

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Lợi nhuận các lĩnh vực kinh doanh chính của Masan Group tăng 37% trong Quý 2/2019 và 20% trong nửa đầu năm 2019; đầu tư vào các ngành tăng trưởng trụ cột mang lại hiệu quả trong 12 tháng tới

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 7 2019 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” và “Công ty”), ngày hôm nay công bố kết quả kinh doanh nửa đầu năm 2019.

Ông Nguyễn Đăng Quang – Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc Masan Group chia sẻ: *“Trước hết, tôi vô cùng tự hào rằng đội ngũ lãnh đạo Masan MEATLife đã luôn tập trung vào tầm nhìn dài hạn: thay đổi “meat life” của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam, và khẳng định yếu tố cốt lõi trong triết lý kinh doanh của Masan: không ngừng mang đến các phát kiến mới nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống người Việt.*

Tại MCH, chúng tôi tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh bằng việc nhân rộng thành công của các sản phẩm đồ uống, và tiếp tục cải tiến các sản phẩm thực phẩm giá trị gia tăng.

Về Techcombank, định giá thị trường hiện tại chưa phản ánh đúng tình hình kinh doanh của Công ty. Cá nhân tôi tin rằng khoảng cách sẽ thu hẹp khi ngân hàng phát triển thành một ngân hàng tiêu dùng thực sự.

Chúng tôi tin tưởng kết quả kinh doanh trong 6 đến 12 tháng tới sẽ đạt mức tăng trưởng hai chữ số. Các mảng kinh doanh chưa hiệu quả sẽ được cải thiện bằng các nguồn lực nội tại hoặc thông qua các hoạt động M&A.”

Kết quả kinh doanh

- Lợi nhuận thuần Phân bổ cho Cổ đông tăng 20.5%, từ 1.562 tỷ lợi nhuận ở mảng kinh doanh chính trong nửa đầu năm 2018 lên 1.882 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2019.
 - Biên lợi nhuận thuần Phân bổ cho Cổ đông đạt 10.8% trong nửa đầu 2019, tăng 186 điểm cơ bản (“bps”) so với nửa đầu năm 2018 dù kết quả kinh doanh của Masan Resources có giảm sút.
 - Lợi nhuận tăng nhờ 1) chi phí tài chính giảm 30.9% còn 1.086 tỷ đồng và 2) lợi ích của Cổ đông thiểu số giảm 19.9% còn 310 tỷ đồng.
 - Các nỗ lực giảm nợ đã mang lại lợi nhuận cho cổ đông, với tỉ lệ tăng trưởng EPS cốt lõi ở mức 20%, cho phép Công ty tập trung vào chiến lược tăng trưởng trung hạn: 1) cao cấp hóa ngành thực phẩm, 2) xây dựng chiến lược tổng thể cho ngành đồ uống và 3) tăng tốc ngành thịt.
- Doanh thu thuần của MSN giảm 0.3% còn 17.411 tỷ đồng trong 1H19. Số liệu Quý 2 tăng 1%, so với mức giảm 1% trong Quý 1/2019.

Masan Consumer Holdings (“MCH”): Dự kiến doanh thu tăng trưởng hơn 20% trong năm 2019 khi danh mục thực phẩm tăng tốc trong nửa cuối năm 2019.

- Tăng trưởng doanh thu đạt 6.6% trong Quý 2/2019, so với mức tăng trưởng 5.4% trong Quý 1/2019. Danh mục đồ uống tăng trưởng 26.2% trong nửa đầu năm 2019 và dự kiến sẽ đạt mục tiêu doanh thu năm 2019.
- Thực phẩm, gia vị và thực phẩm tiện lợi tăng trưởng nhẹ trong Quý 2/2019. Dự kiến mức tăng trưởng từ 10-15% nửa cuối năm 2019. Danh mục hàng cao cấp tiếp tục là động lực tăng trưởng chính, nhất quán với chiến lược trung hạn của Ban điều hành.

- Doanh thu lĩnh vực thịt chế biến tăng trưởng ở mức 68.2% và dự kiến sẽ tăng tốc hơn nữa khi có sự hợp lực của thương hiệu MEATDeli - tươi ngon và an toàn cho sức khỏe.

Masan MEATLife (“MML”), tiền thân là Masan Nutri-Science (“MNS”): Ra mắt thành công thương hiệu MEATDeli. Mục tiêu phục vụ 10 triệu người tiêu dùng trong vòng 2 – 3 năm tới với kỳ vọng doanh thu 1 tỷ USD và biên lợi nhuận của ngành hàng FMCG.

- Tổ hợp chế biến thịt Meat Hà Nam vận hành sản xuất trở lại từ tháng 6/2019, và hiệu suất đã nhanh chóng quay lại mức trước khi ngưng hoạt động vào tháng 3 năm 2019. Thịt mát MEATDeli được đón nhận nồng nhiệt, phục vụ hơn 700.000 người tiêu dùng tại hơn 125 điểm bán cho đến nay. Chúng tôi tin rằng đây là tín hiệu lạc quan cho thấy người tiêu dùng đã dần quen thuộc với thương hiệu MEATDeli và khẳng định niềm tin vào chiến lược thay đổi ngành thịt đang phát huy hiệu quả. Với sự ra mắt thành công này, Ban điều hành đặt mục tiêu doanh thu năm 2019 sẽ từ 500-1.000 tỷ đồng¹. Trong nửa cuối năm 2019, MEATDeli sẽ được ra mắt tại Tp. HCM, và chúng tôi sẽ giới thiệu thêm nhiều sản phẩm thịt chế biến bên cạnh sản phẩm thịt mát hiện nay. Chúng tôi đặt mục tiêu tăng số lượng điểm bán MEATDeli gấp 5 lần, lên xấp xỉ 500 điểm bán cho đến cuối năm.
- Doanh thu gộp tăng trưởng 0.7% trong nửa đầu 2019 khi ngành thức ăn chăn nuôi dần ổn định. Sản lượng thức ăn cho heo giảm 17%, so với mức giảm của thị trường là hơn 20%, nhưng được bù đắp bởi mức tăng trưởng hai chữ số ở phân khúc thức ăn thủy sản và gia cầm. Ban điều hành dự kiến doanh thu thức ăn cho heo sẽ tăng trưởng trở lại trong quý 4 khi tiêu thụ cá mòi Bio-zeem được đẩy mạnh nhờ vào chương trình hợp tác với trại lớn.

Masan Resources (“MSR”): thị trường giá Vonfram giảm, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh nửa đầu 2019.

- Doanh thu giảm 16.9%, chủ yếu là do điều kiện thị trường Vonfram bất lợi và tồn kho Đồng. Do ảnh hưởng của cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, Công ty tin rằng thị trường Vonfram đã chạm đáy và kỳ vọng thị trường sẽ hồi phục vào cuối Quý 3/2019. Thêm vào đó, Trung Quốc - nơi kiểm soát 80% sản lượng Vonfram toàn cầu - có thể sẽ cắt nguồn cung cho các nước khác do giá vốn của các doanh nghiệp Vonfram trong nước này đang thấp hơn nhiều so với giá thị trường. Công ty cũng có kế hoạch giảm tồn kho Đồng trong vòng 6 đến 12 tháng tới.

Hoạt động chiến lược

- Masan có kế hoạch niêm yết MML lên sàn UpCoM (Unlisted Public Company Market) trong năm 2019.
 - Nằm trong kế hoạch chuyển đổi sang mô hình FMCG, Masan có kế hoạch niêm yết cổ phiếu MML trên sàn UpCoM. Ngoài việc mang đến tính minh bạch cho các cổ đông, việc đưa cổ phiếu lên UpCoM cũng là bước đi chiến lược góp phần đưa MML đạt mục tiêu IPO theo tiêu chuẩn quốc tế trên sàn chứng khoán HOSE vào năm 2022 – 2023. Điều này cũng nhất quán với chiến lược tổng thể của Masan Group nhằm niêm yết tất cả các Công ty thành viên trên các sàn giao dịch chính trong năm 2022-2023 để đem lại giá trị tối đa cho cổ đông.
 - Phân khúc thịt mát, thịt chế biến được kỳ vọng là động lực tăng trưởng chính của Tập đoàn trong vòng 3 – 5 năm tới, đóng góp 50-70% doanh thu của MML trước năm 2022. Đóng góp lớn hơn của ngành thịt sẽ nâng cao biên lợi nhuận gộp của MML lên 30 – 40% và tăng biên lợi nhuận hoạt động lên hơn 15%.

¹ Hoạt động tài chính của MEATDeli sẽ không được ghi nhận vào kết quả hợp nhất cho đến Quý 4/2019 do Tổ hợp chế biến thịt Meat Hà Nam vẫn đang trong quá trình đầu tư theo như giấy phép đầu tư.

Phân tích lợi nhuận hợp nhất

- **Lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh từ core² nửa đầu năm 2019:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông trong hoạt động kinh doanh từ core đạt 1.882 tỷ đồng, tăng 20,5% so với lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh chính nửa đầu 2018 ở mức 1.562 tỷ đồng.
 - Giảm chi phí tài chính và lợi ích của Cổ đông thiểu số giảm. Masan dự kiến sẽ tiết kiệm từ 500 tỷ đồng đến 1.000 tỷ đồng chi phí lãi vay hợp nhất trong năm 2019.
 - Biên lợi nhuận gộp giảm 250 điểm cơ bản trong nửa đầu năm 2019 do biên lợi nhuận gộp của MCH và MSR giảm. Biên lợi nhuận gộp của MCH giảm do 1) sản phẩm mới lúc vừa tung có biên lợi nhuận thấp hơn 2) giá nước mắm thô cao, và 3) việc điều chỉnh chính sách giá các nhãn hàng hàng mì gói phân khúc phổ thông (chuyển chi phí khuyến mãi từ chi phí bán hàng vào giá bán). Biên lợi nhuận gộp của MML tăng 110 điểm, chủ yếu đến do giá nguyên vật liệu (đậu nành và bắp) giảm.
 - SG&A được cải thiện 0.9% trong nửa đầu 2019 do Tập đoàn tiếp tục thúc đẩy hiệu quả và năng suất. SG&A của MCH giảm 208 điểm do các hoạt động Marketing và Bán hàng được thực hiện hiệu quả hơn. Đồng thời, MML cũng đóng góp 92 điểm cơ bản khi tiếp tục tối ưu hóa chi phí bán hàng.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông nửa đầu 2019:** Giảm 37.9% chủ yếu do lợi nhuận một lần từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank (“TCB”) trong nửa đầu năm 2018.
- **EBITDA nửa đầu năm 2019:** EBITDA hợp nhất trong nửa đầu 2019 giảm 5.1% xuống còn 4.884 tỷ đồng, so với 5.147 tỷ đồng trong nửa đầu 2018, chủ yếu do biên lợi nhuận gộp giảm 250 điểm, dù SG&A đã cải thiện 90 điểm. Biên EBITDA hợp nhất trong nửa đầu 2019 là 28.1%, giảm 143 điểm so với nửa đầu 2018. MSR, với điều kiện hoạt động còn nhiều thách thức, là một lực cản đối với EBITDA hợp nhất.

Phân tích doanh thu thuần hợp nhất

- **Doanh thu thuần nửa đầu 2019:** Masan Group đạt 17.411 tỷ đồng doanh thu thuần trong nửa đầu 2019, giảm 0.3% so với doanh thu thuần nửa đầu 2018 là 17.458 tỷ đồng.
 - Doanh thu thuần của MCH tăng 6.0% trong nửa đầu 2019 lên 7.979 tỷ đồng, nhờ 1) tăng trưởng một chữ số của ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi 2) tăng trưởng 26% trong đồ uống và 3) tăng trưởng 68% trong thịt chế biến.
 - Lĩnh vực thức ăn chăn nuôi của MML đạt doanh thu thuần là 6.741 tỷ đồng trong nửa đầu 2019, tăng 0.7%. Ngành thịt đạt doanh thu 65 tỷ đồng trong nửa đầu 2019, dự kiến mang lại doanh thu từ 500 – 1.000 tỷ đồng trong năm 2019¹. Doanh thu từ thức ăn chăn nuôi ổn định trong nửa đầu 2019, được hỗ trợ bởi mức tăng trưởng hai chữ số của mảng thức ăn gia cầm và thức ăn thủy sản, bù đắp cho sụt giảm doanh thu ở mức 17% ở mảng thức ăn cho heo.
 - MSR đạt doanh thu thuần là 2.690 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2019, giảm 16.9% do giá hàng hóa giảm mạnh. So với nửa đầu năm 2018, giá Vonfram trong nửa đầu năm 2019 giảm trung bình 19%. Doanh thu Florit tăng trưởng tốt, chủ yếu do giá tăng 41%.

² Lợi nhuận đến từ mảng kinh doanh chính loại trừ các khoản thu nhập một lần (không phải mảng kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng trong Quý 2/2018, chủ yếu đến từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank do kết quả của việc phát hành cổ phiếu cho cổ đông mới với giá trị lớn hơn giá trị cổ đông hiện tại đang sở hữu và kết quả ròng từ các hoạt động khác.

- **Doanh thu thuần Quý 2/2019:** Doanh thu thuần tăng 0.7% đạt 9.250 tỷ đồng trong Quý 2/2019, so với Quý 2/2018 là 9.184 tỷ đồng, do MCH tăng trưởng 6.6%, MML tăng trưởng 1.6% bù đắp cho sự sụt giảm 14.3% doanh thu thuần tại MSR.

Phân tích kết quả kinh doanh nổi bật

MCH: Tăng trưởng doanh thu thuần 6.0% trong nửa đầu năm 2019 so với nửa đầu năm 2018

Cao cấp hóa ngành hàng thực phẩm:

- Doanh thu thuần từ ngành hàng gia vị tăng 2.6% trong nửa đầu 2019, thấp hơn so với dự kiến. Đóng góp doanh thu đến từ danh mục nước mắm cao cấp đang theo đúng hướng mà Công ty đã đề ra. Sản phẩm hạt nêm nổi lên như một nhân tố đóng góp mạnh mẽ vào chỉ số tăng trưởng, tuy nhiên vẫn cần thêm thời gian để đánh giá tác động tăng trưởng trong trung hạn. Trong nửa cuối năm 2019, ngành hàng gia vị được kỳ vọng sẽ tăng trưởng 2 chữ số vì mức tăng trưởng hàng tháng của các sản phẩm chính đã đi vào ổn định, cộng thêm đóng góp doanh thu từ các phát kiến mới.
- Ngành hàng thực phẩm tiện lợi cao cấp đạt tăng trưởng 27% trong nửa đầu 2019 và danh mục các giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh tăng 45% so với nửa đầu 2018. Các giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh đóng góp 9.8% vào doanh thu nửa đầu năm 2019, so với mức 9.2% ở nửa đầu năm 2018. Nhìn chung, ngành hàng này tăng trưởng 6.8% trong nửa đầu 2019 nhờ tăng trưởng doanh số 10%. Trong nửa cuối 2019, ngành hàng dự kiến sẽ đạt mức tăng trưởng 2 chữ số. Trong 6 tháng đầu năm, ngành hàng này đã ra mắt 4 phát kiến mới.
- **Nước uống:** Doanh thu thuần tăng 26.2% trong nửa đầu 2019 nhờ vào mức tăng trưởng hai chữ số ở cả nước tăng lực và nước đóng chai. Nước tăng lực tăng trưởng 28.4% trong nửa đầu năm 2019 do mạng lưới phân phối được mở rộng và sản phẩm mới được ưa chuộng. Nước tăng lực Compact hương cherry ra mắt thành công ngoài mong đợi với tỷ lệ người dùng thử tiếp tục sử dụng cao, bao phủ tại hơn 70.000 điểm bán chỉ trong 3 tuần. Phát kiến mới ở sản phẩm nước uống cao cấp mang lại hiệu quả kinh doanh tốt với tăng trưởng 21.6% doanh thu thuần trong nửa đầu năm 2019.

■ **Danh mục các sản phẩm đang phát triển:**

- **Thịt chế biến:** Tăng trưởng doanh thu thuần đạt 80.8% ở Quý 2/2019 và 68.2% ở nửa đầu năm 2019. Thông qua hợp tác chiến lược với Công ty Jin-Ju và các phát kiến đột phá, ngành hàng này đang trên đà đạt mức tăng trưởng doanh thu gấp 2 lần trong năm 2019.
- **Cà phê hòa tan:** Kết quả kinh doanh Quý 2/2019 cao hơn so với Quý 1/2019, tuy nhiên kết quả kinh doanh ở Quý 2/2019 thấp hơn 4.8% so với Quý 2/2018. Sự tăng trưởng của ngành hàng sẽ dựa trên những phát kiến thành công ở những sản phẩm cà phê mới. Công ty sẽ tiếp tục thúc đẩy các phát kiến và xem xét các mô hình kinh doanh mới để phát triển ngành hàng cà phê với nhiều tiềm năng.
- **Bia:** Tiếp tục hoạt động dưới mức kỳ vọng của Công ty, doanh thu thuần Quý 2/2019 giảm xuống 7.0% so với Quý 2/2018.

MML: Chiến lược sản xuất thịt có thương hiệu.

■ **Thịt có thương hiệu sẽ được ra mắt tại Tp. HCM trong năm 2019:**

- Chỉ 1 tháng sau khi Tổ hợp chế biến thịt Meat Hà Nam mở cửa trở lại, doanh số MEATDeli trong tháng 6/2019 đã trở lại mức đỉnh ở tháng 3 2019. Điều này phản ánh chất lượng vượt trội của sản phẩm MEATDeli, và thực tế sản phẩm này đã đánh đúng vào nhu cầu của người tiêu dùng.

- Cho đến thời điểm hiện nay, thương hiệu MEATDeli đã phục vụ cho hơn 700,000 người tiêu dùng thông qua hơn 125 điểm bán tại miền Bắc. Tháng 9/2019, MEATDeli sẽ có mặt tại Tp. HCM. Các sản phẩm thịt chế biến cũng sẽ được ra mắt vào nửa cuối năm 2019.
- Dự kiến, thịt mát MEATDeli sẽ mang lại doanh thu từ 500 – 1.000 tỷ đồng trong năm 2019, và được kỳ vọng sẽ có hơn 500 điểm bán tại hai miền Bắc và Nam.
- **Hoạt động kinh doanh thức ăn chăn nuôi ổn định ở nửa đầu 2019 và dự kiến tăng trưởng ở mức một chữ số trong năm 2019:**
 - Thức ăn gia cầm và thủy sản tăng trưởng 2 chữ số trong nửa đầu năm 2019, bù đắp cho sự suy giảm 17% của thức ăn gia súc.
 - Doanh số thức ăn cho heo dự kiến sẽ tăng trưởng trở lại vào nửa sau 2019 khi chiến lược trại lớn tăng tốc. Việc phát triển thu mua heo từ các trại chăn nuôi lớn một cách bền vững và hiệu quả chính là yếu tố cốt lõi trong chiến lược tăng trưởng ngành thức ăn chăn nuôi của MML. Chiến lược này cũng sẽ hỗ trợ nguồn cung heo chất lượng cao một cách bền vững cho ngành thịt, mang lại nhiều lợi ích cho nông hộ và MML.
- **Bảo vệ lợi nhuận:** Mặc dù điều kiện thị trường không thuận lợi, biên lợi nhuận gộp tăng 110 điểm cơ bản trong nửa đầu năm 2019 so với nửa đầu năm 2018, và tăng 330 điểm cơ bản trong Quý 2/2019 so với Quý 2/2018, chủ yếu do giá nguyên liệu đầu vào thấp hơn. Tối ưu hóa đầu tư SG&A cũng khiến tỷ suất lợi nhuận EBITDA gia tăng đáng kể, lên 260 điểm cơ bản trong nửa đầu năm 2019 so với nửa đầu năm 2018. Công ty sẽ tiếp tục tối ưu hóa đầu tư SG&A và phát triển mô hình hoạt động hiệu quả hơn để tăng biên lợi nhuận hoạt động của thức ăn cho lợn lên mức biên lợi nhuận của thức ăn thủy sản là 10-11%.

MSR: giá Vonfram thấp, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh nửa đầu năm 2019

- **Cập nhật thị trường giá:** Như đã báo cáo trong Q4 2018 và Q1 2019, căng thẳng thương mại Mỹ-Trung tiếp tục ảnh hưởng đến nhu cầu và tạo ra áp lực giảm giá lên toàn bộ các sản phẩm của MSR từ Quý 1/2019, trừ Florit. Công ty tin rằng thị trường Vonfram đã chạm đáy và mong đợi thị trường sẽ phục hồi vào cuối Quý 3/2019. Thêm vào đó, Trung Quốc - nơi kiểm soát 80% sản lượng vonfram toàn cầu - có thể sẽ cắt nguồn cung cho các nước khác do giá vốn của các doanh nghiệp vonfram trong nước đang thấp hơn nhiều so với giá thị trường.
- Trước tình hình thị trường hiện tại, Công ty đã giảm giá Vonfram dự kiến nửa cuối năm so với dự kiến đầu năm. Công ty dự kiến giá thị trường sẽ tăng nhẹ so với mức hiện tại nhờ vào việc hợp nhất và hợp lý hóa nguồn cung để cân bằng thị trường.

Các kết quả tài chính nổi bật

- **Doanh thu thuần:** Doanh thu thuần trong nửa đầu năm 2019 của MSR là 2.690 tỷ đồng, giảm 17% so với nửa đầu năm 2018 là 3.239 tỷ đồng. Sản lượng sản xuất Vonfram tăng do sản lượng tinh quặng mua ngoài cao hơn (sản lượng tinh quặng khai thác không đổi), tuy nhiên sản lượng đồng lại giảm do hàm lượng tinh quặng thấp hơn, trong khi đó sản lượng Florit gần bằng nửa đầu năm 2018. Sản lượng Bismuth giảm do hàm lượng tinh quặng thấp hơn và việc ngừng sản xuất để bảo trì hệ thống vào tháng 6 vừa qua. Doanh thu cũng bị ảnh hưởng bởi giá ghi nhận của Vonfram thấp hơn cùng với việc tăng hàng tồn kho Vonfram do điều kiện thị trường khó khăn. Tồn kho Đồng tăng cũng ảnh hưởng doanh thu, và Công ty đang có kế hoạch xử lý tồn kho đồng trong vòng 6 – 12 tháng tới. Tuy nhiên, những sụt giảm kể trên được bù đắp một phần nhờ giá cả và năng suất cao hơn của Florit.
- **Lợi nhuận thuần đạt mức hòa vốn:** MSR đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty là 1.6 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2019, giảm 99% so với cùng kỳ năm ngoái, do doanh thu thuần và EBITDA giảm như đã nói trên. So với nửa đầu năm 2018, EBITDA giảm 383 tỷ đồng, trong khi lợi nhuận thuần giảm 298 tỷ đồng. Khoản chênh 85 tỷ đồng giữa việc sụt giảm của EBITDA và lợi nhuận thuần là do ảnh hưởng của chi phí lãi cao hơn do việc tăng vốn lưu động

do tăng tồn kho, dù yếu tố này đã được bù đắp bởi 1) việc hợp nhất toàn bộ lợi nhuận của Masan Tungsten Chemicals trong Quý 1/2019 so với năm ngoái; 2) thuế thu nhập thấp hơn.

TCB: Lợi nhuận trước thuế tăng 9.0%, đạt 5.662 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2019 so với 5.196 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2018. Nếu không tính thu nhập một lần, lợi nhuận trước thuế của TCB tăng ở mức 32%.

- Vui lòng xem Thông Cáo Báo Chí và Báo Cáo Tài Chính để biết thêm [chi tiết](#).

Dự báo kết quả tài chính 2019

Những dự báo dưới đây là kỳ vọng của Masan tính đến thời điểm hiện tại. 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 trong nước và toàn cầu, các sự kiện trên thế giới và tỷ lệ tăng trưởng tiêu dùng.

- **Masan Consumer:** Doanh thu thuần dự kiến tăng 20-25%. Các động lực chính đến từ việc cao cấp hóa ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi và tăng trưởng hai chữ số trong ngành đồ uống và thịt chế biến. Rủi ro có thể đến từ việc tung sản phẩm mới không thành công hoặc sức mua của người tiêu dùng giảm, hoặc không thể đẩy mạnh phát triển ngành bia và cà phê.
- **Masan MEATLife:** Doanh thu thuần của MML dự kiến sẽ tăng từ một đến hai chữ số. Doanh thu từ thịt mát có thương hiệu dự kiến sẽ đóng góp khoảng 10% doanh thu hợp nhất của MML, đến từ đà tăng trưởng mạnh mẽ, mở rộng kênh phân phối và ra mắt các sản phẩm giá trị gia tăng mới. Ngành thức ăn chăn nuôi dự kiến tăng trưởng một chữ số, chủ yếu nhờ vào tăng trưởng ở thức ăn gia cầm và thủy sản, đồng thời tập trung vào chiếm lĩnh phân khúc thức ăn cho heo tại các trang trại lớn. Rủi ro chính đến từ 1) nguy cơ dịch tả lợn châu Phi lan rộng, tiếp tục ảnh hưởng đến doanh thu thức ăn chăn nuôi và 2) tốc độ mở rộng mạng lưới phân phối của ngành thịt không như mong đợi.
- **Masan Resources:** Doanh thu thuần của MSR sẽ phụ thuộc vào giá hàng hóa trong nửa cuối 2019, mặc dù doanh nghiệp sẽ bảo vệ lợi nhuận bằng cách giảm thiểu mức tồn kho vào cuối năm để tạo ra nguồn tiền trong môi trường đầy thách thức.

Kết quả tài chính hợp nhất³ Quý 2/2019 and và nửa đầu năm 2019

Kết quả kinh doanh nổi bật

Tỷ đồng	2Q2019	2Q2018	Growth	1H2019	1H2018	Growth
Doanh thu thuần	9,250	9,184	0.7%	17,411	17,458	(0.3)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	4,199	3,940	6.6%	7,979	7,526	6.0%
<i>Masan MEATLife</i>	3,549	3,492	1.6%	6,741	6,693	0.7%
<i>Masan Resources</i>	1,502	1,752	(14.3)%	2,690	3,239	(16.9)%
Lợi nhuận gộp	2,667	2,808	(5.0)%	5,130	5,569	(7.9)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1,660	1,660	0.0%	3,250	3,345	(2.9)%
<i>Masan MEATLife</i>	638	511	24.8%	1,144	1,062	7.7%
<i>Masan Resources</i>	357	623	(42.7)%	711	1,136	(37.4)%
Biên lợi nhuận gộp	28.8%	30.6%		29.5%	31.9%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	39.5%	42.1%		40.7%	44.4%	
<i>Masan MEATLife</i>	18.0%	14.6%		17.0%	15.9%	
<i>Masan Resources</i>	23.8%	35.6%		26.4%	35.1%	
SG&A⁴	(1,442)	(1,498)	(3.7)%	(2,745)	(2,907)	(5.6)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(1,004)	(987)	1.8%	(1,837)	(1,890)	(2.8)%
<i>Masan MEATLife</i>	(314)	(377)	(16.5)%	(694)	(751)	(7.6)%
<i>Masan Resources</i>	(52)	(79)	(33.8)%	(100)	(146)	(31.4)%
Chi phí SG&A trên doanh thu thuần	15.6%	16.3%		15.8%	16.6%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	23.9%	25.0%		23.0%	25.1%	
<i>Masan MEATLife</i>	8.9%	10.8%		10.3%	11.2%	
<i>Masan Resources</i>	3.5%	4.5%		3.7%	4.5%	
Lợi nhuận từ Công ty liên kết⁵	533	470	13.4%	980	987	(0.8)%
Khấu hao & phân bổ	768	761	0.9%	1,519	1,498	1.4%
EBITDA	2,527	2,541	(0.6)%	4,884	5,147	(5.1)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	890	905	(1.6)%	1,870	1,908	(2.0)%
<i>Masan MEATLife</i>	506	300	69.1%	822	640	28.4%
<i>Masan Resources</i>	664	904	(26.6)%	1,309	1,691	(22.6)%
<i>Techcombank Contribution</i>	525	451	16.5%	973	968	0.5%
Biên EBITDA	27.3%	27.7%		28.1%	29.5%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	21.2%	23.0%		23.4%	25.4%	
<i>Masan MEATLife</i>	14.3%	8.6%		12.2%	9.6%	
<i>Masan Resources</i>	44.2%	51.6%		48.7%	52.2%	
Lợi nhuận/ (Chi phí) tài chính thuần	(470)	756		(927)	61	
<i>Thu nhập tài chính⁶</i>	87	1,547	(94.4)%	159	1,634	(90.3)%
<i>Chi phí tài chính</i>	(557)	(791)	(29.6)%	(1,086)	(1,573)	(30.9)%
Chi phí khác	(13)	(1)	857.6%	(22)	(4)	508.8%
Thuế TNDN	(84)	(139)	(40.1)%	(225)	(289)	(22.2)%
Lợi nhuận thuần	1,192	2,396	(50.3)%	2,192	3,418	(35.9)%

³ Số liệu tài chính dựa trên báo cáo quản trị và tuân thủ các chuẩn mực kế toán Việt Nam.

⁴ 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.

⁵ Bao gồm đóng góp lợi nhuận của Techcombank.

⁶ Bao gồm lợi nhuận một lần (không phải kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng trong Quý 2/2018, chủ yếu đến từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank do kết quả của việc phát hành cổ phiếu quỹ với giá cao hơn giá trị của Công ty.

Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đồng của Công ty	1,016	2,215	(54.1)%	1,882	3,031	(37.9)%
Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính⁷	1,192	925	28.9%	2,192	1,949	12.4%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đồng của Công ty trong hoạt động kinh doanh chính ^{Error! Bookmark not defined.}	1,016	744	36.6%	1,882	1,562	20.5%

Bảng cân đối kế toán nổi bật

Tỷ đồng	FY2017	FY2018	1H2019
Tiền và các khoản tương đương tiền⁸	8,154	4,962	4,956
Nợ vay	34,796	21,995	23,822
Nợ vay ngắn hạn	9,166	9,244	12,028
Nợ vay dài hạn	25,630	12,752	11,793
Tổng tài sản	63,529	64,579	68,021
Tổng vốn sở hữu	20,225	34,080	36,028
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đồng thiểu số	14,837	29,487	31,279
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)	1,047	1,163	1,169
Cổ phiếu đã phát hành	1,157	1,163	1,169
Cổ phiếu quỹ	(110)	-	-

⁷ “Mảng kinh doanh chính” phản ánh những thay đổi được đề cập trong chú thích **Error! Bookmark not defined.** và được điều chỉnh cho kết quả thuần từ các hoạt động khác. .

⁸ 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.

Các chỉ số tài chính tiêu biểu

Tỷ đồng	FY2017	FY2018	1H2019
Nợ vay/EBITDA	3.7x	2.1x	2.4x
ROA bình quân	5%	9%	7%
ROE bình quân	21%	22%	12%
ROAE của hoạt động kinh doanh chính	15%	17%	13%
FFO ⁹ / Nợ vay	10%	24%	23%
FCF ¹⁰	4,199	4,622	2,330
Vòng quay tiền mặt	42	43	65
Số ngày tồn kho ¹¹	61	60	82
Số ngày phải thu ¹²	8	10	5
Số ngày phải trả ¹¹	27	27	22
CAPEX	(2,111)	(2,638)	(2,290)

⁹ 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.

¹⁰ 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.

¹¹ Số ngày tồn kho được tính bằng cách lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán.

¹² 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.

Phân tích hoạt động kinh doanh theo từng lĩnh vực

MCH

Tỷ đồng	2Q Growth	1H Growth
Doanh thu thuần¹³	6.6%	6.0%
Gia vị	0.0%	2.6%
Thực phẩm tiện lợi ¹⁴	9.0%	6.8%
Đồ uống (Không cồn)	24.7%	26.2%
Khác ¹⁵	(1.4)%	(6.8)%
Lợi nhuận gộp	0.0%	(2.9)%
EBITDA	(1.6)%	(2.0)%

MSR

Giá hàng hóa trung bình ¹⁶	Đơn vị	Trung bình nửa đầu 2019	Trung bình nửa đầu 2018	% thay đổi	Vào ngày 30/6/2019	Vào ngày 30/6/2018
Giá APT Châu Âu mức thấp*	USD/mtu ¹⁷	265	328	(19.2)%	250	349
Giá Bismuth mức thấp*	USD/lb	3.4	4.9	(30.6)%	3.0	4.3
Đồng*	USD/t	6,167	6,902	(10.6)%	5,972	6,646
Florit cấp axit** ¹⁸	USD/t	503	488	3.1%	490	490

BẢNG TÓM TẮT SẢN LƯỢNG	Đơn vị	Nửa đầu 2019	Nửa đầu 2018	Tăng trường
Quặng chế biến	kt	1,875	1,911	(1.9)%
APT / BTO / YTO / ST (tinh quặng)	t	3,209	3,806	4.0%
Đồng trong tinh quặng Đồng (tinh quặng)	t	4,002	4,387	(8.8)%
Florit cấp acid	t	115,702	114,879	0.7%
Bismut trong xi măng Bismut (tinh quặng)	t	917	1,244	(26.3)%

¹³ Theo dữ liệu của Ban quản trị

¹⁴ Bao gồm mì ăn liền, các giải pháp mang lại bữa ăn hoàn chỉnh, cháo ăn liền và những thực phẩm tiện lợi khác.

¹⁵ Bao gồm cà phê hòa tan, bia, thịt chế biến, ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu

¹⁶ Metals Bulletin.

¹⁷ 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).

¹⁸ Khoáng sản công nghiệp.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan” hoặc “Tập đoàn”) tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Tập đoàn là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho hơn 90 triệu người dân Việt Nam, để họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu cơ bản hàng ngày. 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 thực phẩm chế biến và đồ uống, thịt có thương hiệu, 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

T: +84 28 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

Dành cho Truyền thông

Võ Thùy Kim Ngân

T: +84 28 6256 3862

E: nganvtk@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 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, 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, có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoặc thành tích của Masan 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.