ty liên kết<sup>3</sup></b>	<b>470</b>	<b>353</b>	<b>33,1%</b>	<b>987</b>	<b>679</b>	<b>45,5%</b>
<b>Khấu hao và phân bổ</b>	<b>761</b>	<b>703</b>	<b>8,3%</b>	<b>1.498</b>	<b>1.423</b>	<b>5,3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.541</b>	<b>1.855</b>	<b>37,0%</b>	<b>5.147</b>	<b>3.718</b>	<b>38,4%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	905	502	80,3%	1.908	696	174,1%
<i>Masan Nutri-Science</i>	300	384	(22,0)%	640	1.111	(42,4)%
<i>Masan Resources</i>	904	641	41,0%	1.691	1.275	32,6%
<i>Đóng góp của Techcombank</i>	451	347	30,0%	968	672	44,1%
<b>Biên EBITDA</b>	<b>27,7%</b>	<b>19,6%</b>		<b>29,5%</b>	<b>20,6%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	23,0%	14,4%		25,4%	12,7%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	8,6%	8,3%		9,6%	11,2%	
<i>Masan Resources</i>	51,6%	46,4%		52,2%	49,8%	
<b>Lợi nhuận/ (Chi phí) tài chính thuần</b>	<b>756</b>	<b>(790)</b>	<b>(195,7)%</b>	<b>61</b>	<b>(1.579)</b>	<b>(103,9)%</b>
<i>Thu nhập tài chính<sup>4</sup></i>	1.547	136	1,035,8%	1.634	270	504,1%
<i>Chi phí tài chính</i>	(791)	(926)	(14,6)%	(1.573)	(1.849)	(14,9)%
<b>Chi phí khác</b>	<b>(1)</b>	<b>(9)</b>	<b>(88,9)%</b>	<b>(4)</b>	<b>(12)</b>	<b>(66,7)%</b>
<b>Thuế TNDN</b>	<b>(139)</b>	<b>(98)</b>	<b>41,8%</b>	<b>(289)</b>	<b>(187)</b>	<b>54,6%</b>
Lợi nhuận thuần	2.396	255	839,8%	3.418	518	560,2%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty	2.215	218	915,7%	3.031	455	566,0%
<b>Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính<sup>5</sup></b>	<b>924</b>	<b>255</b>	<b>262,3%</b>	<b>1.946</b>	<b>518</b>	<b>275,9%</b>
<b>Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty trong hoạt động kinh doanh chính</b>	<b>743</b>	<b>218</b>	<b>240,7%</b>	<b>1.559</b>	<b>455</b>	<b>242,6%</b>

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

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> Bao gồm đóng góp lợi nhuận của Techcombank.

<sup>4</sup> Bao gồm lợi nhuận một lần (không phải kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng từ "giá định" bán một phần tỉ lệ sở hữu trong công ty liên kết - Techcombank" (deemed disposal) nhờ vào kết quả phát hành cổ phiếu quỹ với giá cao hơn giá trị của Công ty.

<sup>5</sup> Hoạt động kinh doanh chính thể hiện phần điều chỉnh như ghi chú 4.

## **Bảng cân đối kế toán nổi bật**

<b>Tỷ đồng</b>	<b>FY2016</b>	<b>FY2017</b>	<b>2Q2018</b>
<b>Tiền và tương đương tiền</b>	<b>15.290</b>	<b>8.154</b>	<b>6.098</b>
<b>Nợ vay</b>	<b>41.091</b>	<b>34.796</b>	<b>34.733</b>
Nợ vay ngắn hạn	8.618	9.166	8.105
Nợ vay dài hạn	32.472	25.630	26.628
<b>Tổng tài sản</b>	<b>73.039</b>	<b>63.529</b>	<b>64.153</b>
<b>Tổng vốn sở hữu</b>	<b>20.313</b>	<b>20.225</b>	<b>22.017</b>
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đông thiểu số	15.276	14.837	17.015
<b>Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)</b>	<b>1.138</b>	<b>1.047</b>	<b>1.053</b>
Cổ phiếu đã phát hành	1.147	1.157	1.163
Cổ phiếu quỹ	(9)	(110)	(110)

## **Các chỉ số tài chính tiêu biểu<sup>6</sup>**

<b>Tỷ đồng</b>	<b>FY2016</b>	<b>FY2017</b>	<b>2Q2018</b>
<b>Nợ vay/EBITDA</b>	<b>4.2x</b>	<b>3.7x</b>	<b>3.2x</b>
<b>ROA bình quân</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>
<b>ROE bình quân</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>37%</b>
<b>ROAE của hoạt động kinh doanh chính</b>	<b>18%</b>	<b>15%</b>	<b>22%</b>
<b>FFO<sup>7</sup>/Nợ vay</b>	<b>13%</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>
<b>FCF<sup>8</sup></b>	<b>4,449</b>	<b>4,199</b>	<b>2,208</b>
<b>Vòng quay tiền mặt</b>	<b>48</b>	<b>41</b>	<b>50</b>
Số ngày tồn kho	65	61	72
Số ngày phải thu	13	13	13
Số ngày phải trả	30	33	35
<b>CAPEX</b>	<b>(2.921)</b>	<b>(2.111)</b>	<b>(1.140)</b>

<sup>6</sup> Chỉ số tài chính hàng quý được tính bằng cách dựa trên EBITDA và lợi nhuận sau thuế trong 12 tháng liền kề.

<sup>7</sup> 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.

<sup>8</sup> 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.



## Phân tích hoạt động kinh doanh theo từng lĩnh vực

### Masan Consumer Holdings

#### Tiếp tục đầu tư vào thương hiệu đem lại tăng trưởng doanh thu thuần 36,9% và cắt giảm chi phí SG&A, nhờ đó, biên EBITDA tăng lên hai lần

- Doanh thu thuần nửa đầu năm 2018 của MCH tăng 36,9% lên 7.491 tỷ đồng so với mức 5.496 tỷ đồng cùng kỳ năm 2017, nhờ vào việc “cao cấp hóa” các sản phẩm và giới thiệu các sản phẩm mới trong ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi, và đà tăng trưởng của đồ uống và bia.
- Doanh thu thuần tăng trong nửa đầu năm 2018 nhờ vào doanh thu bán hàng từ nhà phân phối đến nhà bán lẻ tăng do các khoản đầu tư vào thương hiệu nhằm kích cầu tiêu dùng. Chi phí bán hàng giảm 40% trong nửa đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm 2017, trong khi chi phí marketing tăng 60%. Các sản phẩm mới sẽ tiếp tục là động lực tăng trưởng, 7 sản phẩm mới được tung trong Quý 2/2018 với chi phí đầu tư thương hiệu chiếm gần 7% doanh thu thuần.
- Việc “cao cấp hóa” danh mục sản phẩm cốt lõi là một bước đi quan trọng trong bối cảnh các sản phẩm gia vị cao cấp đang đóng góp 25% tổng doanh thu thuần của ngành gia vị so với chỉ 20% vào Quý 2/2017. Mì ly Omachi, một giải pháp bữa ăn cao cấp dự kiến sẽ đóng góp hơn 10% cho cả danh mục Omachi. Các sản phẩm mới trong lĩnh vực đồ uống tiếp tục đạt tăng trưởng 24%, nhờ vào tăng trưởng khoảng 50% của nước tăng lực.
- Hàng tồn kho tại nhà phân phối của MCH duy trì ở mức tối ưu là 2-3 tuần, tương tự như cuối Quý 1/2018. Ngoài ra, MCH đã cắt giảm chi phí khuyến mãi và đầu tư nhiều hơn vào xây dựng thương hiệu, nhờ vậy, EBITDA tăng 174,3% trong nửa đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm trước. Với việc đầu tư nhiều hơn vào marketing, MCH đã trở thành Top 3 công ty đầu tư xây dựng thương hiệu nhiều nhất.

Tỷ đồng	2Q2018	2Q2017	Tăng trưởng	1H2018	1H2017	Tăng trưởng
<b>Doanh thu thuần<sup>9</sup></b>	<b>3.940</b>	<b>3.485</b>	<b>13,1%</b>	<b>7.526</b>	<b>5.496</b>	<b>36,9%</b>
Gia vị	1.474	1.377	7,0%	3.038	2.141	41,9%
Thực phẩm tiện lợi <sup>10</sup>	1.021	861	18,6%	1.996	1.457	37,0%
Thịt chế biến	45	53	(16,0)%	81	88	(7,6)%
Cà phê	381	392	(2,7)%	648	558	16,3%
Đồ uống (không cồn)	719	629	14,3%	1.233	992	24,3%
Bia	99	22	349,4%	189	36	431,9%
Khác <sup>11</sup>	202	151	34,2%	340	225	50,8%
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>1.660</b>	<b>1.462</b>	<b>13,5%</b>	<b>3.345</b>	<b>2.277</b>	<b>46,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>905</b>	<b>502</b>	<b>80,3%</b>	<b>1.908</b>	<b>696</b>	<b>174,3%</b>

- Tăng trưởng của ngành gia vị đến từ sự phục hồi của các nhãn hiệu cốt lõi và các sản phẩm cao cấp mới tung trong năm 2017:** Doanh thu thuần của ngành gia vị trong nửa đầu năm 2018 tăng 41,9% lên 3.038 tỷ đồng từ 2.141 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017. Tăng trưởng doanh thu đến từ sự phục hồi của những nhãn hiệu cốt lõi như Nam Ngư và Chin-su, với sản lượng đóng góp đến 70% vào tăng trưởng, và 30% đến từ việc tăng giá bán. Tăng trưởng doanh thu các nhãn hiệu chính đóng góp 90% vào tăng trưởng, trong khi các sản phẩm mới (như Nam Ngư Nhãn Vàng, Nam Ngư Phú Quốc, Chin-su Mặn Mà, và Tam Thái Tử Thượng Hạng) đóng góp 10% còn lại. Chiến lược “cao cấp hóa” tiếp tục đang đem lại hiệu quả, khi mà mức đóng góp vào doanh thu từ các sản phẩm cao cấp (như nhãn hiệu Chin-su, Nam Ngư Nhãn Vàng, Nam Ngư Phú Quốc, Tam Thái Tử Thượng Hạng) tăng lên 25% trong Quý 2/2018 so với 20% trong Quý 1/2017. Hàng tồn kho tại nhà phân phối trong ngành gia vị là 344 tỷ đồng tính đến cuối tháng

<sup>9</sup> Số liệu dựa vào thông tin của Ban Quản trị.

<sup>10</sup> Bao gồm mì ăn liền và cháo ăn liền.

<sup>11</sup> Bao gồm ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu.

6/2018, so với 494 tỷ đồng vào cuối năm 2017, và 660 tỷ đồng vào cuối tháng 6/2017. Do hàng tồn kho không tăng, tăng trưởng doanh thu bán hàng đến người tiêu dùng (“sell-out”) là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng, cụ thể tăng trưởng sell-out vào nửa đầu năm 2018 là 29,6%. Ban Điều hành ước tính doanh thu thuần cho cả năm 2018 sẽ rơi vào khoảng mức 6.000 đến 7.000 tỷ đồng, và điều này đến từ việc “cao cấp hóa” các ngành hàng cốt lõi, tuy nhiên rủi ro trong việc phát triển sản phẩm mới và việc tung hàng thành công có thể ảnh hưởng đến những ước tính này.

- **Đà tăng trưởng được duy trì trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi nhờ vào sự phục hồi của các nhãn hiệu cốt lõi và các phát kiến mới cho giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh:** Doanh thu thuần từ thực phẩm tiện lợi tăng 37,0% lên 1.996 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, so với mức 1.457 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017. Tăng trưởng sản lượng là động lực chính thúc đẩy phân khúc này, đóng góp 85% vào tăng trưởng trong nửa đầu năm 2018. Doanh thu thuần từ các nhãn hiệu cốt lõi đóng góp 90% tổng mức tăng trưởng, trong khi các sản phẩm mới (như mì ly Omachi, Tiến Vua) đóng góp 10% còn lại. Sản phẩm mì ly Omachi với cây thịt - giải pháp cho bữa ăn hoàn chỉnh hiện đang đóng góp 10%-12% vào doanh thu của Omachi trong năm 2018. Tăng trưởng sell-out đạt 31% trong giai đoạn này, trong khi hàng tồn kho thấp hơn mức 138 tỷ đồng vào tháng 6/2018, so với 172 tỷ đồng vào cuối năm 2017 và cuối tháng 6/2017. Việc tung sản phẩm mì mới nhắm vào giới trẻ và việc mở rộng sang các chủng loại khác như mì sợi cao cấp sẽ có thể góp phần vào tăng trưởng của ngành hàng. Ban Điều hành kỳ vọng doanh thu thực phẩm tiện lợi sẽ đạt khoảng 4.500 tỷ đồng trong năm 2018.
- **Tăng trưởng từ thịt chế biến đến từ các phát kiến mới:** Thịt chế biến là một trong những ngành hàng tăng trưởng nhanh nhất của MCH. Sau khi tăng trưởng gần 6 lần trong năm 2017, ngành hàng này sẽ được thay đổi một cách nền tảng bằng phát kiến sản phẩm mới. Việc liên doanh với Jinju Ham – nhà sản xuất thịt chế biến hàng đầu tại Hàn Quốc sẽ giúp đem lại công nghệ để chế biến các sản phẩm mới vào cuối năm
- **Doanh thu thuần cà phê tăng 16,3%:** Ngành hàng cà phê của MCH (không bao gồm Wake-Up 247, được xếp trong lĩnh vực đồ uống) ghi nhận doanh thu thuần 648 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng 16,3% so với mức 558 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017, với tăng trưởng gần như đến từ gia tăng sản lượng. Tăng trưởng sell-out ổn định ở mức 5,1% trong khi hàng tồn kho chỉ còn 102 tỷ đồng vào cuối tháng 6/2018, so với 201 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Doanh thu cho ngành hàng cà phê dự kiến sẽ đạt khoảng 1.700 – 2.000 tỷ đồng trong năm 2018.
- **Doanh thu đồ uống tăng nhờ vào tăng trưởng của nước tăng lực:** Doanh thu thuần cho đồ uống đạt 1.233 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng 24,3% so với nửa đầu năm 2017, chủ yếu là do tăng trưởng khoảng 50% của nước tăng lực đạt 825 tỷ đồng trong nửa đầu năm từ 560 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017. Mức tăng trưởng này đến từ việc mở rộng hệ thống phân phối ra toàn quốc của nhãn hiệu Wake-up 247, từ 75.000 điểm bán vào cuối năm 2017 lên 90.000 điểm bán ngày hôm nay. Sell-out tăng trưởng 32,1% trong kỳ với hàng tồn kho ở mức 89 tỷ đồng tính đến cuối tháng 6/2018, so với 129 tỷ đồng vào cuối tháng 6/2017. Nhãn hiệu nước tăng lực “Compact” mới được tung vào tháng 4/2018 sẽ giúp gia tăng thị phần và gia nhập phân khúc nước tăng lực truyền thống. Do đó, Ban Điều hành kỳ vọng doanh thu ngành đồ uống sẽ đạt khoảng 3.000 tỷ đồng cho cả năm 2018.
- **Bia tăng trưởng trở lại:** Ngành bia bắt đầu tăng trưởng trở lại với doanh thu thuần tăng 431,9% lên 189 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018 so với 36 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017. Mức tăng trưởng này đến từ đà tăng trưởng trong nửa cuối năm 2017 khi nhãn hiệu Sư Tử Trắng được tái tung. Trong tương lai, với việc tung nhãn hiệu bia cao cấp “Sư Tử Trắng King” mới vào cuối tháng 4/2018 và tập trung vào các địa phương với mức tiêu thụ lớn sẽ giúp thúc đẩy tăng trưởng, và MSN sẽ tập trung vào việc mang đến một loạt các sản phẩm bia với nhiều mức giá khác nhau nhằm đáp ứng các phân khúc khách hàng khác nhau. MSN sẽ tiếp tục hoàn thiện chiến lược bán hàng tại kênh hàng quán bằng việc tận dụng hơn 200 kênh hàng quán sẵn có của Singha tại TP.HCM.
- **Phân tích lợi nhuận: hoàn tất chiến lược giảm tồn kho giúp biên lợi nhuận cải thiện đáng kể**
  - Biên lợi nhuận gộp tăng khoảng 300 điểm cơ bản lên 44,4% trong nửa đầu năm 2018 nhờ vào chiến lược cao cấp hóa các sản phẩm trong ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi, tăng trưởng

cao hơn của các ngành hàng với biên lợi nhuận cao đặc biệt là gia vị và nước tăng lực, cải thiện hiệu quả vận hành của bia, bù đắp mức tăng giá của nguyên vật liệu đầu vào.

- Biên EBITDA trong nửa đầu năm 2018 tăng gấp đôi lên 25,4% so với mức 12,7% trong nửa đầu năm 2017 chủ yếu là do hoàn tất chiến lược giảm tồn kho, chi phí SG&A của MCH giảm đáng kể từ 36,8% của doanh thu trong nửa đầu năm 2017 còn 25,1% của doanh thu trong nửa đầu năm 2018.
- Công ty Cổ phần Masan Consumer, công ty con của công ty đang niêm yết tại UPCoM, đạt lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông Công ty là 1.515 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng khoảng 2,5 lần do doanh thu tăng và biên lợi nhuận tăng.
- **Doanh thu và lợi nhuận trong năm 2018 được kỳ vọng sẽ tăng trưởng lần lượt là 25% và 50%:** Theo kế hoạch dự báo doanh thu và lợi nhuận của Ban Điều hành năm 2018 thì MCH được kỳ vọng sẽ đạt biên lợi nhuận gộp tương tự và đạt EBITDA trên 4.000 tỷ đồng, 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 Công ty từ 3.100 đến 3.400 tỷ đồng. Dự báo có thể sẽ gặp những rủi ro như doanh thu thấp hơn của các sản phẩm mới và giá nguyên vật liệu đầu vào có thể tăng và sẽ ảnh hưởng đến biên lợi nhuận.



## Masan Nutri-Science

**Thị trường có dấu hiệu phục hồi với giá heo khoảng 48.000 đồng/kg; Ban Điều hành tự tin vào tăng trưởng trong nửa cuối năm 2018:**

Tỷ đồng <sup>12</sup>	2Q2018	2Q2017	Growth	1H2018	1H2017	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	3.492	4.611	(24,3)%	6.693	9.964	(32,8)%
Biên lợi nhuận gộp	14,6%	21,6%		15,9%	22,8%	
EBITDA	300	384	(22,0)%	640	1.111	(42,4)%

- Doanh thu thuần của MNS tiếp tục bị ảnh hưởng bởi giá heo giảm sâu kỷ lục, với giá heo hơi rơi vào khoảng 30.000 đồng/kg trong gần suốt năm 2017 và Quý 1/2018. Tuy nhiên, gần đây giá heo hơi đã tăng trở lại, đạt mức 48.000/kg lần đầu tiên sau khủng hoảng. Ban Điều hành cho rằng mức giá này sẽ duy trì do nguồn cung heo đang thiếu hụt. Với mức giá này, người chăn nuôi sẽ có được lợi nhuận cao và bắt đầu quay lại chế độ chăn nuôi năng suất cao. Sản lượng thức ăn chăn nuôi được kỳ vọng sẽ tăng trưởng mạnh do người chăn nuôi bắt đầu cho heo ăn đầy đủ trở lại và bắt đầu tái đàn. Ban Điều hành kỳ vọng Bio-zeem “Đỏ”, là dòng sản phẩm cao cấp, sẽ tăng thị phần trở lại do người chăn nuôi chuyển sang các loại thức ăn chăn nuôi năng suất cao.
- Thị trường thức ăn chăn nuôi ước tính đã giảm từ 6,3 triệu tấn trong năm 2016 còn 3,4 triệu tấn trong năm 2017, do đó doanh thu thuần của MNS đã giảm 32,8% trong nửa đầu năm 2018 còn 6.693 tỷ đồng. Sự sụt giảm này còn vì sự gia tăng sử dụng các sản phẩm thức ăn tự trộn, khoảng 0,7 triệu tấn thức ăn công nghiệp trên thị trường đã bị chuyển sang các loại thức ăn tự trộn. Bio-zeem “Xanh”, dòng sản phẩm trung cấp được kỳ vọng sẽ thúc đẩy quá trình chuyển đổi người chăn nuôi sang sử dụng lại thức ăn chăn nuôi công nghiệp thay vì cho thức ăn tự trộn. Tuy nhiên, do giá heo phục hồi, người nông dân đang dần chuyển sang chế độ chăn nuôi năng suất cao và điều này sẽ giúp tăng doanh thu của Bio-zeem “Đỏ”, dòng sản phẩm thức ăn chăn nuôi cao cấp của MNS. Sản lượng tiêu thụ Bio-zeem “Đỏ” đã tăng 36% từ tháng 4 đến tháng 6/2018.
- **Phân tích biên lợi nhuận:** Biên lợi nhuận gộp giảm 6,9% do giá heo giảm và giá nguyên liệu tăng, với giá bắp và giá đậu nành tăng lần lượt là 9% và 15% trong Quý 2/2018 so với Quý 4/2017. Ngoài ra, mức đóng góp lớn hơn từ Bio-zeem “Xanh” là dòng sản phẩm trung cấp làm vốn có biên lợi nhuận thấp hơn.
  - **Biên lợi nhuận gộp giảm 690 điểm cơ bản:** Biên lợi nhuận gộp của MNS giảm còn 15,9% trong nửa đầu năm 2018 so với mức 22,8% trong nửa đầu năm 2017.
  - **Biên EBITDA giảm 160 điểm cơ bản:** EBITDA nửa đầu năm 2018 giảm 42,2% xuống 640 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, do doanh thu thấp hơn và mức đóng góp lớn hơn từ Bio-zeem “Xanh”, dòng sản phẩm trung cấp.
  - **Biên lợi nhuận thuần:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MNS nửa đầu năm 2018 là 117 tỷ đồng, giảm 67,2% so với nửa đầu năm 2017. Biên lợi nhuận giảm là do doanh thu thấp trong khi chi phí cố định lớn và mức đóng góp nhiều hơn của Bio-zeem “Xanh” đã đề cập ở trên.
  - **Bắt đầu bán thịt tươi vào cuối năm 2018:** MNS đang đi trên đà thực hiện kế hoạch bán ra thịt tươi có thương hiệu vào cuối năm 2018. Với trang trại chăn nuôi heo 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 ở rất gần với mục tiêu giới thiệu các sản phẩm thịt tươi sống có thương hiệu và nguồn gốc rõ ràng cho người tiêu dùng vào Quý 4/2018. Khi hoạt động hết công suất, trang trại tại Nghệ An dự kiến sẽ có thể xuất chuồng khoảng 250.000 heo thịt/năm và tổ hợp chế biến thịt có thể đạt công suất đến 900.000 heo thịt/năm. Việc bán sản phẩm thịt tươi có thương hiệu mà một cột mốc quan trọng, khi mục tiêu của Masan Nutri-Science từ những ngày đầu là trở thành một công ty tiêu dùng có thương hiệu và đáp ứng nhu cầu lớn chưa được đáp ứng cho sản phẩm từ thịt với giá cả hợp lý, an toàn và nguồn gốc rõ ràng. Với mô hình sản

<sup>12</sup> Số liệu dựa vào thông tin của Ban Quản trị.

xuất thịt tích hợp, Ban Điều hành tin rằng MNS có thể đạt biên lợi nhuận gộp 35%. Với mục tiêu này, MNS đã tuyển dụng những chuyên gia hàng đầu để dẫn dắt mảng sản xuất thịt: Matthys van der Lely làm Giám đốc điều hành của MNS Meat với 30 năm kinh nghiệm trong các mô hình bán lẻ khác nhau và Stefan Henn làm Giám đốc R&D của MNS Meat.

- **Ban Điều hành kỳ vọng kết quả nửa cuối năm 2018 tốt hơn do giá heo phục hồi:** Tùy thuộc vào sự phục hồi của thị trường thức ăn chăn nuôi, doanh thu thuần của MNS được kỳ vọng sẽ không thay đổi nhiều trong năm 2018 do thị trường thức ăn chăn nuôi cần 6 đến 9 tháng (từ heo nái đến heo thịt) để phục hồi hoàn toàn. Biên lợi nhuận có thể bị ảnh hưởng do MNS bán nhiều hơn dòng sản phẩm Bio-zeem “Xanh” trung cấp và đầu tư nhiều hơn vào marketing. Tuy nhiên, Ban Điều hành sẽ tiếp tục tìm kiếm các giải pháp cải thiện biên lợi nhuận trong nửa cuối năm 2018.

## Masan Resources

### Lợi nhuận kỷ lục đến từ các nền tảng hoạt động hiệu quả

Tỷ đồng	Quý 2/2018	Quý 2/2017	Tăng trưởng	Nửa đầu 2018	Nửa đầu 2017	Tăng trưởng
<b>Kết quả tài chính hợp nhất<sup>13</sup></b>						
Doanh thu thuần	1.752	1.383	26,7%	3.239	2.559	26,6%
EBITDA <sup>14</sup>	904	641	41,0%	1.691	1.275	32,6%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty ( <i>Chuẩn mực kế toán Việt Nam</i> )	183	19	851,4%	300	63	377,4%

### Các kết quả tài chính nổi bật

- **Doanh thu thuần tăng 26,6%:** Doanh thu thuần của MSR đạt 3.239 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng 26,6% so với 2.559 tỷ đồng ghi nhận trong nửa đầu năm 2017. Kết quả này đạt được dù cho số lượng bán ra của vonfram, đồng và florit đều được dự báo giảm trong nửa đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm trước. Lượng đồng tồn kho vẫn duy trì ở mức cao và Ban Điều hành đang kiểm soát lượng bán chỉ đủ để đáp ứng nhu cầu nội địa. Tuy sản phẩm bán ra được dự báo giảm, nhưng giá tham chiếu tất cả các sản phẩm của MSR lại tăng lên trong nửa đầu năm 2018. Giá tham chiếu của vonfram vào cuối Quý 2/2018 đã tăng 7,4% so với mức giá của Quý 1/2018. Chiến lược tăng giá thực hiện bán (price realization) của Ban Điều hành đã cho thấy hiệu quả khi doanh thu từ hoá chất vonfram tiếp tục tăng theo từng quý.
- **EBITDA đạt 1.691 tỷ đồng:** EBITDA của MSR tăng 32,6% so với cùng kỳ năm trước. Biên EBITDA trong nửa đầu năm 2018 đạt 52,2%, tăng 4,6% so với nửa đầu năm 2017. Đồng là một trong những sản phẩm có biên EBITDA cao nhất của MSR, và Ban Điều hành sẽ tiếp tục kiểm soát việc bán đồng để đảm bảo đáp ứng đủ nhu cầu nội địa nhằm ổn định thị trường, và điều này đã làm cho biên EBITDA bị điều chỉnh nhẹ. Lượng đồng bán ra trong nửa đầu năm 2018 thấp hơn 47,4% so với nửa đầu năm 2017. Giá sản xuất mỗi đơn vị sản phẩm tăng so với cùng kỳ do phẩm cấp của quặng vonfram và florit được dự báo thấp hơn. Phẩm cấp của quặng là một hàm số được dựa trên địa điểm khai thác mỏ và được kỳ vọng sẽ giữ nguyên trong suốt năm tài chính. Để quản lý chi phí trên mỗi đơn vị, Ban Điều hành đang giám sát giá vô cùng nghiêm ngặt và đang đẩy nhanh quá trình nâng cấp hệ thống tuyển quặng, đặc biệt là cho vonfram và florit.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty tăng 377,4%:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MSR đạt 300 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018, tăng thêm 237 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty trong Quý 2/2018 đạt 183 tỷ đồng, đây là quý thứ 2 liên tiếp MSR phá kỷ lục về lợi nhuận thuần phân bổ hàng quý. MSR đang thảo luận với các tổ chức tài chính để có thể tái cơ cấu các khoản nợ hiện hữu bằng việc gia hạn thời điểm đáo hạn của các khoản nợ để tối ưu hoá dòng tiền thu được trong ngắn hạn.

<sup>13</sup> Số liệu tài chính dựa vào số liệu của Ban điều hành chưa qua kiểm toán.

<sup>14</sup> Lợi nhuận trước lãi vay, thuế, khấu hao (EBITDA) đã loại trừ các khoản thu nhập và chi phí khác.

## Phát triển thị trường: Nền tảng giá được duy trì làm cho thị trường nguồn cung tinh quặng vonfram tiếp tục bị hạn chế

Giá hàng hoá trung bình <sup>15</sup>	Đơn vị	Trung bình nửa đầu 2018	Trung bình nửa đầu 2017	% Thay đổi	Vào ngày 30/6/2018	Vào ngày 30/6/2017
Giá APT Châu Âu mức thấp	USD/MTU <sup>16</sup>	328	206	59.2%	349	212
Giá Bismuth mức thấp	USD/lb	4.9	4.6	6.5%	4.3	4.7
Đồng	USD/t	6,902	5,748	20.1%	6,646	5,907
Florit cấp axit <sup>17</sup>	USD/t	488	324	50.6%	490	390

- Các diễn biến địa chính trị tiếp tục là rủi ro lớn cho giá cả hàng hoá khi mà các chính sách chính trị và thương mại ngày càng trở nên rõ ràng hơn. Đà tăng giá của hàng hoá được dự báo sẽ chậm lại và mức giá trong tương lai được kỳ vọng sẽ ở trong khoảng gần với mức giá hiện nay.
- Các động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế sẽ vẫn được duy trì và ngày càng mạnh mẽ hơn. Tuy nhiên, Ban Điều hành đang theo sát các diễn biến kinh tế khi mà chiến tranh thương mại giữa Trung Quốc và Mỹ tiếp tục có những diễn biến mới. Tốc độ phát triển chậm lại của nền kinh tế Trung Quốc sẽ có những tác động liên đới đối với các nền kinh tế mới nổi, đặc biệt là những nền kinh tế phụ thuộc phần lớn vào việc cung cấp những hàng hoá thô như quặng sắt, đồng và than cho Trung Quốc. Trong một viễn cảnh như vậy thì hoạt động khai thác mỏ cũng sẽ giảm bớt, và điều này sẽ làm tác động đến giá vonfram. Tuy nhiên, với các hoạt động bảo hộ kinh tế ở Mỹ và Trung Quốc, chính phủ hai nước được cho là sẽ phải tăng cường dự trữ đối với những loại nguyên liệu chiến lược như vonfram là florit.
- Kinh tế Trung Quốc giảm tốc có thể sẽ có những tác động đến nguồn cung vonfram, nhất là ngay tại Trung Quốc. Nền kinh tế giảm tốc có khả năng sẽ khiến Trung Quốc xuất khẩu nhiều vonfram hơn cho thị trường ngoài Trung Quốc, và điều này sẽ khiến giá vonfram giảm bớt. Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường đang thiếu nguồn cung và Trung Quốc tiếp tục duy trì hoạt động thanh tra môi trường tại tỉnh Giang Tây và quota xuất khẩu, thì ảnh hưởng lên nguồn cung vonfram vẫn sẽ rất hạn chế.
- Mùa hè tại Châu Âu là thời điểm mà giá hàng hoá bắt đầu chu kỳ mới, với giá vonfram tại ngày 30/6/2018 là 349 USD/mtu và đã giảm xuống 338 USD/mtu tại thời điểm công bố báo cáo. Nếu không có diễn biến địa chính trị quan trọng nào xảy ra, Ban Điều hành kỳ vọng mức giá tham chiếu cho vonfram sẽ phục hồi vào cuối mùa hè tại Châu Âu.

### Kết quả sản xuất nổi bật: Hoạt động bình thường trở lại với khả năng giá tăng

Tổng kết hoạt động sản xuất	Đơn vị	Nửa đầu 2018	Nửa đầu 2017	Tăng trưởng
Quặng chế biến	nghìn tấn	1.911	1.872	2,1%
Tinh quặng vonfram	tấn	2.914	3.324	(12,3)%
Đơn vị tương đương tinh quặng vonfram <sup>18</sup>	tấn	5.939	6.840	(13,2)%

- Việc chạy thử nghiệm nâng cấp giúp cải thiện hiệu quả hoạt động. Chu trình nâng cấp tuyển trọng lực vonfram đã giúp tăng tỷ lệ thu hồi trên quặng chế biến tăng 4,5%. Với các nâng cấp hoạt động như mong muốn, Ban Điều hành sẽ tiếp tục tính toán việc giảm khai thác tinh quặng vonfram và florit.
- Ban Điều hành đã kiểm tra quy trình tuyển florit trong 3 tháng đầu năm 2018 do hiệu quả thấp trong tháng 2, với tỷ lệ thu hồi giảm 14,3% so với cùng kỳ 2017. Ban Điều hành đã xác định được vấn đề

<sup>15</sup> Metals Bulletin.

<sup>16</sup> 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).

<sup>17</sup> Industrial Minerals

<sup>18</sup> Các sản phẩm hoàn thiện của Núi Pháo được quy đổi sang đơn vị tương đương vonfram

đến từ cách khai thác, độ cứng của nước và độ pH và đã xử lý các vấn đề này, qua đó tỷ lệ thu hồi CAF<sub>2</sub> tăng 24% so với quý trước.

### **Tầm nhìn chiến lược và triển vọng tài chính năm 2018:**

- Nhìn lại kết quả kinh doanh của Công ty trong nửa đầu năm 2018 và các yếu tố giá hàng hóa hiện tại, Ban Điều hành tin tưởng Công ty có thể đạt được doanh thu thuần 7.300 – 8.000 tỷ đồng và lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông Công ty của MSR là 600 – 1.000 tỷ đồng.
- Về mặt chiến lược, MSR tiếp tục tìm kiếm các cơ hội để hiện thực hóa tầm nhìn trở thành nhà sản xuất hóa chất và kim loại công nghiệp cao cấp tích hợp hoàn toàn, có tầm cỡ thế giới. Ban Điều hành hiện đang trong quá trình thương thảo để lựa chọn nhà đầu tư chiến lược cả về sản xuất hóa chất và kim loại công nghiệp cao cấp tích hợp và đảm bảo nguồn cung.

### **Techcombank**

- **Cập nhật việc niêm yết của TCB:** Việc niêm yết TCB trên HOSE vào quý 2/2018 giúp vốn chủ sở hữu của TCB tăng lên 47,4 nghìn tỷ đồng, giúp ngân hàng có nhiều điều kiện thuận lợi để tăng trưởng mạnh hơn.
- **Tăng trưởng đến từ việc tập trung vào khách hàng:** TCB tiếp tục ghi nhận tăng trưởng thu nhập quý thứ 11 liên tiếp và tổng thu nhập hoạt động (“TOI”) tăng 20% lên 8.659 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018 từ 7.210 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017 (gồm lợi nhuận một lần). Điều này đến từ tăng trưởng mạnh từ năm trước nhờ vào chiến lược tập trung vào khách hàng.
- **Hiệu quả hoạt động thúc đẩy lợi nhuận:** Lợi nhuận trước thuế trong nửa đầu năm 2018 tăng kỷ lục lên 5.196 tỷ đồng, tăng trưởng 90% so với mức 2.734 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017, trong khi lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu trong nửa đầu năm 2018 đạt 24,3% so với tỷ lệ 20,6% trong cùng kỳ năm 2017.
- **Bản cân đối kế toán vững mạnh:** Vào cuối nửa đầu năm 2018, TCB có chỉ số an toàn vốn (CAR) là 15,9% so với 14,6% vào cuối năm 2017, cao hơn mức tối thiểu được quy định bởi Ngân hàng Nhà nước là 9%. Nợ xấu của ngân hàng trong nửa đầu năm 2018 là 2,0% so với mức 2,1% trong cùng kỳ năm 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](mailto:tanveer@msn.masangroup.com)

*Dành cho truyền thông*

Van Nguyen

T: +8428 6256 3862

E: [van.nguyen@msn.masangroup.com](mailto: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.*