



THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Masan và Singha thiết lập nền tảng chung trên thị trường ASEAN với 250 triệu người tiêu dùng

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 12 năm 2015 – Công ty CP Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, “Masan”) công bố việc ký kết thỏa thuận đối tác chiến lược với Singha Asia Holding Pte Ltd (“Singha”). Nền tảng đối tác chiến lược này cho phép Masan và Singha ngay lập tức mở rộng thị trường kinh doanh thực phẩm và đồ uống của hai công ty thành quy mô khu vực, với trọng tâm là các nước “inland ASEAN” (Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào) với 250 triệu người tiêu dùng.

Masan là doanh nghiệp Việt Nam hàng đầu trong các ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, cà phê và đồ uống, còn Singha, một thương hiệu được công nhận trên toàn cầu, là công ty hàng đầu của Thái Lan trên thị trường bia và đồ uống không cồn với hoạt động kinh doanh thực phẩm đang tăng trưởng nhanh chóng. Sự kết hợp hai nền tảng hàng đầu của Việt Nam và Thái Lan sẽ tạo vị thế vượt trội cho cả hai giành chiến thắng ở các thị trường đang tăng trưởng nhanh trong khối ASEAN khi người tiêu dùng ở đây khắt khe, thị hiếu và sở thích tương đồng. Masan và Singha cam kết hợp tác chặt chẽ trong dài hạn để hỗ trợ nhau tiếp cận thị trường của mỗi bên và tận dụng thế mạnh của nhau trong các ngành hàng tương ứng, mang lại cho người tiêu dùng thêm nhiều lựa chọn sản phẩm thực phẩm và đồ uống.

Tiến sĩ Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch Masan, chia sẻ: “Quan hệ đối tác chiến lược giữa Masan và Singha là vô cùng độc đáo vì hiếm khi hai nền tảng hàng đầu trong khối ASEAN cùng hợp tác phát triển để tạo ra giá trị đột phá vượt trội. Đối với tôi, điều này có nghĩa là $1 + 1 = 5$.”

Nhận định về mối quan hệ đối tác này, ông Palit Bhirombhakdi, Tổng Giám đốc của Singha Asia, cho rằng: “Tôi hoàn toàn tự tin rằng khi hợp tác với Singha, Masan sẽ được 65 triệu người tiêu dùng Thái Lan đón nhận nồng nhiệt. Thị trường Thái Lan rất ưa chuộng những ngành hàng chính của Masan như nước mắm và cà phê Việt Nam nhờ hương vị và nguồn gốc đặc biệt. Ngược lại, nền tảng phân phối sâu rộng của Masan tiếp cận đến mọi góc ngách ở Việt Nam sẽ giúp Singha tiếp cận một thị trường 90 triệu người tiêu dùng đang phát triển nhanh chóng và sẽ hỗ trợ Singha mở rộng các ngành hàng mới.”

Ông Seokhee Won, Phó Tổng Giám đốc của Tập đoàn Masan và Tổng Giám đốc của Công ty Masan Consumer, tỏ ra hào hứng: “Kinh nghiệm của Masan đã chứng tỏ rằng nếu muốn giành được sự tin tưởng và yêu thích của người tiêu dùng, cần phải có một nền tảng vận hành mạnh mẽ được cấu thành từ hệ thống phân phối sâu rộng, kiến thức về thói quen tiêu dùng địa phương, năng lực xây dựng thương hiệu vượt trội và sự xuất sắc trong sản xuất nhằm thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng về chất lượng và khẩu vị. Chúng tôi vui mừng chào đón Singha trở thành đối tác chiến lược của mình. Danh mục sản phẩm và nền tảng vận hành của Singha có thể góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng của Masan cả ở Việt Nam và các thị trường trong khu vực. Bên cạnh những cơ hội kinh doanh, chúng tôi rất phấn khích khi được sát cánh với một tổ chức có lịch sử lâu dài và được tôn trọng như một doanh nghiệp gương mẫu. Điều này vô cùng tương hợp với khát vọng của Masan nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng mỗi ngày.”

Giao dịch trị giá 1,1 tỷ đô la Mỹ hoàn toàn bao gồm nguồn vốn mới cho phép Singha sở hữu 25% cổ phần công ty Masan Consumer Holdings và 33,3% cổ phần công ty Masan Brewery. Masan Consumer Holdings sở hữu 66,7% cổ phần của Masan Brewery. Giao dịch được dự kiến hoàn tất trong tháng 1/2016 sau khi thực hiện đầy đủ các quy định của pháp luật.

GIỚI THIỆU TẬP ĐOÀN MASAN

Tập đoàn Masan là một trong những công ty hàng đầu của Việt Nam, tập trung vào các cơ hội tăng trưởng cao trong ngành hàng tiêu dùng: thực phẩm, đồ uống, và trong chuỗi giá trị dinh dưỡng.

Tập đoàn Masan bao gồm Masan Consumer Holdings, sở hữu các thương hiệu được ưa thích nhất Việt Nam trong ngành hàng thực phẩm và đồ uống (Chin-su, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Kokomi, Vinacafe, Wake-up, Vĩnh Hảo và Sư Tử Trắng), và Masan Nutri-Science, là công ty với lĩnh vực kinh doanh nằm trong chuỗi giá trị dinh dưỡng lớn nhất của Việt Nam (với các thương hiệu Proconco và Anco). Các mảng kinh doanh khác của Tập đoàn Masan bao gồm Masan Resources, một trong những nhà sản xuất vonfram và khoáng chất công nghiệp chiến lược lớn nhất thế giới, và ngân hàng Techcombank, là ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu tại Việt Nam.

GIỚI THIỆU CÔNG TY SINGHA ASIA HOLDING PTE LTD

Singha Asia là một công ty thành viên quan trọng của Tập đoàn Boon Rawd Brewery, hãng bia đầu tiên lớn nhất của Thái Lan, được thành lập vào năm 1933 bởi Phraya Bhirom Bhakdi (Boonrawd Sreshthaputra). Trong hơn 80 năm qua, công ty tư nhân này đã trở thành một công ty bia và đồ uống nổi tiếng với hoạt động kinh doanh thực phẩm tăng trưởng rất nhanh và ngày càng mở rộng sang các nước trong khu vực. Công ty được quản lý bởi các hậu duệ thế hệ thứ 3 và thứ 4 của người sáng lập cùng với các chuyên gia từ nhiều lĩnh vực.

Hiện nay, công ty đang sản xuất các sản phẩm dưới nhiều thương hiệu khác nhau như Singha, Leo, B-ing, Purra, Sanvo, Syder Bay, Boonrawd Farm, Pundee và Masita. Công ty đã mở rộng và đa dạng hóa hoạt động kinh doanh của mình sang các ngành sản xuất, bao bì, nông nghiệp, bất động sản, thực phẩm và nhà hàng, cũng như thời trang và phong cách sống, thông qua hơn 50 công ty thành viên.

LIÊN HỆ:

Masan Group Corporation	Singha Asia Holding Pte Ltd
(Dành cho Nhà đầu tư/ Chuyên viên phân tích) Tanveer Gill T: +848 6256 3862 E: tanveer@msn.masangroup.com	Sathapana Leoprapi T: +662 242 4459 E: sathapana_l@boonrawd.co.th
(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.