

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Tăng cường nền tảng hoạt động để chuẩn bị cho bước tăng trưởng chuyển đổi kế tiếp, Masan Group đã đạt kết quả kỷ lục trong năm 2014

Kết quả doanh thu, EBITDA và lợi nhuận thuần năm 2014 tăng lần lượt 34,7%, 55,4% and 44,2%

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 2 năm 2015 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (**HOSE: MSN**, “Masan Group”, “Tập đoàn”), một trong những Tập đoàn kinh tế tư nhân lớn nhất Việt Nam, vừa công bố kết quả kinh doanh chưa kiểm toán năm 2014. Những điểm chiến lược và kinh doanh cần chú ý như sau:

- **Tăng cường nền tảng hoạt động để chuẩn bị cho bước tăng trưởng chuyển đổi kế tiếp:** Sau 5 năm kể từ khi Masan Group niêm yết, Tập đoàn đã đạt được tăng trưởng nhanh chóng chính là nhờ vào giai đoạn đầu tư và xây dựng nền tảng hoạt động để có được thị trường tạo tiền đề cho bước tăng trưởng chuyển đổi kế tiếp. Kết quả của những nỗ lực này là Tập đoàn đã có rất nhiều sáng kiến mới trong năm 2014, đây chính là những mảnh ghép chiến lược giúp cho Masan Group sẵn sàng tăng trưởng và tạo ra giá trị bền vững cho 5 năm tới:
 - **Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng cốt lõi của chúng tôi tham gia thị trường 9 tỷ USD:** Chúng tôi đã mở rộng thị trường từ 1,1 tỷ USD trong năm 2013 lên đến 9 tỷ USD trong năm 2014 qua việc định nghĩa lại ngành hàng hiện tại (nước chấm trở thành gia vị và mì ăn liền trở thành thực phẩm tiện lợi), và tham gia vào ngành hàng mới, như là đồ uống không cồn (Vinacafe và Vĩnh Hảo), và gần đây nhất là ngành bia (với thương hiệu "Sư Tử Trắng"). Thị trường sẽ mở rộng hơn nếu chúng tôi cộng thêm ngành thịt đã qua chế biến (chúng tôi đã mua lại công ty Saigon Nutri Food vào tháng 12/ 2014), đây là ngành chiếm 1 phần trong thị trường thịt của Việt Nam có giá trị khoảng 18 tỷ USD. Quan trọng hơn, Masan Group đã xây dựng nền tảng hoạt động với khả năng xây dựng thương hiệu mà có thể thành công ở cả ở phân khúc cao cấp, trung cấp và bình dân. Chúng tôi cũng có mạng lưới phân phối hàng tiêu dùng nhanh sâu nhất ở Việt Nam mà chúng tôi là một trong số ít các công ty có một sự hiện diện mạnh mẽ ở cả hai kênh phân phối cửa hàng và hàng quán. Thêm vào đó, để đẩy mạnh thâm nhập sâu vào mảng kinh doanh hàng tiêu dùng, chúng tôi đã phát hành thành công trái phiếu 10 năm trong năm 2014 được đảm bảo bởi CGIF, một quỹ ủy thác của Ngân hàng Phát triển Châu Á. Giao dịch này mang tính bước ngoặt đã bổ sung 2,100 tỷ đồng vào nguồn tiền mặt của Masan Group đạt 9.208 tỷ đồng (gồm đầu tư ngắn hạn) vào cuối năm 2014.
 - **Mảng kinh doanh tài nguyên – mảng kinh doanh không cốt lõi cũng đã chuyển đổi thành một doanh nghiệp hoạt động có lợi nhuận và nhắm đến trở thành người dẫn đầu toàn cầu:** Mỏ Núi Pháo đã bắt đầu đóng góp vào kết quả kinh doanh của Tập đoàn trong năm 2014 (EBITDA đạt 1.127 tỷ đồng và lợi nhuận thuần dương trong năm đẩy mạnh sản xuất). Núi Pháo là một mỏ vonfram lớn nhất bên ngoài Trung Quốc, và hoạt động với chi phí sản xuất thấp nhất thế giới của loại khoáng sản này. Mỏ Núi Pháo trở thành một thành viên quan trọng hơn trong thị trường vonfram quốc tế và đang tiến hành việc cải thiện năng suất và tăng cường quy mô hoạt động. Trong bối cảnh nền kinh tế vĩ mô có nhiều biến động, hoạt động kinh doanh của vonfram sẽ mang lại nguồn tiền và có thể thấy rõ là có thể tăng sản lượng giúp chúng tôi có nhiều cơ hội trong tương lai.

- **Tương tự như vậy, mảng đầu tư tài chính của chúng tôi tại Techcombank cũng được hưởng lợi từ việc tái cơ cấu ngành ngân hàng trong nước**, nơi mà các ngân hàng sau một giai đoạn tăng trưởng cao trong nhiều năm thì nay phải thực hiện chiến lược tập trung, đầu tư vào nền tảng hoạt động và trích dự phòng cao. Nhờ đó, Techcombank đang bắt đầu nổi lên như một ứng viên hàng đầu với cấu trúc tài chính mạnh. Trong năm 2014, Techcombank đã đạt tăng trưởng nhảy vọt đạt mức 61,4% lợi nhuận trước thuế trong năm 2014.

Trong bối cảnh triển vọng kinh tế vĩ mô Việt Nam có nhiều cải thiện trong và niềm tin của người tiêu dùng tăng cao, các khoản đầu tư chiến lược của Masan Group và hoạt động phát triển kinh doanh trong nhiều năm qua đã cho Masan Group một cơ hội hiếm hoi để mang lại lợi ích đáng kể trong những năm sắp tới. Trong năm 2015 tới, chúng tôi chắc chắn sẽ là công ty hàng tiêu dùng hàng đầu. Ngoài ra, những mảng kinh doanh chưa cốt lõi cũng sẽ thấy rõ sẽ tạo ra nhiều giá trị cho cổ đông của chúng tôi để giữ vị trí dẫn đầu.

- **Việc tập trung vào xây dựng kinh doanh dài hạn đã bắt đầu có kết quả - tăng trưởng doanh thu, EBITDA và lợi nhuận thuần cao kỷ lục trong năm 2014 với tỉ lệ tương ứng là 34,7%, 55,4% và 44,2%.**
 - Doanh thu đạt 16,100 tỷ đồng cho cả năm 2014, tăng 34,7% so với năm 2013.
 - EBITDA pro forma (Lợi nhuận trước lãi, khấu hao và thuế) đạt 3.999 tỷ đồng trong năm 2014, tăng 55,4% so với năm 2013.
 - EBITDA biên đạt 24,9% trong năm 2014 so với 21,6% trong năm 2013. Lợi nhuận biên trong mảng kinh doanh tiêu dùng tăng từ 41,9% trong năm 2013 lên 44,1% trong năm 2014 nhờ cắt giảm chi phí và tăng năng suất, trong khi ngành hàng khoáng sản thì EBITDA biên proforma đạt 39,9% trong 2014
 - Lợi nhuận thuần pro forma đạt 3.116 tỷ đồng trong năm 2014, tăng 44,2% so với năm 2013, nhờ vào hoạt động tài nguyên đã thành công trong việc phát triển từ một loại tài sản thành hoạt động kinh doanh có lợi nhuận. Trong khi đó, lợi nhuận của Tập đoàn trong nửa đầu năm 2014 bị ảnh hưởng bởi lãi và chi phí khấu hao do hoạt động tài nguyên của Núi Pháo đã hoàn thành xong giai đoạn vận hành thử nhưng lợi nhuận thuần của Tập đoàn được cải thiện rất nhiều trong nửa sau của năm 2014 và đã giúp bù đắp các khoản lỗ phát sinh trong nửa đầu năm 2014.

Tỷ đồng	2014	2013	Tăng trưởng
Masan Group Pro forma ⁽¹⁾⁽²⁾			
Doanh thu thuần	16.089	11.943	34,7%
<i>Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng</i>	<i>13.263</i>	<i>11.943</i>	<i>11,1%</i>
<i>Mảng kinh doanh tài nguyên</i>	<i>2.826</i>	<i>-</i>	<i>NM</i>
Lợi nhuận gộp	6.766	4.999	35,3%
Lợi nhuận gộp biên	42,1%	41,9%	
EBITDA	3.999	2.574	55,4%
EBITDA biên	24,9%	21,6%	
Lợi nhuận thuần	3.116	2.161	44,2%

(1) Số liệu tài chính được dựa theo số liệu báo cáo của Ban giám đốc

- (2) 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, cũng như điều chỉnh các khoản chi phí bất thường phát sinh đột biến trong giai đoạn hoạt động ban đầu của mỏ Núi Pháo.

Phân tích hoạt động kinh doanh:

Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng: Cổ máy tăng trưởng đã sẵn sàng, Doanh thu và lợi nhuận thuần đạt kỷ lục trong năm 2014

- Tập đoàn đã được tăng cường hơn nữa nền tảng tiêu thụ trong năm qua, thông qua một kết hợp của tăng trưởng nội tại và mua bán sáp nhập.
 - **Ngành hàng thực phẩm:**
 - **Gia vị:** Chúng tôi xây dựng trên thị phần hàng đầu trong ngành hàng nước mắm, nước tương và tương ớt để đi sâu hơn vào các loại gia vị. Chúng tôi đã cơ cấu lại danh mục thương hiệu của chúng tôi để có thể tham gia vào các phân khúc cao cấp và trung cấp qua việc tung ra các phẩm "Chin-su 3 Ngon" và "Nam Ngư 3-trong-1". Vì vậy, Chúng tôi đã tham gia các thị trường gia vị lớn hơn nhiều trong năm 2014 với sự ra mắt sản phẩm hạt nêm dưới nhãn hiệu Nam Ngư. Thông qua công ty con, chúng tôi đã trở thành cổ đông lớn tại Cholimex Foods, một công ty nước chấm và gia vị nổi tiếng tại Việt Nam mà giúp chúng tôi tiếp cận đến các phân khúc thị trường bình dân.
 - **Thực phẩm tiện lợi:** Chúng tôi đã xây dựng được một vị trí vững chắc trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, nhờ vào sản phẩm mì ăn liền - Omachi, Sagami và Kokomi – các sản phẩm từ cao cấp, trung cấp đến bình dân, cũng như các bữa ăn đầy đủ dinh dưỡng và cháo như cháo Komi, và đang đi đúng hướng để nhắm đến mục tiêu đạt được vị trí số 1 trong 2015.
 - **Ngành hàng đồ uống:** Chúng tôi đã xây dựng được một nền tảng đồ uống trong thời gian kỷ lục, với đội ngũ quản lý dày dặn kinh nghiệm, hệ thống phân phối sâu rộng trong cả kênh tạp hóa và hàng quán với các sản phẩm phong phú. Nhờ vậy, cà phê và nước đóng chai đạt tăng trưởng doanh thu rất cao trong năm 2014. Nhãn hàng "Wake Up" đã trở thành một thương hiệu mạnh, với sản phẩm Wake-Up Sài Gòn được tung ra vào năm 2013 hiện giữ thị phần đáng kể và được tiếp nhận tốt, và sản phẩm nước tăng lực vị cà phê Wake-Up 247 được tung ra vào nửa đầu năm 2014, cũng như Wake-Up 2-in-1 được giới thiệu vào nửa sau 2014. Wake-up Sài Gòn được đánh giá là một trong những thương hiệu đồ uống phát triển nhanh nhất theo khảo sát của Kantar trong năm 2014. Một cột mốc quan trọng của Vinacafe là Vinacafe đã được lựa chọn để phục vụ vào trong các chuyến bay của Việt Nam Airlines từ tháng 1/ 2015 trở đi, đây là một minh chứng cho chất lượng, hương vị và di sản của nhãn hiệu Vinacafe.
 - **Ngành hàng Bia:** Masan Brewery là nền tảng của chúng tôi để tham gia vào thị trường bia 4 tỷ USD của Việt Nam. Chúng tôi gia nhập thị trường này bằng cách mua lại một nhà máy bia và tung ra sản phẩm với thương hiệu "Sur Tử Trắng". Thương hiệu này đã có một khởi đầu thành công ở Đồng bằng sông Cửu Long, nhà máy đã hoạt động hết công suất do nhu cầu trước Tết tăng cao và doanh thu đã đạt 140 tỷ đồng trong quý 4/ 2014.
 - **Ngành thịt:** Thị trường thịt ở Việt Nam là một cơ hội rất hấp dẫn. Tổng tiêu thụ thịt hàng năm ở Việt Nam được ước tính khoảng 18 tỷ USD, với mức tiêu thụ protein bình quân đầu người của Việt Nam là thấp hơn đáng kể so với nước khác. Thịt đã qua chế biến chiếm dưới 1% lượng

thịt tiêu thụ (so với 13% ở Trung Quốc), con số này sẽ tăng lên khi mức thu nhập tăng lên. Hơn nữa, thị trường thịt đã qua chế biến ở Việt Nam còn bị phân mảnh, đây là cơ hội để người dẫn đầu thị trường có thể định nghĩa lại xu hướng trong ngành. Chính trong bối cảnh này mà Masan Group đã thông qua công ty con của Tập đoàn để mua lại 100% Công ty Cổ phần Saigon Nutri Food, điều này mang lại cho Tập đoàn nền tảng để tiến đến mục tiêu hấp dẫn này.

- **Doanh thu và lợi nhuận đạt kỷ lục:** Các sáng kiến trong năm qua đã giúp đến doanh thu và lợi nhuận tăng trưởng cho mảng kinh doanh hàng tiêu dùng trong năm 2014:
 - Doanh thu 2014 đạt 13.098 (không gồm bia) tỷ đồng, tăng 9,7% so với năm 2013. Chiến lược của chúng tôi là đầu tư vào các cải tiến sản phẩm và tiếp tục xây dựng thương hiệu, chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp vì vậy cũng tăng cao, và lợi nhuận thuần đạt 3.657 tỷ đồng, tăng trưởng 3,3% so với năm 2013.
 - Lợi nhuận gộp biên tăng 220 điểm cơ bản, từ 41,9% vào năm 2013 lên 44,1% trong năm 2014 nhờ thực hiện cắt giảm chi phí, tăng năng suất và lợi thế quy mô. Lợi nhuận gộp biên có nhiều cải thiện trong tất cả các ngành hàng, tỷ lệ này của ngành hàng gia vị đều đạt trên 50% và của ngành thực phẩm tiện lợi và cà phê đều lần lượt đạt 33% và 35%, tất cả đều tăng đáng kể so với một năm trước năm 2013.
 - Trong khi môi trường vĩ mô vào năm 2014 còn nhiều thách thức, mảng kinh doanh hàng tiêu dùng vẫn có thể được hưởng lợi từ việc tiếp tục nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường nhắm tới. Doanh thu trong quý 4/2014 bị ảnh hưởng bởi Tết đến trễ vào tuần thứ 2 của tháng 2/2015, nhưng lại được bù đắp bởi doanh thu tăng cao trong tháng 1.
- **Vốn cho tăng trưởng thông qua phát hành trái phiếu:** Masan Consumer Holdings t (“MCH”), công ty con thuộc sở hữu 100% của Tập đoàn và thông qua Tập đoàn giữ cổ phần tại Masan Consumer và hoạt động kinh doanh bia của Tập đoàn, đã hoàn thành đợt phát hành trái phiếu 10 năm với lãi suất cố định 8%. Trái phiếu này được xem là được xem là một trong các trái phiếu có thời hạn dài nhất và chi phí phát hành thấp nhất của một công ty tư nhân tại Việt Nam. Trái phiếu này được đảm bảo bởi CGIF, một quỹ ủy thác của Ngân hàng Phát triển Châu Á. Đây là giao dịch đầu tiên của CGIF tại Việt Nam. Bên cạnh đó, đây là một minh chứng cho sự tập trung của Tập đoàn vào tiềm năng của ngành hàng tiêu dùng Việt Nam, giao dịch này mang lại cho chúng ta nguồn vốn dài hạn để tăng trưởng nội tại cũng như mua bán và sáp nhập công ty.
- **Sáng kiến chính để tăng cường mạng lưới phân phối:** Chúng tôi tăng cường khả năng phân phối, với việc bổ sung thêm các nhà phân phối cho ngành hàng đồ uống và các điểm bán hàng ở kênh hàng quán. Nhờ vậy mà chúng tôi trở thành 1 trong số ít doanh nghiệp Việt Nam sở hữu hệ thống phân phối sâu rộng cả ở kênh bán hàng tại cửa hàng và hàng quán cho ngành hàng thực phẩm và đồ uống, với hơn 200.000 điểm bán hàng. Chúng tôi cũng thực hiện thành công Hệ thống quản lý phân phối (DMS) trên 100% các nhà phân phối, và hệ thống này cho phép chúng tôi có thể truy cập vào dữ liệu thời gian thật trong mạng lưới phân phối.

Mảng hàng kinh doanh tài nguyên: hoạt động kinh doanh ổn định và có lợi nhuận, trở thành một thành viên quan trọng trong thị trường vonfram toàn cầu

- **Hoàn thành giai đoạn chuyển đổi đầu tiên:** Năm 2014 đánh dấu một năm khi chúng tôi hoàn tất thành công việc chạy thử và chuyển đổi một tài sản hấp dẫn - mỏ Núi Pháo – thành hoạt động kinh doanh đạt lợi nhuận thuần dương và đã có vị thế tốt để tạo ra giá trị cao hơn trong tương lai.
 - Mỏ Núi Pháo sản xuất sản phẩm chất lượng cao cho cả bốn kim loại - vonfram, florit, bismut và đồng mà đã được bán cho những khách hàng hàng đầu trên khắp Bắc Mỹ, châu Âu và châu

Á. Mỏ Núi Pháo là một nguồn cung quan trọng và chiến lược trên toàn cầu, đặc biệt là không có nhà sản xuất vonfram và bismut nào dẫn đầu ngoài Trung Quốc. Các sản phẩm giá trị gia tăng của vonfram đang được bán thông qua một liên doanh được thành lập với H.C. Starck đến một cơ sở khách hàng rộng lớn.

- Thông số hoạt động của nhà máy đã đẩy mạnh như mong đợi, với công suất hoạt động của nhà máy đạt 90% công suất thiết kế, và tỷ lệ thu hồi được cải thiện trên tất cả các sản phẩm. Mảng kinh doanh này đã thu được khoản tiền mặt lớn, và chúng tôi đang tập trung vào cải thiện hiệu quả hơn nữa.
- Một nghiên cứu mở rộng vòng đời của mỏ đã hoàn thành vào năm 2014, như vậy là vòng đời của mỏ đã tăng thêm 3 năm nghĩa là lên 20 năm, dựa trên việc tăng trữ lượng mỏ lên đến 66 triệu tấn. Những hoạt động nghiên cứu bao gồm một chương trình khoan, phân tích chi tiết, xem xét bên ngoài qua sự xác nhận của các chuyên gia độc lập và chứng thực các tiêu chuẩn đầu tư quốc tế.
- **Thành công trong việc tăng cường quy mô cho mảng kinh doanh tài nguyên được thể hiện trong kết quả tài chính:**
 - Doanh thu năm 2014 đạt 2.826 tỷ đồng và EBITDA pro forma đạt 1.127 tỷ đồng (đây là kết quả của 10 tháng, tính từ lúc dự án bắt đầu đóng góp vào kết quả tài chính vào Tập đoàn, nghĩa là chỉ tính đến sau khi bắt đầu hoạt động thương mại từ ngày 1/3/2014). Lợi nhuận EBITDA biên đạt 39,9%.
 - Lợi nhuận ròng cho cả năm 2014 là lợi nhuận của quý 2/2014 đạt cao hơn và bù vào phần lỗ trong quý 1/2015 do Núi Pháo mới hoàn thành xong giao đoạn chạy thử.
- **Chuyển đổi từ một hoạt động ổn định thành một thành viên quan trọng trong ngành vonfram quốc tế:** Núi Pháo là một mỏ vonfram lớn nhất bên ngoài Trung Quốc, và hoạt động với chi phí sản xuất thấp nhất thế giới của loại khoáng sản này. Mỏ Núi Pháo trở thành một thành viên quan trọng hơn trong thị trường vonfram quốc tế và đang tiến hành việc cải thiện năng suất và tăng cường quy mô hoạt động. Trong bối cảnh nền kinh tế vĩ mô có nhiều biến động, hoạt động kinh doanh của vonfram sẽ mang lại nguồn tiền và có thể thấy rõ là có thể tăng sản lượng giúp chúng tôi có nhiều cơ hội trong tương lai.

Techcombank đã sớm và nhanh chóng quản lý tốt khi ngành ngân hàng đang suy giảm đã mang lại cho Techcombank con đường rõ ràng hơn để trở thành người dẫn đầu trong suốt trình hồi phục của ngành ngân hàng; lợi nhuận trước thuế tăng 61,4% trong năm 2014

- Trong khi ngành ngân hàng trải qua nhiều khó khăn trong vòng 5 năm qua thì công ty liên kết của chúng tôi là Techcombank đã tận dụng sự suy thoái của nhà để phát triển nhanh hơn và có được cạnh tranh tốt hơn.
- Techcombank tập trung duy trì cấu trúc tài sản vững mạnh, chính sách dự phòng thận trọng, cải thiện hiệu quả và quản lý chi phí trong khi vẫn duy trì chính sách cho vay thận trọng. Ngân hàng tiếp tục duy trì nền tảng tiền gửi vững mạnh nhằm thu hút khách hàng cá nhân trong khi vẫn giới thiệu sản phẩm mới cho khách hàng và thêm nguồn thu nhập từ các khoản thu phí cũng giúp đóng góp vào doanh thu.
- Với những sáng kiến kinh doanh trên cộng thêm việc cải thiện môi trường tín dụng đã giúp kết quả tài chính tăng mạnh:

- Lợi nhuận trước thuế 2014 đạt 1.417 tỷ đồng, tăng 61,4% so với năm 2013. Kết quả rất khả quan dù là trích phòng dự phòng là 2.258 tỷ đồng trong năm 2014, điều này cũng đồng nhất với chiến lược thực hiện cải thiện cấu trúc tài sản.
 - Thu nhập lãi thuần năm 2014 tăng 33,1% so với năm ngoái. Việc giới thiệu những sản phẩm mới và thu nhập khác, thu nhập phí và hoa hồng thuần trong năm 2014 đạt 1.123 tỷ đồng, tăng 52,5% so với 2013.
 - Các chỉ số khác gồm hệ số khả năng thanh toán lãi vay và chi phí/ thu nhập cũng có cải thiện.
 - Tỷ lệ cho vay/ tiền gửi vẫn giữ ở mức thận trọng là 61,5%.
 - Tính đến ngày 31/12/2014, tỷ lệ an toàn vốn (CAR) đạt 15,7%, cao hơn nhiều so với mức 9,0% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
- Dưới 25% dân số có tài khoản ngân hàng, và các sản phẩm có tỷ lệ thâm nhập thấp nhất trong các sản phẩm ngân hàng là vay thế chấp và thẻ tín dụng, do đó ngành ngân hàng Việt Nam còn tiềm năng rất lớn. Techcombank có cơ sở khách hàng huy động cao và hệ thống chi nhánh và phòng giao dịch mạnh và năng lực cạnh tranh cao, đây chính là điểm mấu chốt để khai thác tiềm năng dài hạn của ngành tại Việt Nam, và đã sẵn sàng để trở thành người dẫn đầu khi ngành ngân hàng hồi phục.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MA SAN

Là một trong những công ty lớn nhất trong khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam, Masan Group tập trung xây dựng các doanh nghiệp dẫn đầu thị trường dựa trên tiềm năng tiêu dùng của Việt Nam. Chúng tôi có nhiều thành tích trong hoạt động xây dựng, mua lại và quản lý các nền tảng hoạt động kinh doanh có quy mô lớn. Chúng tôi cam kết duy trì vị thế của một Tập đoàn lớn mạnh thuộc khu vực kinh tế tư nhân tại Việt Nam xét về quy mô, lợi nhuận và thu nhập cho cổ đông; và là một đối tác có tiềm năng tăng trưởng cũng như nhà tuyển dụng hàng đầu ở Việt Nam.

LIÊN HỆ:

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

S.Venkatesh/ Tanveer

T: +848 6256 3862

E: venkatesh@msn.masangroup.com

(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.