

## THÔNG CÁO BÁO CHÍ

### **Masan Group đạt biên lợi nhuận hai chữ số trong quý 1/2019; Doanh thu và lợi nhuận kế hoạch năm 2019 trên đà đạt tăng trưởng 20%**

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 04 năm 2019 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” và “Công ty”), công bố kết quả kinh doanh quý 1 năm 2019.

- Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông Công ty (“NPAT post MI”) đạt mức 865 tỷ đồng trong quý 1/2019, tăng 6,0% so với quý 1/2018, với biên lợi nhuận thuần sau thuế đạt mức 10,6%, tăng 74 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm ngoái.
  - Trong quý 4/2018, công ty trả 12,5 nghìn tỷ nợ gốc, giúp giảm 34,3% chi phí lãi vay quý 1/2019 góp phần tăng lợi nhuận công ty.
  - Giả định tỷ lệ sở hữu trong TCB trong quý 1/2018 giống như quý 1/2019, lợi nhuận thuần tăng 17%.
- Doanh thu quý 1/2019 giảm 1,4% so với cùng kỳ năm ngoái đạt 8.160 tỷ VND. Ban Điều hành tin rằng sẽ đạt được doanh thu kế hoạch năm 2019.
  - Doanh thu của Masan Consumer Holdings (“MCH”): kỳ vọng tăng đáng kể trong các quý tới nhờ triển khai các phát kiến mới trong các ngành hàng và hoạt động đầu tư xây dựng thương hiệu bắt đầu gặt hái thành quả
  - Doanh thu của Masan Nutri-Science (“MNS”): sản phẩm thịt mát kỳ vọng tăng trưởng đáng kể trong nửa cuối năm 2019 và trở thành động lực tăng trưởng chính trong trung hạn.
  - Doanh thu của Masan Resources (“MSR”): năng suất và doanh thu tăng kỳ vọng mang lại lợi nhuận cao hơn cho năm 2019, cùng với tác động tích cực đến từ kỳ vọng tăng giá hàng hóa
- **Thịt mát đóng vai trò trong việc thay đổi cuộc chơi và mang lại giá trị đột phá cho nhu cầu về thịt hàng ngày của người tiêu dùng:** “MEATDeli” thể hiện tiềm năng trở thành đối tác cung cấp thịt heo tin cậy cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Đến cuối tháng 3 năm 2019, doanh số “MEATDeli” tại các kênh phân phối đều tăng hơn 2 lần so với giữa tháng 2. Tăng trưởng của MEATDeli sẽ chuyển đổi mô hình kinh doanh của MNS sang công ty hàng tiêu dùng (“FMCG”), giảm sự phụ thuộc của doanh thu công ty vào biến động của thị trường heo hơi, tăng trưởng doanh thu trong dài hạn nhờ đạt được biên lợi nhuận cao và ổn định hơn. Ban Điều hành đặt mục tiêu phát triển thương hiệu thịt trị giá 1 tỷ USD, tương ứng 10% thị phần toàn quốc trong năm 2022 bằng cách mang lại giá trị đích thực cho người tiêu dùng.

*“Tôi hoàn toàn tin tưởng định hướng chiến lược và an tâm về thực thi ở các ngành hàng. Thịt đang khẳng định vai trò là nhân tố thay đổi cuộc chơi, và sẽ mang lại giá trị đột phá cho nhu cầu về thịt hàng ngày của người tiêu dùng. Masan Nutri-Science đã củng cố nền tảng ngành hàng này trong quý 1/2019 và sẽ mở rộng quy mô mạnh mẽ trong các quý tới. Tăng trưởng của Masan Consumer trong năm 2019 sẽ được thúc đẩy bởi sản phẩm mới, sáng tạo và độc đáo, ở tất cả các ngành hàng, nhằm thống lĩnh các xu hướng tiêu dùng mới: sản phẩm giá trị gia tăng, tiện lợi và cao cấp. Tôi cũng tin rằng đây sẽ là năm Techcombank thực sự chuyển hoá thành một nền tảng cho đời sống tài chính, và Masan Resources đột phá trở thành nhà cung cấp vật liệu cho công nghệ cao. Chỉ cần kiên định với phương châm “keep going long” và sức mệnh ban đầu,*

*chúng ta sẽ biến những mục tiêu từ đây tới năm 2022 thành hiện thực.”: Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Masan, Dr Nguyễn Đăng Quang cho biết.*

### **Phân tích lợi nhuận hợp nhất**

- **Doanh thu thuần quý 1/2019:** Tập đoàn Masan đạt 8.160 tỷ đồng doanh thu thuần trong quý 1/2019, giảm 1,4% so với doanh thu thuần quý 1/2018 là 8.274 tỷ đồng.
  - MCH đạt 3.780 tỷ đồng doanh thu thuần trong quý 1/2019, tăng 5,4% so với 3.586 tỷ đồng trong quý 1/2018, do chiến lược cao cấp hoá bắt đầu gặt hái thành quả và ngành hàng đồ uống (nước đóng chai và nước tăng lực) tiếp tục đà tăng trưởng hai chữ số.
  - MNS đạt 3.192 tỷ đồng doanh thu thuần trong quý 1/2019, giảm 0,3% so với 3.201 tỷ đồng trong quý 1/2018. Doanh thu thuần của thức ăn chăn nuôi giảm 1,6% trong quý 1/2019 so với cùng kỳ, nhờ sự tăng trưởng của thức ăn chăn nuôi cho thủy sản và gia cầm bù vào sự sụt giảm về sản lượng thức ăn chăn nuôi heo. Trong quý 1/2019, MEATDeli đã đóng góp 20 tỷ đồng vào doanh thu thuần.
  - MSR đạt 1.188 tỷ đồng doanh thu thuần trong quý 1/2019, giảm 20,1% so với quý 1/2018. Điều này chủ yếu là do giá trung bình của vonfram thấp hơn 17% trong quý 1/2019, so với quý 1/2018, và do hàm lượng khai thác tinh quặng thấp hơn.
- **EBITDA quý 1/2019:** EBITDA hợp nhất trong quý 1/2019 là 2.357 tỷ đồng, giảm 9,5% so với 2.606 tỷ đồng trong quý 1/2018. Biên EBITDA hợp nhất giảm 261 điểm cơ bản trong quý 1/2019 xuống 28,9%.
  - Biên lợi nhuận gộp hợp nhất giảm 319 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm ngoái chủ yếu do chi phí nguyên vật liệu tăng cao. Nhìn chung, 42% biên lợi nhuận gộp vẫn trong kế hoạch và mục tiêu của MCH trong trung hạn. Biên lợi nhuận gộp của MSR đã giảm do giá hàng hóa thấp hơn và hàm lượng khai thác tinh quặng thấp hơn. Ban Điều hành tin rằng lợi nhuận gộp của MSR sẽ trở lại về mức của năm 2018 và đang triển khai các kế hoạch để cải thiện chỉ số này.
  - MSN tiếp tục đầu tư hiệu quả chi phí SG&A hợp nhất, do đó, tỷ lệ SG&A trên doanh thu đạt 16% trong quý 1/2019, giảm 106 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu nhờ chi phí SG&A của MCH giảm 315 điểm cơ bản.
  - Biên EBITDA trong lĩnh vực kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MNS tăng 117 điểm cơ bản trong quý 1/2019 do giá nguyên liệu tốt hơn và các sản phẩm có lợi nhuận cao đóng góp nhiều hơn so với cùng kỳ năm ngoái.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty Quý 1/2019:** đạt 865 tỷ VND, tương ứng 6,0% tăng trưởng so với cùng kỳ năm trước (Quý 1/2018: 816 tỷ VND)
  - Chi phí tài chính thuần là 457 tỷ đồng trong quý 1/2019, giảm 34,3% so với 695 tỷ đồng trong quý 1/2018. Số dư nợ trung bình của MSN trong quý 1/2019 là 22,6 nghìn tỷ đồng, giảm 34,8% so với 34,7 nghìn tỷ đồng dư nợ trung bình trong quý 1/2018.
  - Kết quả của việc mua thêm cổ phần của Vinacafé (“VCF”) và nhà máy Masan Tungsten (“MTC”) trong năm 2018, lợi nhuận thuần phân bổ cho lợi ích cổ đông thiểu số giảm 34,9% xuống 134 tỷ đồng trong quý 1/2019, so với 206 tỷ đồng trong quý 1/2018.

## Phân tích hoạt động chính

**MCH: Doanh thu thuần Quý 1 tăng trưởng và các phát triển mới dự kiến tung ra trong năm 2019 sẽ là động lực cho doanh thu tăng trưởng hơn 20%.**

- **Gia vị:** phân khúc nước mắm cao cấp tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ, với mức tăng trưởng 8,8% trong quý 1/2019. Các sản phẩm cao cấp chiếm 12,4%, so với 11,6% trong quý 1/2018. Nhìn chung, phân khúc gia vị tăng 5,2% so với quý 1 năm 2018. Tương ớt tiếp tục là động lực tăng trưởng đáng kể, với mức tăng trưởng hơn 20% doanh thu thuần trong quý 1/2019.
- **Thực phẩm tiện lợi:** Omachi tiếp tục là thương hiệu tạo ra xu hướng trên thị trường với các giải pháp mang lại bữa ăn hoàn chỉnh. Các giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh như Omachi Cup và Omachi Business Class, v.v., hiện chiếm 7,8% phân khúc thực phẩm tiện lợi. Phân khúc mì cao cấp tăng trưởng 15,2% trong quý 1/2019 và chiếm gần 50% doanh thu ngành hàng. Nhìn chung, thực phẩm tiện lợi tăng 4,5% trong quý 1 năm 2019 so với cùng kỳ năm ngoái.
- **Đồ uống:** phân khúc đồ uống tiếp tục là động lực tăng trưởng lớn nhất của MCH, tăng 28,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Doanh thu thuần của nước tăng lực đã tăng 27,7%. Thương hiệu nước tăng lực, Wake-Up 247, giờ đây cũng có dạng lon, so với chỉ có dạng chai PET trước đó. Nhãn hàng nước khoáng cao cấp đã nhận được phản hồi tích cực từ người tiêu dùng kể từ khi ra mắt, kết quả là, doanh thu ngành hàng nước đã tăng gần 30% trong quý 1/2019.
- **Danh mục các sản phẩm đang phát triển:**
  - **Cà phê hòa tan:** Ban Điều hành tin vào tiềm năng tăng trưởng cà phê trong dài hạn và đang triển khai thử nghiệm nhiều loại cà phê khác nhau để xâm nhập vào thị trường cà phê rang xay trị giá 1,1 tỷ USD. Thị trường cà phê rang xay chủ yếu chưa có tên tuổi và có quy mô gấp 3 - 4 lần thị trường cà phê hòa tan. Trong năm 2019, Masan sẽ tuyển dụng chuyên gia về nghiên cứu và phát triển cà phê để xây dựng kế hoạch đổi mới cà phê.
  - **Thịt chế biến:** Thương hiệu “Ponnie” tiếp tục phát triển tốt. Ponnie mới chỉ là bước khởi đầu trong hành trình của ngành thịt chế biến. Thông qua nghiên cứu hướng tới khẩu vị của người tiêu dùng Việt Nam ngành hàng này đang trên đường đạt mức tăng trưởng doanh thu năm 2019 gấp 2-3 lần và định vị thương hiệu trở thành ngành hàng mang lại tăng trưởng chủ chốt sau này.
  - **Bia:** Việc tuyển dụng đội ngũ bán hàng mới với kinh nghiệm bán bia đã gần hoàn tất và với SKU mới được lên kế hoạch cho năm 2019, ngành hàng bia có thể tăng doanh thu thuần gấp 2 lần trong năm 2019.

**MNS: MEATDeli tiếp tục phát triển tốt như kỳ vọng của Ban Điều hành; dịch tả lợn châu Phi (ASF) vẫn là rủi ro, nhưng nếu được quản lý tốt sẽ nâng thương hiệu MEATDeli là “thịt sạch và an toàn cho sức khỏe”.**

- **Cập nhật về tình hình kinh doanh MEATDeli:**
  - MEATDeli trong tuần cuối của tháng 3 năm 2019 tăng trưởng gấp 2 lần so với giữa tháng 2 năm 2019. Sự bùng phát của ASF thúc đẩy tăng trưởng của thịt có thương hiệu trên thị trường và người tiêu dùng ngày càng chuyển sang các sản phẩm thịt sạch, an toàn và có thể truy xuất nguồn gốc.
  - Vào ngày 12 tháng 4 năm 2019, MNS đã chủ động đình chỉ hoạt động tại nhà máy chế biến thịt Hà Nam, vì ASF được phát hiện cách nhà máy 2 km. Việc làm này để đảm bảo MNS luôn cam kết thực hiện mục tiêu đặt sức khỏe người tiêu dùng lên hàng đầu.

Mặc dù, điều này sẽ là chi phí của Công ty trong 3-5 tuần tới, nhưng sẽ không có tác động lớn đến kế hoạch tài chính của MNS trong năm 2019, vì phần lớn doanh số bán thịt dự kiến sẽ xảy ra trong 2 quý cuối năm 2019. Trang trại chăn nuôi và tổ hợp chế biến của MNS không bị ảnh hưởng bởi ASF.

- **Tạm dừng hoạt động để đảm bảo niềm tin và yêu của người tiêu dùng:** 98% người tiêu dùng được khảo sát ưa thích “MEATDeli” hơn các sản phẩm cạnh tranh khác. 92% người tiêu dùng được khảo sát quyết định chuyển sang sử dụng sản phẩm của “MEATDeli” sau khi dùng thử lần đầu.
- Ban Điều hành tiếp tục mở rộng mạng lưới phân phối của MEATDeli, dự kiến đạt 25+ các cửa hàng tự vận hành của MEATDeli vào cuối năm, hợp tác chặt chẽ hơn với kênh bán hàng hiện đại và đạt 250 đại lý MEATDeli.
- **Thị trường thức ăn chăn nuôi dự kiến sẽ tăng trưởng một con số vào năm 2019, mặc dù vẫn có những rủi ro:** Ban Điều hành dự kiến kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MNS sẽ tăng trưởng một con số trong năm 2019, tăng trưởng trong kinh doanh thức ăn thủy sản và gia cầm sẽ bù đắp cho sự sụt giảm doanh thu thức ăn cho heo. Sự bùng phát của dịch bệnh ASF ở miền Bắc Việt Nam đã làm giảm giá lợn hơi ở mức 20% ở miền Bắc, trong khi giá lợn vẫn ở mức trên 40.000 đồng/kg ở miền Nam. Ban Điều hành kỳ vọng thị trường sẽ trở lại bình thường trong nửa cuối năm 2019 và triển khai chiến lược mới để giảm tối đa ảnh hưởng của dịch bệnh ASF.
  - **Những cải tiến/mô hình kinh doanh mới:** Trong quý 1 năm 2019, MNS đã cho ra mắt “Cám Trại Bio-zeem” nhắm vào trại chăn nuôi lớn mà ở đó họ tập trung vào tăng năng suất và cung cấp các giải pháp thức ăn tùy chọn. Cám Trại Bio-zeem bước đầu xây dựng mạng lưới ổn định và đáng tin cậy, để cung cấp heo chất lượng cao đảm bảo nguồn cung cho MEATDeli. Các trại chăn nuôi lớn sẽ ít chịu ảnh hưởng bởi dịch bệnh do triển khai mô hình chăn nuôi công nghệ tiên tiến nhất.
- **Tiếp tục nâng cao hiệu quả hoạt động:** MNS đã đạt biên EBITDA hợp nhất 9,9% trong quý 1/2019, vì biên EBITDA cho kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MNS đã tăng 117 điểm cơ bản trong quý 1/2019, do giá nguyên liệu tốt hơn và giá bán các sản phẩm thức ăn chăn nuôi cao hơn so với cùng kỳ năm ngoái. SG&A trên doanh thu thuần của thức ăn chăn nuôi giảm 114 điểm tiếp tục tối ưu hóa và quản lý chặt chi phí.

#### **MSR: Doanh thu thấp hơn do giá hàng hóa thấp hơn, cải thiện tỷ suất lợi nhuận EBITDA**

- **Doanh thu thuần giảm 20%** - MSR đạt doanh thu thuần 1.188 tỷ đồng trong quý 1/2019, giảm 20% so với 1.487 tỷ đồng được ghi nhận trong quý 1/2018. Doanh thu bị ảnh hưởng bởi giá điều chỉnh của vonfram, bismuth và đồng thấp hơn, cùng với việc tích lũy hàng tồn kho vonfram và đồng do điều kiện thị trường bất lợi. Điều này đã được bù đắp một phần bởi sự gia tăng doanh thu fluorit nhờ vào giá cả và năng suất cao hơn.
  - **EBITDA đạt 645 tỷ đồng** - Mặc dù giảm 20% doanh thu thuần, EBITDA chỉ giảm 18% do hai yếu tố chính: sự tích hợp hoàn toàn nhà máy MTC vào hoạt động kinh doanh và sự phục hồi của thị trường fluorit. MSR ghi nhận biên lợi nhuận EBITDA là 54,3% trong quý 1/2019, tăng 141 điểm cơ bản so với 52,9% trong quý 1/2018.
  - **Lợi nhuận thuần:** - MSR ghi nhận khoản lãi thuần 1,5 tỷ đồng trong quý 1/2019, giảm 99% so với cùng kỳ năm ngoái, chủ yếu do doanh thu thuần và EBITDA thấp hơn. So với quý 1/2018, EBITDA giảm 141 tỷ đồng, trong khi lợi nhuận thuần giảm còn 116 tỷ đồng. Chênh lệch 29 tỷ đồng chủ yếu là do MTC được hợp nhất 100% so với năm ngoái.
- **Cập nhật giá thị trường:** Giá vonfram giữ ở mức ổn định trong 5-6 tháng qua mặc dù bối cảnh kinh tế vĩ mô không ổn định. Ban Điều hành MSR kỳ vọng giá sẽ tăng mạnh trong trung

hạn, vì căng thẳng thương mại Mỹ-Trung, nguồn dự trữ ở Châu Âu vẫn ở mức thấp và nguồn cung từ Trung Quốc giảm. Giá Florit tiếp tục tăng cao nhờ sụt giảm xuất khẩu tiếp diễn ở Trung Quốc trong khi nhu cầu sử dụng tăng.

- **Triển vọng năm 2019:** Với việc kinh tế toàn cầu không biến động xấu và tâm lý thị trường được cải thiện trong nửa cuối năm, Ban Điều hành tin có thể đạt được doanh thu thuần và lợi nhuận phân bổ các Cổ đông trong khoảng 7.700 - 8.500 tỷ đồng và 700 - 1.000 tỷ đồng, tương ứng.

### **Dự báo kết quả tài chính cho năm 2019**

Những dự báo dưới đây là kỳ vọng của Masan tính đến thời điểm hiện tại cho kết quả tài chính năm 2019. Những dự báo này có thể thay đổi đáng kể dưới sự tác động của nhiều yếu tố, ví dụ như thay đổi tỷ giá hối đoái, biến động kinh tế toàn cầu, sức mua của khách hàng và tăng trưởng tiêu dùng.

- **Doanh thu thuần năm 2019 dự kiến tăng từ 45.000 tỷ đồng lên 50.000 tỷ đồng, đạt tăng trưởng 18% - 31%.**
  - Doanh thu thuần của MCH dự kiến sẽ tăng từ 21% đến 35%. Các yếu tố chính đến từ việc cao cấp hoá ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi và ngành hàng đồ uống tiếp tục đạt tăng trưởng như trong năm 2018. Rủi ro chính sẽ là sự thất bại hay chậm chích phục khách hàng của các phát kiến mới và khả năng mở rộng kinh doanh ngành hàng bia.
  - Doanh thu thuần của MNS dự kiến sẽ tăng khoảng 20%. Doanh thu mảng thức ăn chăn nuôi dự kiến tăng trưởng một chữ số, trong khi doanh thu thịt mát chiếm khoảng từ 5% đến 10% doanh thu thuần hợp nhất của MNS. Những rủi ro tiềm ẩn của dịch tả lợn ASF kéo dài ảnh hưởng đến tăng trưởng doanh số ngành thức ăn chăn nuôi heo.
  - Doanh thu thuần của MSR dự kiến sẽ tăng từ 12 đến 24% nhờ doanh số bán hàng cao hơn. Những yếu tố chính có thể ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh bao gồm giá vonfram thấp.
- Ban lãnh đạo dự kiến lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông Công ty hợp nhất trong năm 2019 từ 5.000 tỷ đồng đến 5.500 tỷ đồng, tăng trưởng từ 44% lên 58%, dẫn đến biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Công đồng Công ty trên 10%.

### **Triển vọng kết quả tài chính trong 5 năm tới**

- Masan Group: năm 2018 đánh dấu sự khởi đầu của hành trình 5 năm, khi thực hiện các bước cụ thể để hoàn thành tầm nhìn dài hạn. Masan đã định vị các nền tảng kinh doanh của mình để trở thành những người chiến thắng và đã xác định rõ ràng KPI, để đảm bảo tạo ra giá trị lớn cho cổ đông.
- Nâng cao chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng Việt trong mọi không gian sống sẽ là động lực chính cho Masan Consumer, trong khi Masan Nutri-Science sẽ trở thành lựa chọn thịt sạch thuần khiết cho mọi món đều ngon của gia đình Việt. Công ty liên kết của chúng tôi, Techcombank sẽ tập trung vào việc xây dựng một hệ sinh thái để mang đến đời sống tài chính hiện đại cho tất cả người tiêu dùng Việt, trong khi Masan Resources sẽ tăng thêm giá trị cho các nguồn tài nguyên chiến lược của Việt Nam và chế biến các vật liệu công nghệ cao toàn cầu.
- Đến năm 2022, Tập đoàn Masan đặt mục tiêu đạt được doanh thu 5 tỷ USD, tăng trưởng gấp đôi tốc độ tăng trưởng chi tiêu tiêu dùng của người tiêu dùng Việt Nam là 10,2% và đạt biên lợi nhuận thuần là 12-15%.

- Mục tiêu của MCH, sẽ trở thành nhà cải tiến trong lĩnh vực hàng tiêu dùng số 1 trên thị trường và mang lại 50% doanh thu hợp nhất từ các sản phẩm mới, mang về doanh thu thuần 2 tỷ USD và biên lợi nhuận thuần 20%.
- MNS đặt mục tiêu chiếm 10% thị phần của thị trường thịt heo Việt Nam trị giá 10 tỷ USD. Xây dựng mạng lưới phân phối thịt số 1 trên toàn quốc và đem về doanh thu 2 tỷ USD với 50% đến từ thịt có thương hiệu và đạt biên lợi nhuận thuần từ 10-12%.
- Bằng cách nâng công suất sản xuất của nhà máy MTC và xây dựng quan hệ đối tác chiến lược để trở thành nhà cung cấp vật liệu toàn cầu công nghệ cao, MSR tăng thị phần từ 36% lên mức là 50%+.
- Chiến lược xây dựng hệ thống sinh thái cho người tiêu dùng của TCB và việc thực hiện mô hình “Rủi ro thấp – Lợi nhuận cao” sẽ đảm bảo tăng trưởng thu nhập từ phí, lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu dẫn đầu ngành là 20%+ và danh mục trên 15 triệu khách hàng bán lẻ.

## Số liệu tài chính hợp nhất<sup>1</sup> quý 1/2019

### Kết quả kinh doanh

VND Billion	Quý 1/2019	Quý 1/2018	Tăng trưởng
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>8.160</b>	<b>8.274</b>	<b>(1,4)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	3.780	3.586	5,4%
<i>Masan Nutri-Science</i>	3.192	3.201	(0,3)%
<i>Masan Resources</i>	1.188	1.487	(20,1)%
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>2.463</b>	<b>2.762</b>	<b>(10,8)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1.590	1.685	(5,6)%
<i>Masan Nutri-Science</i>	506	551	(8,1)%
<i>Masan Resources</i>	354	513	(30,9)%
<b>Biên lợi nhuận gộp</b>	<b>30.2%</b>	<b>33.4%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	42.1%	47.0%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	15.9%	17.2%	
<i>Masan Resources</i>	29.8%	34.5%	
<b>Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp<sup>2</sup></b>	<b>(1.303)</b>	<b>(1.409)</b>	<b>(7,5)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(833)	(903)	(7,8)%
<i>Masan Nutri-Science</i>	(380)	(375)	1,4%
<i>Masan Resources</i>	(47)	(66)	(28,6)%
<b>Tỷ lệ chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp trên doanh thu thuần</b>	<b>16,0%</b>	<b>17,0%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	22,0%	25,2%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	11,9%	11,7%	
<i>Masan Resources</i>	4,0%	4,4%	
<b>Lợi nhuận từ công ty liên kết<sup>3</sup></b>	<b>447</b>	<b>517</b>	<b>(13,6)%</b>
<b>Chi phí khấu hao và phân bổ EBITDA</b>	<b>751</b>	<b>737</b>	<b>1,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.357</b>	<b>2.606</b>	<b>(9,5)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	980	1.004	(2,4)%
<i>Masan Nutri-Science</i>	316	341	(7,4)%
<i>Masan Resources</i>	645	787	(18,0)%
<i>Techcombank Contribution</i>	447	517	(13,5)%
<b>Biên lợi nhuận EBITDA</b>	<b>28,9%</b>	<b>31,5%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	25,9%	28,0%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	9,9%	10,6%	
<i>Masan Resources</i>	54,3%	52,9%	
<b>Lỗ thuần từ hoạt động tài chính</b>	<b>(457)</b>	<b>(695)</b>	<b>(34,3)%</b>
<i>Thu nhập tài chính</i>	72	86	(16,1)%
<i>Chi phí tài chính</i>	(529)	(781)	(32,3)%
<b>Các chi phí khác</b>	<b>(9)</b>	<b>(2)</b>	<b>290,9%</b>
<b>Thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>(141)</b>	<b>(150)</b>	<b>(5,4)%</b>
Lợi nhuận thuần sau thuế	1.000	1.022	(2,2)%
Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông Công ty	865	816	6,0%

<sup>1</sup> Số liệu tài chính dựa trên báo cáo quản trị và tuân thủ các chuẩn mực kế toán Việt Nam.

<sup>2</sup> Chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí bán hàng hợp nhất của MSN cao hơn tổng chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí bán hàng của các mảng kinh doanh do các chi phí ở công ty mẹ.

<sup>3</sup> Bao gồm lợi nhuận từ Techcombank.

## Cân đối kế toán

Tỷ đồng	2017	2018	Quý 1/2019
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền <sup>4</sup></b>	<b>8.154</b>	<b>4.962</b>	<b>3.815</b>
<b>Nợ</b>	<b>34.796</b>	<b>21.995</b>	<b>23.230</b>
Nợ ngắn hạn	9.166	9.244	10.097
Nợ dài hạn	25.630	12.752	13.133
<b>Tổng tài sản</b>	<b>63.529</b>	<b>64.579</b>	<b>65.062</b>
<b>Tổng vốn chủ sở hữu</b>	<b>20.225</b>	<b>34.080</b>	<b>34.914</b>
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đông thiểu số	14.837	29.487	30.207
<b>Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)</b>	<b>1.047</b>	<b>1.163</b>	<b>1.163</b>
Cổ phiếu đã phát hành	1.157	1.163	1.163
Cổ phiếu quỹ	(110)	-	-

## Các chỉ số tài chính <sup>5</sup>

Tỷ đồng	2017	2018	Quý 1/2019
<b>Nợ vay/EBITDA</b>	<b>3,7x</b>	<b>2,1x</b>	<b>2,3x</b>
<b>ROAA</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>
<b>ROE bình quân</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>17%</b>
<b>FFO<sup>6</sup>/Nợ</b>	<b>10%</b>	<b>24%</b>	<b>23%</b>
<b>FCF<sup>7</sup></b>	<b>4.199</b>	<b>4.622</b>	<b>(1.556)</b>
<b>Vòng quay tiền mặt</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>62</b>
Số ngày hàng tồn kho <sup>8</sup>	61	60	78
Số ngày phải thu <sup>9</sup>	8	10	5
Số ngày phải trả <sup>12</sup>	27	27	21
<b>CAPEX</b>	<b>(2.111)</b>	<b>(2.638)</b>	<b>(1.044)</b>

<sup>4</sup> Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn từ 3 đến 12 tháng) và các khoản phải thu liên quan đến hoạt động ngân quỹ và đầu tư.

<sup>5</sup> Các tỷ lệ tài chính hàng quý được tính dựa trên EBITDA và NPAT mười hai tháng qua.

<sup>6</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>7</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.

<sup>8</sup> Số ngày tồn kho được tính bằng việc lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán.

<sup>9</sup> Số ngày phải thu và phải trả được tính bằng việc lấy số dư cuối kỳ của khoản phải thu và phải trả chia cho doanh thu và giá vốn hàng bán.



**Thông tin chủ chốt về công ty con**  
**MCH**

Tỷ đồng	Tăng trưởng
<b>Doanh thu thuần</b> <sup>10</sup>	<b>5,4%</b>
Gia vị	5,2%
Thực phẩm tiện lợi <sup>11</sup>	4,5%
Đồ uống (Không cồn)	<b>(5,6)%</b>
Khác <sup>12</sup>	<b>5,4%</b>
<b>Lợi nhuận gộp</b>	5,2%
<b>EBITDA</b>	4,5%

**MSR**

<b>GIÁ CẢ HÀNG HOÁ TRUNG BÌNH</b> <sup>13</sup>	<b>Đơn vị</b>	<b>Quý 1/2019</b>	<b>Quý 1/2018</b>	<b>% thay đổi</b>	<b>31.03.19</b>	<b>31.03.18</b>
Giá APT Châu Âu Thấp*	USD/mtu <sup>14</sup>	265	319	(17)%	271	325
Bismuth Thấp*	USD/lb	3.5	5.1	(32)%	3,3	5,2
Đồng*	USD/t	6.215	6.951	(10)%	6.485	6.685
Hàm lượng axit florit <sup>**15</sup>	USD/t	524	486	8,0%	483	500

<b>BẢNG TÓM TẮT SẢN LƯỢNG</b>	<b>Unit</b>	<b>1Q2019</b>	<b>1Q2018</b>	<b>Growth</b>
Quặng chế biến	kt	899	916	(1,8)%
APT / BTO / YTO / ST (tinh quặng)	t	1.519	1.512	0,0%
Đồng trong tinh quặng đồng (tinh quặng)	t	1.979	1.991	(0,6)%
Florit cấp axit	t	53.197	51.405	3,5%
Bismut trong xi măng bismut (tinh quặng)	t	558	702	(20,6)%

<sup>10</sup> Số liệu Kế toán Quản trị.

<sup>11</sup> Bao gồm mì ăn liền và cháo ăn liền.

<sup>12</sup> Bao gồm cà phê, thịt chế biến, bia, ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu

<sup>13</sup> Metals Bulletin.

<sup>14</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 vonfram).

<sup>15</sup> Khoáng sản công nghiệp.

## **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 lĩnh vực thị trường, thực phẩm chế biến và đồ uống, sản xuất hóa chất công nghiệp 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

ĐT: +84 28 6256 3862

Email: [tanveer@msn.masangroup.com](mailto:tanveer@msn.masangroup.com)

*Dành cho truyền thông*

Nguyễn Thị Như Trang

T: +84 912144311

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