

**Thông cáo báo chí:****Masan Nutri-Science tập trung phát triển ngành thịt, đổi tên thành Masan MEATLife**

**Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 7 năm 2019** – Hôm nay, Công ty Masan Nutri-Science (“MNS”) – một công ty thành viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” hoặc “Tập đoàn”) chính thức đổi tên thành Masan MEATLife (“MML”) và công bố kế hoạch đưa MML lên sàn chứng khoán UPCoM (Unlisted Public Company Market) trong năm 2019.

Ông Danny Le, Chủ tịch Masan MEATLife cho biết: *“Khi thành lập Masan Nutri-Science vào năm 2015, mục tiêu cuối cùng của chúng tôi là cung cấp nguồn đạm động vật chất lượng cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi tin tưởng rằng trong tương lai đây sẽ là lĩnh vực Masan có thể mang lại những giá trị tích cực nhất đến cuộc sống hàng ngày. Thịt heo là mảng lớn nhất trong ngành F&B với thị trường có giá trị hơn 10 tỷ USD, gấp 2.5 lần sữa. Tuy nhiên, đây cũng là thị trường chưa được chuẩn hóa, còn rời rạc và có nhiều sản phẩm chưa an toàn cho sức khỏe. Dù đây là sứ mệnh vô cùng thử thách, chúng tôi tin rằng mình đã có đủ những nhân tố cốt lõi để đạt được mục tiêu vào năm 2022: cải thiện chất lượng đạm động vật cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi tin sẽ nhận được sự ủng hộ của khách hàng khi làm tốt những cam kết đã đặt ra để trở thành một trong những công ty hàng tiêu dùng lớn nhất và có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong khu vực.”*

Chỉ trong vòng 4 năm, Công ty Masan Nutri-Science đã chuyển đổi mô hình kinh doanh sản phẩm nông nghiệp sang mô hình kinh doanh thịt đóng gói có thương hiệu phục vụ cho người tiêu dùng. MML đã ra mắt thành công sản phẩm thịt mát đầu tiên được chứng nhận với công nghệ chế biến đạt chuẩn châu Âu mang thương hiệu “MEATDeli” vào tháng 12/2018. MEATDeli được người tiêu dùng đón nhận như một trong những sản phẩm thịt tươi ngon nhất trên thị trường, đảm bảo an toàn và giá cả hợp lý. Cho đến nay, MML đã phục vụ hơn 700.000 người tiêu dùng với hơn 125 điểm bán tại Hà Nội và có kế hoạch chính thức giới thiệu sản phẩm tại thành phố Hồ Chí Minh vào tháng 9/2019.

Ông Phạm Trung Lâm, Tổng giám đốc MML nhận định: *“Quá trình chuyển đổi từ một công ty chuyên về thức ăn chăn nuôi thành công ty theo mô hình hàng tiêu dùng cung cấp sản phẩm thịt có thương hiệu sẽ không thể thành công nếu không có sự đóng góp của hơn 3.000 thành viên Masan MEATLife. Tất cả chúng tôi đều cùng chung mục tiêu mang đến nguồn đạm động vật chất lượng hơn cho mỗi gia đình người Việt. Chỉ trong vòng một vài năm, đội ngũ tại Masan đã xây dựng một doanh nghiệp nội địa cung cấp thức ăn chăn nuôi quy mô lớn nhất, liên tục có những sáng kiến cải tiến sản phẩm, xây dựng thương hiệu và hệ thống phân phối ưu việt – những yếu tố chủ chốt làm nên thành công của một công ty FMCG. Chúng tôi tin rằng bản sắc độc đáo trong ngành FMCG và từng cá nhân luôn mang tinh thần khởi nghiệp, sẵn sàng dấn thân là những lý do giúp MML hiện thực hóa tầm nhìn lớn lao này.”*

Với khởi đầu vô cùng thành công, MEATDeli dự kiến đạt doanh thu từ 500 – 1.000 tỷ đồng trong năm 2019 với hơn 500 điểm bán tại miền Bắc và miền Nam. MML kỳ vọng đến năm 2022, các sản phẩm thịt có thương hiệu sẽ đóng góp 50% – 70% doanh thu của công ty, khi người tiêu dùng có xu hướng chuyển sang tiêu thụ sản phẩm thịt có thương hiệu, an toàn, truy xuất được nguồn gốc, vệ sinh và giá cả hợp lý, thay vì các sản phẩm thịt không rõ nguồn gốc như trước đây.

Nằm trong chiến lược chuyển đổi sang mô hình FMCG có tốc độ tăng trưởng nhanh, Masan có kế hoạch niêm yết MML lên sàn UPCoM nhằm gia tăng sự linh hoạt và khẳng định nền tảng vững chắc của công ty. Ngoài việc mang đến tính minh bạch cho các cổ đông, việc niêm yết 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.

Việc niêm yết trên sàn UPCoM đang thực hiện theo các quy định hiện hành và phê duyệt của công ty.

## **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 hàng 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 tươi sống, 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.

## **CÔNG TY CỔ PHẦN MASAN MEATLIFE**

Masan MEATLife là doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam áp dụng nền tảng 3F “từ trang trại đến bàn ăn” với chuỗi giá trị tích hợp, nhằm cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu, đảm bảo vệ sinh, truy xuất được nguồn gốc và giá cả hợp lý. Khởi đầu là một công ty cung cấp thức ăn chăn nuôi hàng đầu tại Việt Nam với sản phẩm “BioZeem” - thương hiệu thức ăn chăn nuôi dẫn đầu về hiệu suất, MML đã chuyển hướng sang ngành kinh doanh thịt có thương hiệu theo mô hình hàng tiêu dùng. MML là công ty đầu tiên tại Việt Nam ra mắt thành công thương hiệu thịt mát “MEATDeli” theo công nghệ chế biến đáp ứng tiêu chuẩn châu Âu.

Với khát khao “MEATLife for a better life”, Masan MEATLife mang đến các sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn với giá cả hợp lý cho hàng triệu gia đình Việt Nam, thực hiện sứ mệnh nâng cao chất lượng dinh dưỡng cho một cuộc sống tốt đẹp hơn.

### **LIÊN HỆ:**

*Dành cho Nhà đầu tư / Chuyên viên phân tích*

Tanveer Gill

T: +84 28 6256 3862

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

*Dành cho truyền thông*

Võ Thùy Kim Ngân

T: +84 28 6256 3862

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