

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Mảng kinh doanh thuộc chuỗi giá trị dinh dưỡng đóng góp mạnh mẽ vào sự tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận kỷ lục của Masan Group trong 9 tháng đầu năm 2015

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 11 năm 2015 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, “Masan Group”, “Tập đoàn”), một trong những Tập đoàn kinh tế tư nhân hàng đầu Việt Nam, vừa công bố kết quả kinh doanh cho 9 tháng đầu năm 2015:

- **Doanh số kỷ lục nhờ nền tảng kinh doanh hàng tiêu dùng nội địa, tăng 76,2%:** Masan công bố doanh thu trong 9 tháng đầu năm 2015 đạt 19.129 tỷ đồng, tăng 76,2% so với cùng kỳ năm 2014 nhờ sự đóng góp cao hơn từ nền tảng kinh doanh hàng tiêu dùng nội địa. Masan Nutri-Science, công ty con mới nhất của Tập đoàn và là một trong những công ty Việt Nam lớn nhất hoạt động trong mảng đạm động vật, đóng góp 8.557 tỷ đồng vào doanh thu hợp nhất của Tập đoàn. Doanh thu mảng kinh doanh bia tăng hơn 15 lần, đạt mức 399 tỷ đồng, và nhà máy bia hoạt động ở công suất tối đa. Sự tăng trưởng không ngừng của tất cả các ngành hàng cốt lõi sẽ được đảm bảo nhờ vào kế hoạch đưa vào vận hành ba nhà máy mới và thương vụ mua lại một công ty đồ uống trong Quý 4 năm 2015: i) nhà máy thức ăn chăn nuôi ở Tiền Giang với công suất hơn 270.000 tấn mỗi năm, ii) nhà máy thực phẩm ở Nghệ An với công suất 600 triệu gói mì ăn liền và 120 triệu lít nước mắm mỗi năm, iii) nhà máy bia ở Hậu Giang với công suất 100 triệu lít mỗi năm cho giai đoạn 1, và iv) thương vụ mua lại của Công ty Nước khoáng Quảng Ninh.
- **EBITDA kỷ lục, tăng 57,2%:** Masan ghi nhận EBITDA (Lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao) pro forma đạt 4.193 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2015, tăng 57,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Sự tăng trưởng EBITDA này là kết quả của các sáng kiến cải thiện biên lợi nhuận EBITDA của mảng kinh doanh hàng tiêu dùng và tài nguyên, cùng với sự đóng góp từ Masan Nutri-Science trong khoảng năm tháng gần nhất. Biên lợi nhuận EBITDA của Masan Consumer đã tăng thêm 126 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm 2014, trong khi Masan Nutri-Science đóng góp 937 tỷ vào EBITDA của Tập đoàn. Nhìn chung, biên lợi nhuận EBITDA pro forma hợp nhất từ đầu năm đến nay của cả Tập đoàn vẫn đạt trạng thái lành mạnh trên 20%.
- **Lợi nhuận thuần tăng đáng kể:** Lợi nhuận sau thuế pro forma trong 9 tháng đầu năm 2015 đạt 1.597 tỷ đồng, tăng 57,4% so với mức 1.015 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2014, nhờ mức đóng góp lợi nhuận cao hơn từ mảng kinh doanh hàng tiêu dùng. Lợi nhuận sau thuế theo sổ sách đạt 1.166 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2015, tăng 518% so với 9 tháng đầu năm 2014, có tính đến chi phí phân bổ tài sản vô hình 379 tỷ đồng.
- **Cấu trúc phân bổ tài sản hỗ trợ Masan tăng cường tập trung vào các cơ hội trong ngành hàng tiêu dùng:** ở cuối giai đoạn 9 tháng đầu năm 2015, Masan nắm giữ lượng tiền mặt gần 16.000 tỷ đồng, bao gồm các khoản tương đương tiền mặt, các khoản đầu tư ngắn hạn, và các hoạt động cho vay khác để cải thiện thu nhập tài chính từ lãi. Công ty sẽ tiếp tục tối ưu hóa cấu trúc tài sản của mình tùy theo điều kiện thị trường và các cơ hội xuất hiện trong các ngành hàng thực phẩm, đồ uống, và chuỗi giá trị dinh dưỡng.

Tóm tắt các chỉ tiêu tài chính hợp nhất của Masan

| Tỷ đồng | 9T2015 | 9T2014 | Tăng trưởng |
|--|---------------|---------------|--------------------|
| Doanh thu thuần | 19.129 | 10.854 | 76,2% |
| <i>Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống</i> | 8.998 | 8.901 | 1,1% |
| <i>Mảng kinh doanh đạ động vật</i> | 8.557 | - | - |
| <i>Mảng kinh doanh khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng</i> | 1.573 | 1.827 | (13,9%) |
| <i>(Doanh thu báo cáo)⁽¹⁾</i> | | | |
| <i>(Doanh thu tiền mặt)⁽¹⁾</i> | 2.078 | 1.827 | 13,7% |
| | | | |
| EBITDA Pro Forma ⁽²⁾⁽³⁾ | 4.193 | 2.668 | 57,2% |
| <i>Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống</i> | 1.991 | 1.983 | 0,4% |
| <i>Mảng kinh doanh đạ động vật</i> | 937 | - | - |
| <i>Mảng kinh doanh khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng</i> | 894 | 697 | 28,3% |
| Lợi nhuận thuần (<i>Pro forma</i>) | 1.597 | 1.015 | 57,4% |
| Lợi nhuận thuần (VAS) | 1.166 | 189 | 518,0% |

⁽¹⁾ Doanh thu báo cáo của mảng tài nguyên khoáng sản trong 9 tháng đầu năm 2015 thấp hơn do việc vốn hóa doanh thu thuần sau khi trừ đi chi phí vận hành đưa vào bảng cân đối kế toán trong giai đoạn vận hành thử nghiệm của liên doanh. Doanh thu tiền mặt, vốn thể hiện doanh thu thực tế từ bên thứ ba, điều chỉnh cho tác động kế toán này.

⁽²⁾ Các số liệu tài chính tạm thời được dựa theo số liệu báo cáo của Ban Giám đốc.

⁽³⁾ Số liệu pro forma, cho mỗi kỳ báo cáo và kỳ so sánh tương ứng, được tính toán bằng cách loại bỏ tác động của các khoản phân bổ lợi thế thương mại, tài sản hữu hình và tài sản vô hình phát sinh từ các thương vụ M&A của Tập đoàn trong quá khứ và loại bỏ sự đóng góp từ các công ty đã bán đi trước kỳ báo cáo này.

Phân tích hoạt động kinh doanh:

Chuỗi giá trị dinh dưỡng: Masan Nutri-Science thể hiện tốc độ tăng trưởng sản xuất và bán hàng mạnh mẽ ngay sau thương vụ mua lại – chuẩn bị hoàn thành kế hoạch doanh thu khoảng 1 tỷ đô la Mỹ trong năm 2015 và cải thiện biên lợi nhuận

- Masan Nutri-Science (“MNS”) là một nền tảng hàng đầu để phục vụ thị trường thức ăn chăn nuôi trị giá 6 tỷ đô la Mỹ đang tăng trưởng nhanh chóng, thông qua các thương hiệu chủ chốt Proconco và Anco. MNS là công ty lớn nhất trong mảng thức ăn chăn nuôi heo (không bao gồm trại gia công) và công ty sản xuất thức ăn chăn nuôi nói chung lớn thứ hai ở Việt Nam. Mô hình kinh doanh tập trung vào xây dựng thương hiệu và hoạt động sáng tạo đã mang lại kết quả ấn tượng trong 9 tháng đầu năm 2015. Các số liệu tài chính dưới đây giả định mức đóng góp đầy đủ cả năm từ Anco và Proconco trong hai năm 2014 và 2015 để tiện so sánh.
 - **Các chỉ tiêu tài chính nổi bật:** Các nhãn hiệu của MNS đạt doanh số hợp nhất 14.940 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2015. Tuy nhiên, do việc mua lại diễn ra vào cuối tháng 4 năm 2015, nên chỉ có 8.557 tỷ đồng doanh thu thuần và 592 tỷ đồng lợi nhuận thuần pro-forma được hợp nhất vào kết quả tài chính 9 tháng đầu năm 2015 của Tập đoàn Masan.
 - **Tăng trưởng doanh số mạnh mẽ:** Danh mục các nhãn hiệu mạnh của MNS đã mang lại mức tăng trưởng 17,5% trong Quý 3 năm 2015 so với cùng kỳ năm ngoái, và tốc độ tăng trưởng từ đầu năm đến nay đạt 12,4%.
 - **Tập trung vào thức ăn chăn nuôi heo:** doanh số thức ăn chăn nuôi heo trong Quý 3 năm 2015 tăng 31,4% so với Quý 3 năm 2014. Trong giai đoạn 9 tháng đầu năm 2015, tốc độ tăng trưởng đạt 20,7% so với cùng kỳ năm ngoái.
 - **Cải thiện biên lợi nhuận:** Việc khai thác tiềm năng hợp tác giữa các nền tảng kinh doanh hợp nhất của Masan đã mang lại sự cải thiện đáng kể cho các tiêu chí về lợi nhuận.
 - **Biên lợi nhuận gộp tăng 522 điểm cơ bản:** Biên lợi nhuận gộp trong 9 tháng đầu năm 2015 đạt 18,7% so với mức 13,5% trong cùng kỳ năm 2014. Lợi nhuận gộp trong 9 tháng đầu năm 2015 đạt 2.797 tỷ đồng so với mức 1.794 tỷ đồng cùng kỳ năm ngoái, tương ứng với mức tăng trưởng 55,9%.
 - **Biên lợi nhuận EBITDA tăng 317 điểm cơ bản:** EBITDA trong 9 tháng đầu năm 2015 tăng 57,8% lên 1.648 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước, nhờ sự cải thiện biên lợi nhuận gộp.
 - **Biên lợi nhuận thuần tăng 238 điểm cơ bản:** Lợi nhuận thuần trong 9 tháng đầu năm 2015 tăng 53,4% lên mức 1.329 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước, nhưng chỉ có kết quả của 5 tháng được phản ánh vào kết quả tài chính của Masan.
 - **Tung sản phẩm mới:** Trong tháng 6 năm 2015, Masan Nutri-Science đã tung ra dòng sản phẩm “Bio-zeem”. Với công thức nhằm gia tăng năng suất của heo và tăng cường hệ thống miễn dịch, Bio-zeem đã tạo được động lực mạnh mẽ trên thị trường khi nông dân trực tiếp chứng kiến những lợi ích từ dòng sản phẩm sáng tạo này. MNS đang hợp tác với trường Đại Học Nông Lâm Tp.HCM để mang lại giá trị thực sự cho nông dân trong nước. Các kết quả thử nghiệm đã chứng minh rằng Bio-zeem là một sản phẩm độc đáo trên thị trường với tỷ lệ chuyển đổi thức ăn được cải thiện trung bình 7% cho heo sau giai đoạn cai sữa.
 - **Gia tăng công suất:** Nhà máy mới vừa chính thức đi vào hoạt động ở tỉnh Tiền Giang, nâng tổng số nhà máy lên con số 11 và tổng công suất sản xuất tăng thêm khoảng 12% lên hơn 2,6 triệu tấn. Hai nhà máy mới khác đang được xây dựng, dự kiến hoàn thành trong năm 2016 và sẽ nâng tổng công suất của MNS thêm khoảng 21%.
 - **Kế hoạch gia tăng giá trị:** MNS đã bắt đầu hiện thực hóa cam kết của mình trong việc thúc đẩy sự cải thiện năng suất trong ngành đạm động vật với sự ra mắt thành công của dòng sản phẩm Bio-zeem. Trong thời gian tới, MNS sẽ tập trung vào việc cung cấp thêm các sản phẩm sáng tạo để thu hẹp khoảng cách về năng suất giữa Việt Nam và các nước

phát triển. MNS cam kết nâng cao năng suất của chuỗi giá trị đậm động vật, giúp đưa chuỗi giá trị dinh dưỡng về mức giá rẻ hơn cho tất cả người tiêu dùng Việt Nam.

Thực phẩm và đồ uống: Nâng cao công suất chuẩn bị cho sự tăng trưởng trong tương lai, đồng thời cải thiện biên lợi nhuận bằng các sáng kiến nâng cao hiệu quả vận hành

- **Nâng cao công suất và mở rộng tầm bao phủ:** Trong 6 tháng cuối năm 2015, Masan dự kiến sẽ khánh thành hai nhà máy mới thuộc ngành hàng thực phẩm và đồ uống: trung tâm công nghệ thực phẩm sản xuất mì ăn liền và nước mắm ở Nghệ An, và nhà máy bia ở Hậu Giang. Những nhà máy mới này là một phần trong nỗ lực thiết lập hệ thống sản xuất trải rộng khắp Việt Nam nhằm tiếp cận gần hơn và sâu hơn đến người tiêu dùng, tối ưu hóa chi phí kho vận, sản xuất những sản phẩm thực phẩm và đồ uống phù hợp với khẩu vị từng vùng, tạo ra lợi thế nhờ quy mô lớn, và áp dụng những công nghệ và thiết bị tiên tiến mới nhất mang đẳng cấp thế giới.
 - **Tiết kiệm chi phí kho vận và thuế:** Đối với nhà máy thực phẩm tại Nghệ An, trong 10 năm sắp tới, nếu chạy hết công suất thiết kế, Masan dự kiến sẽ tiết kiệm được khoảng 400 tỉ đồng chi phí kho vận so với phương án vận chuyển sản phẩm từ các nhà máy ở miền Nam ra miền Bắc. Ngoài ra, Masan sẽ được hưởng các ưu đãi lớn về thuế thu nhập doanh nghiệp. Đối với nhà máy bia tại Hậu Giang, dự kiến chi phí kho vận sẽ giảm mạnh vì chi phí vận chuyển các sản phẩm bia của Masan từ nhà máy bia hiện hữu ở Phú Yên vào các tỉnh miền Tây Nam Bộ hiện nay không tối ưu. Nhà máy bia mới này cũng được hưởng các ưu đãi rất lớn về thuế thu nhập doanh nghiệp.
 - **Nâng cao công suất:** Được khánh thành vào ngày 11 tháng 11 năm 2015, nhà máy ở Nghệ An có công suất sản xuất thiết kế 600 triệu gói mì ăn liền và 120 triệu lít nước mắm mỗi năm. Nhà máy bia ở Hậu Giang dự kiến sẽ có công suất lên đến 100 triệu lít bia mỗi năm trong giai đoạn đầu tiên.
- **Trở thành công ty Việt Nam lớn nhất trong ngành kinh doanh nước khoáng:** Vào ngày 3 tháng 11 năm 2015, Masan đã ký thỏa thuận trở thành đối tác chiến lược của Công ty Nước khoáng Quảng Ninh (“Quang Hanh”). Quang Hanh là một doanh nghiệp kinh doanh nước khoáng hàng đầu Việt Nam với sự hiện diện mạnh mẽ ở miền Bắc, nổi tiếng với các thương hiệu nước khoáng thiên nhiên phổ biến của mình: Quang Hanh, Faith, Suối Mơ và Blizka.
 - Nguồn nước khoáng của Việt Nam là một phần di sản quan trọng của đất nước, và là nguồn tài nguyên thiên nhiên có giá trị mà người tiêu dùng yêu thích. Trong năm 2014, nước khoáng chiếm một tỷ lệ lớn trong doanh số bán hàng nước uống đóng chai tại Việt Nam, và theo Euromonitor, tổng doanh thu nước uống đóng chai dự kiến sẽ đạt trên 460 triệu đô la Mỹ vào năm 2017.
 - Cùng với Vĩnh Hảo, Quang Hanh sẽ củng cố vị thế cho mảng kinh doanh đồ uống không cồn của Masan để trở thành nền tảng kinh doanh đồ uống vững mạnh trên phạm vi toàn quốc, đồng thời hình thành nên mảng kinh doanh đồ uống nước khoáng lớn nhất Việt Nam.
 - Doanh thu hợp nhất dự kiến đạt gần 1.000 tỷ trong năm 2015, tăng gấp đôi so với doanh thu năm 2014 của Masan từ mảng kinh doanh nước khoáng này.
- **Các ngành hàng hiện hữu đầy triển vọng, còn mảng kinh doanh bia tỏ ra vượt trội:** Tổng doanh thu từ các sản phẩm thực phẩm và đồ uống tăng 1,1% lên mức 8.998 tỷ đồng, so với cùng kỳ năm ngoái. Triển vọng tăng trưởng trong tương lai được hỗ trợ bởi kế hoạch gia tăng công suất sản xuất, sự chuyển đổi thói quen tiêu dùng trong các ngành hàng mà Masan dẫn đầu với nhiều phiên bản sản phẩm mới, và một danh mục sản phẩm mới chuẩn bị được tung ra.
 - **Bia:** Masan đã gia nhập thị trường bia có giá trị xấp xỉ 4,5 tỷ đô la Mỹ bằng nhãn hàng “Sư Tử Trắng”. Từ doanh thu không đáng kể cách đây một năm, nhãn hàng này đã cực kỳ thành công ở thị trường thử nghiệm tại vùng đồng bằng sông Cửu Long, và ghi nhận 399 tỷ đồng doanh thu thuần trong 9 tháng đầu năm 2015. Kế hoạch kinh doanh bia hiện nay tập trung vào việc mở rộng quy mô để củng cố thị phần ở miền Tây Nam Bộ và mở rộng sang các tỉnh khác, với sự hỗ trợ công suất từ nhà máy bia Hậu Giang khi được đưa vào vận hành trong tháng 12.

- **Thực phẩm (gia vị và thực phẩm tiện lợi):** Trong ngành hàng gia vị, Masan tập trung tái cơ cấu danh mục nhãn hàng và phát triển những sản phẩm mới để mở rộng thị trường có thể tiếp cận. Những sản phẩm tiềm năng này bao gồm bột nêm có thịt thật, nước sốt kho và các loại nước chấm khác, và dự kiến sẽ hỗ trợ cho sự tăng trưởng trong tương lai. Phân khúc thực phẩm tiện lợi đạt tăng trưởng về khối lượng trong 9 tháng đầu năm 2015, nhờ ngành hàng mì ăn liền và bữa ăn tiện lợi. Đặc biệt, Masan tung ra một dòng sản phẩm mì ăn liền mới với nhãn hiệu “Lovemi” để tối đa hóa tăng trưởng thị phần trong phân khúc thị trường mì ăn liền phổ thông.
- **Đồ uống không cồn:** Với ba thương hiệu đồ uống mang tính biểu tượng của Việt Nam: Vinacafe, Vĩnh Hảo, và Quang Hanh sắp tiếp nhận, mảng kinh doanh đồ uống không cồn của Masan sẽ có hai trụ cột vững chắc để tăng trưởng: i) cà phê hòa tan, lĩnh vực Masan là người dẫn đầu thị trường, và ii) nước khoáng, lĩnh vực Masan là công ty trong nước lớn nhất. Vị thế dẫn đầu ngành hàng sẽ giúp Masan gia tăng thị phần trong thị trường đồ uống ngày càng tăng nhanh có giá trị 2,5 tỷ đô la Mỹ. Trong phân khúc cà phê, “Wake-Up” đã xác lập vị thế nhãn hàng mạnh. Masan đã tung ra một phiên bản mới, “Wake-Up Sữa Đặc”, trong tháng 9 năm 2015, nhắm đến những khách hàng đang ưa thích cà phê rang xay. Phân khúc cà phê rang xay đại diện cho cơ hội lớn nhất trong mảng kinh doanh cà phê trong tương lai. Một phiên bản mới cho cà phê hòa tan truyền thống cũng chuẩn bị được tung ra thị trường, giúp củng cố tăng trưởng thị phần.
- **Thịt chế biến:** Thị trường thịt ở Việt Nam là một cơ hội rất hấp dẫn vì tổng tiêu thụ thịt ở Việt Nam ước tính khoảng 18 tỷ đô la Mỹ. Thịt chế biến chiếm ít hơn 1% tổng mức tiêu thụ thịt, con số này có nhiều khả năng tăng trưởng khi mức thu nhập tăng lên. Masan gần đây tung ra nhãn hàng mới, “Cao Bồi”, để tăng cường hiện diện của mình trong ngành hàng xúc xích.
- **Doanh thu và lợi nhuận:** Nhiều sáng kiến được thực thi trong thời gian 12-18 tháng qua dự kiến sẽ đạt kết quả trong vài quý sắp đến:
 - Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Masan ghi nhận doanh thu hợp nhất trong 9 tháng đầu năm 2015 ở mức 8.998 tỷ đồng, tăng 1,1% so với cùng kỳ năm ngoái.
 - Đối với Masan Consumer, biên lợi nhuận gộp cao hơn kết hợp với chi phí quản lý và bán hàng (SG&A) thấp hơn đã cải thiện biên lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh. Biên lợi nhuận EBITDA cho 9 tháng đầu năm 2015 đã tăng 107 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm 2014.
 - Các quy định mới yêu cầu hạch toán giá vốn hàng bán của các vật phẩm khuyến mãi vào giá vốn hàng bán, thay vì đưa vào chi phí bán hàng như trước đây. Do đó, tỷ suất lợi nhuận gộp, chi phí quản lý doanh nghiệp và bán hàng (SG&A) tính theo % doanh thu bị ảnh hưởng trong nửa đầu năm 2015. Tuy nhiên, biên lợi nhuận EBIT của Masan Consumer, vốn không bị ảnh hưởng bởi những quy định mới này, vẫn tiếp tục xu hướng gia tăng với mức tăng 120 điểm cơ bản, nhờ những sáng kiến giảm chi phí và cải thiện năng suất, kết hợp với tính kinh tế do quy mô lớn mang lại.
 - Lợi nhuận thuần pro forma của Masan Consumer giảm 15,1% trong 9 tháng đầu năm 2015, so với cùng kỳ năm ngoái, chủ yếu do giảm doanh thu tài chính khi Masan Consumer trả cổ tức bằng tiền mặt trị giá 5.480 tỷ đồng trong năm 2014 và nửa đầu năm 2015, và hoàn tất đợt mua lại cổ phiếu vào cuối năm 2014.

Tài nguyên khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng: doanh thu tiền mặt thuần gia tăng do sản lượng tốt hơn nhưng bị ảnh hưởng một phần bởi giá cả hàng hóa thế giới suy giảm. Việc niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội xác thực cho dự án vonfram mới thành công đầu tiên trong 15 năm qua

- **Doanh thu tiền mặt thuần tăng 13,7%:** Doanh thu theo tiền mặt thuần của Masan Resources đạt 2.078 tỷ đồng (doanh thu ghi nhận sổ sách 1.573 tỷ đồng) trong 9 tháng đầu năm 2015, tăng 13,9% so với cùng kỳ năm ngoái, phản ánh quá trình nâng dần sản lượng tại Núi Pháo từ khi vận hành chính thức và sự bắt đầu sản xuất APT và oxit vonfram trong liên doanh trong năm 2015. Sự cải

thiện này bị triệt tiêu một phần bởi sự sụt giảm 35% của giá cả hàng hóa vonfram trong giai đoạn này. Doanh thu báo cáo trong 9 tháng đầu năm 2015 thấp hơn do doanh thu được vốn hóa trong giai đoạn vận hành thử nghiệm của nhà máy chế biến hóa chất giá trị gia tăng vonfram.

- Do công suất đã được nâng dần lên tại nhà máy liên doanh, tinh quặng vonfram trước đây vốn bán cho khách hàng bên thứ 3 đã được lưu giữ lại kho để cung cấp cho nhà máy chế biến hóa chất mới của liên doanh. Sau khi nhà máy liên doanh bước vào giai đoạn sản xuất thương mại, doanh thu thuần sẽ không còn được vốn hóa cho chi phí vận hành trong bảng cân đối tài sản.
- **Vấn có lợi nhuận trong môi trường hàng hóa thách thức:** EBITDA của Masan Resources tăng 28,3% với lợi nhuận biên trên doanh thu tiền mặt thuần đạt 43,1% trong 9 tháng đầu năm 2015, tăng 5,0% so với cùng kỳ 2014, nhờ tỷ lệ thu hồi trong chế biến được cải thiện, hiệu suất sử dụng nhà máy cao hơn, chi phí hoạt động thấp hơn, dẫn đến lợi nhuận thuần đạt 72 tỷ đồng.
- **Các sáng kiến chiến lược nhằm hỗ trợ hoàn thành các mục tiêu dài hạn:** Masan Resources được niêm yết trên sàn UPCoM của Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội trong tháng 9 năm 2015, với giá trị sổ sách hơn 11.000 tỷ đồng, trở thành một trong những công ty lớn nhất giao dịch trên sàn chứng khoán ở Hà Nội, giúp nâng cao vị thế của sàn UpCoM như một đích đến cho các công ty đầy triển vọng đang trong quá trình chuyển mình. Masan Resources cũng đã hoàn tất việc phát hành trái phiếu có thời hạn 5 năm trong tháng 9 năm 2015, huy động 8.100 tỷ đồng với lãi suất cố định 8% trong năm đầu tiên. Mục đích sử dụng tiền huy động từ trái phiếu là để tái cấp vốn cho các khoản vay nợ hiện hữu, giúp cắt giảm chi phí vốn trung bình của công ty và kéo dài thời hạn trả nợ vay.
- **Tổ chức hội nghị ITIA:** Trong tháng 9 năm 2015, Masan Resources đã tổ chức Hội nghị thường niên toàn cầu của Hiệp hội Công nghiệp Vonfram Quốc tế ("ITIA") tại Hà Nội và tại Núi Pháo, với hơn 220 đại biểu tham dự. Đây là lần đầu tiên một sự kiện lớn như vậy trong ngành công nghiệp vonfram được tổ chức tại Việt Nam và Giám đốc điều hành của Masan Resources được bổ nhiệm vào Ban Điều hành ITIA.

Techcombank: Việc tập trung vào sự vững mạnh của cấu trúc phân bổ tài sản, dự phòng cẩn trọng và cải thiện hiệu năng đã bắt đầu mang lại kết quả - lợi nhuận trước thuế trong 9 tháng đầu năm 2015 tăng 33,4% và Moody's nâng hạng tín dụng

- Techcombank đã tận dụng sự suy thoái trong ngành ngân hàng trong ba năm vừa qua để tái tập trung và nổi lên một cách mạnh mẽ hơn và cạnh tranh hơn. Gần 500 triệu đô la Mỹ cho dự phòng và bán nợ xấu trong 3,5 năm qua đã giúp củng cố cấu trúc tài sản và cải thiện các chỉ tiêu chính.
- Techcombank đã tập trung kiểm soát chi phí trong khi duy trì chính sách cho vay thận trọng:
 - Lợi nhuận trước thuế trong 9 tháng đầu năm 2015 đạt 1.552 tỷ đồng, tăng 33,4% so với cùng kỳ năm 2014 nhờ vào mức tăng 20,9 % từ thu nhập lãi thuần, mặc dù đã thực hiện các khoản dự phòng cao hơn từ đầu năm.
 - Tỷ lệ nợ xấu là 2,27%, trong khi hệ số an toàn vốn đạt 16,15% vào cuối tháng 9 năm 2015, cao hơn nhiều so với mức quy định của Ngân hàng Nhà nước là 9%. Kết quả này là nhờ chính sách cho vay cẩn trọng hơn của Techcombank, trong đó tỷ lệ tài sản sinh lãi là chứng khoán chính phủ cao hơn so với các ngân hàng khác trên thị trường.
 - Thu nhập lãi thuần tăng 20,9% trong 9 tháng đầu năm 2015, nhờ vào mức tăng trưởng tín dụng đạt 17% kể từ khi kết thúc năm tài chính 2014, trong khi các tham số khác cũng thể hiện sự cải thiện.
- Techcombank tiếp tục duy trì hoạt động huy động vốn cao và mạng lưới phục vụ khách hàng rộng khắp, ngoài ra còn giới thiệu sản phẩm mới cho khách hàng và tạo ra dòng thu nhập bổ sung:
 - Tính đến tháng 9 năm 2015, Techcombank tiếp tục phục vụ 4 triệu khách hàng cá nhân, hơn 97.000 khách hàng SME và khách hàng doanh nghiệp lớn thông qua 312 chi nhánh và phòng giao dịch, hơn 1.200 máy ATM và hơn 1.600 máy POS trải khắp Việt Nam.

- Ngày 8 tháng 10 năm 2015, Moody's đã nâng hạng tín dụng cho Techcombank từ B3 lên B2, phản ánh những cải thiện trong chất lượng tín dụng của riêng ngân hàng này. Các tiêu chí về chất lượng tài sản của Techcombank đã được cải thiện trong 9 tháng đầu năm 2015, nhờ xóa nợ, phục hồi và tăng trưởng tín dụng thận trọng.

GIỚI THIỆU TẬP ĐOÀN MASAN

Tập đoàn Masan là một trong những công ty hàng đầu của Việt Nam. Công ty tập trung vào các cơ hội tăng trưởng cao trong ngành tiêu dùng nội địa và giữ vị trí dẫn đầu trong các mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống, và trong chuỗi giá trị đậm động vật.

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.

LIÊN HỆ:

(Dành cho Nhà đầu tư/ Chuyên viên phân tích)

Tanveer Gill

T: +848 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

(Dành cho truyền thông)

Vân Phạm

T: +848 6256 3862

E: van.pham@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.