

CÔNG TY CỔ PHẦN  
MASAN MEATLIFE

\*\*\*\*\*

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

\*\*\*\*\*

TP. Hồ Chí Minh, ngày 17 tháng 04 năm 2020

**CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÊN CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CỦA  
ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC VÀ SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN HÀ NỘI**

Kính gửi: - Ủy ban Chứng khoán Nhà nước  
- Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội

Tên công ty: **CÔNG TY CỔ PHẦN MASAN MEATLIFE**

Tên tiếng Anh: **MASAN MEATLIFE CORPORATION**

Mã cổ phiếu: **MML**

Địa chỉ trụ sở chính: Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: 028 6256 3862

Fax: 028 3827 4115

Website: [www.masanmeatlife.com.vn](http://www.masanmeatlife.com.vn)

Người thực hiện công bố thông tin: Bà Đỗ Thị Thu Nga

Địa chỉ: Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại (cơ quan): 028 6256 3862

Fax: 028 3827 4115

Loại thông tin công bố:  24h  72h  Yêu cầu  Bất thường  Định kỳ

Nội dung thông tin công bố: **Báo cáo Thường niên của Công ty Cổ phần Masan MEATLife.**

Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của Công ty vào ngày 17/04/2020 tại đường dẫn: <https://masanmeatlife.com.vn/quan-he-co-dong/bao-cao-thuong-nien/tat-ca/>

Chúng tôi xin cam kết các thông tin công bố trên đây là đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung các thông tin đã công bố.

Người được ủy quyền công bố thông tin



Đỗ Thị Thu Nga

**MASAN MEATLIFE**  
**Báo Cáo Thường Niên 2019**

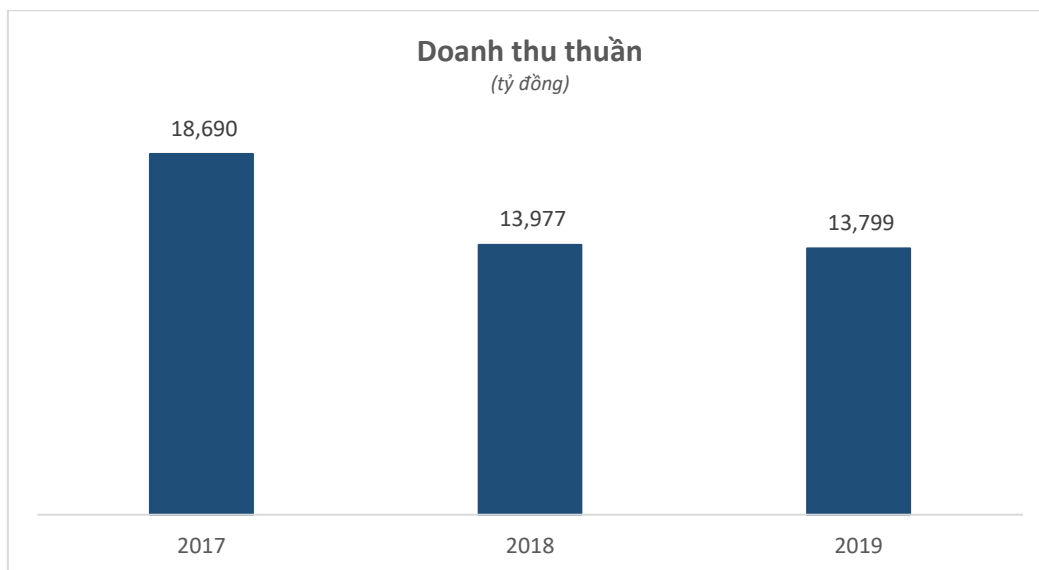
# Mục lục

KẾT QUẢ TÀI CHÍNH 2019 .....	3
Doanh thu thuần (tỷ đồng).....	3
Lợi nhuận gộp (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận gộp .....	3
Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty (tỷ đồng) và biên lợi nhuận sau thuế.....	4
Tổng tài sản (tỷ đồng).....	4
Số dư tiền mặt (tỷ đồng).....	5
CÂU CHUYỆN CỦA MASAN MEATLIFE .....	6
Giới thiệu .....	6
Sự thành công của chuỗi giá trị đậm động vật tích hợp.....	7
Nền tảng cho sự tăng trưởng.....	7
Thương hiệu mạnh .....	8
Đổi mới sáng tạo – Masan Way .....	8
Hệ thống phân phối.....	9
Nhà máy sản xuất .....	9
Nguồn nhân lực .....	11
BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA MASAN MEATLIFE .....	13
Doing Well by Doing Good .....	13
Phát triển sản phẩm và quy trình sáng tạo.....	13
Bền vững về môi trường.....	14
Bền vững về nhân lực.....	14
Giải thưởng.....	15
BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH .....	16
Xây dựng nền tảng 3F đẳng cấp thế giới để phụng sự người tiêu dùng Việt Nam .....	16
Hiện thực hóa tiềm năng thịt của Việt Nam.....	17
Các chỉ số chính .....	18
Thảo luận kết quả kiểm toán .....	19
Doanh thu .....	19
Lợi nhuận gộp và Biên lợi nhuận gộp.....	19
Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp .....	19
Lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao (EBITDA) .....	19
Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty.....	19
Số dư tiền .....	19
Tài sản cố định.....	19
Tổng tài sản .....	20
Các khoản vay .....	20
Vốn chủ sở hữu .....	20
Kế hoạch 2020 .....	20
THÔNG TIN DOANH NGHIỆP.....	21
Lịch sử Thành lập và Cơ cấu Tổ chức của Masan MEATLife .....	21

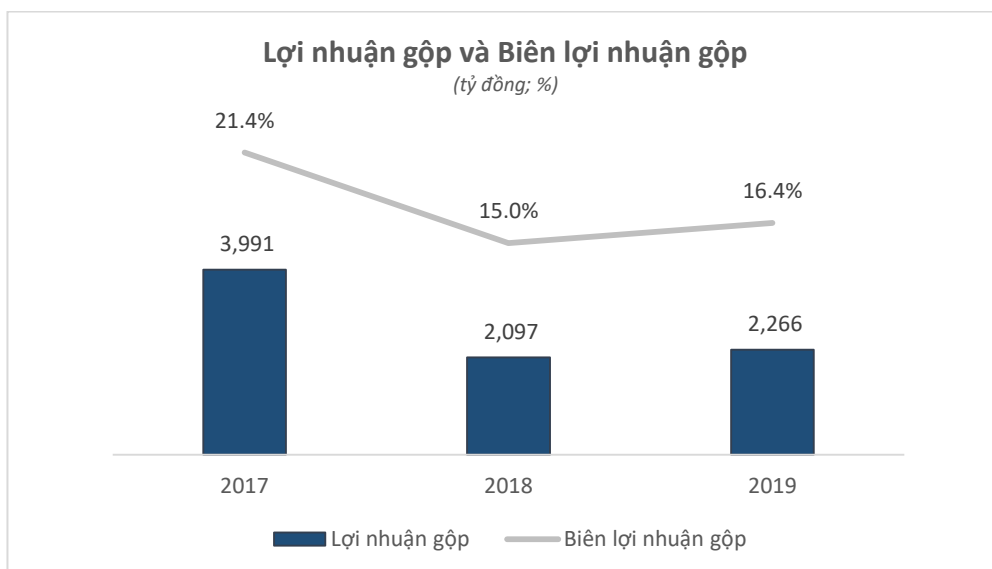
Lịch sử Thành lập .....	21
Quản trị Doanh nghiệp .....	23
Cơ cấu Tổ chức .....	23
Hội đồng Quản trị .....	23
Ban Điều hành .....	25
Ban Kiểm soát.....	26
Thông Tin Cổ Phần .....	27
Cơ cấu cổ đông tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019 .....	27
Thay đổi vốn điều lệ.....	27
Cấu trúc Công ty.....	28
Các công ty con và liên kết.....	28
Công ty Cổ phần Nông nghiệp Quốc tế (ANCO).....	28
Công ty Cổ phần Việt – Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc (Proconco) .....	28
MNS Farm Nghệ An.....	29
MNS Meat Hà Nam.....	29
MNS Meat Sài Gòn.....	29
KHUYẾN CÁO SỬ DỤNG BÁO CÁO.....	30
THUẬT NGỮ/ TỪ VIẾT TẮT.....	31
LIÊN HỆ .....	32

# KẾT QUẢ TÀI CHÍNH 2019

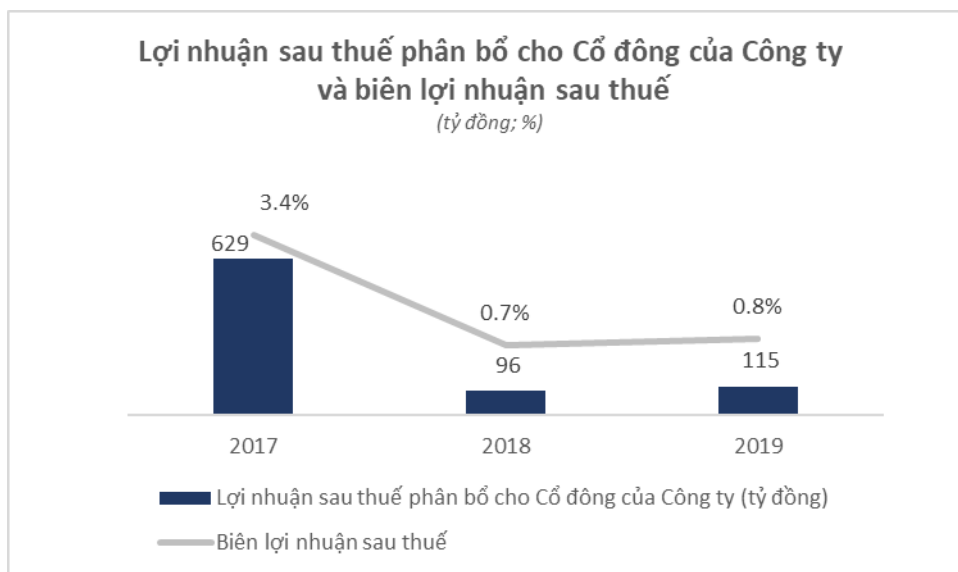
## Doanh thu thuần (tỷ đồng)



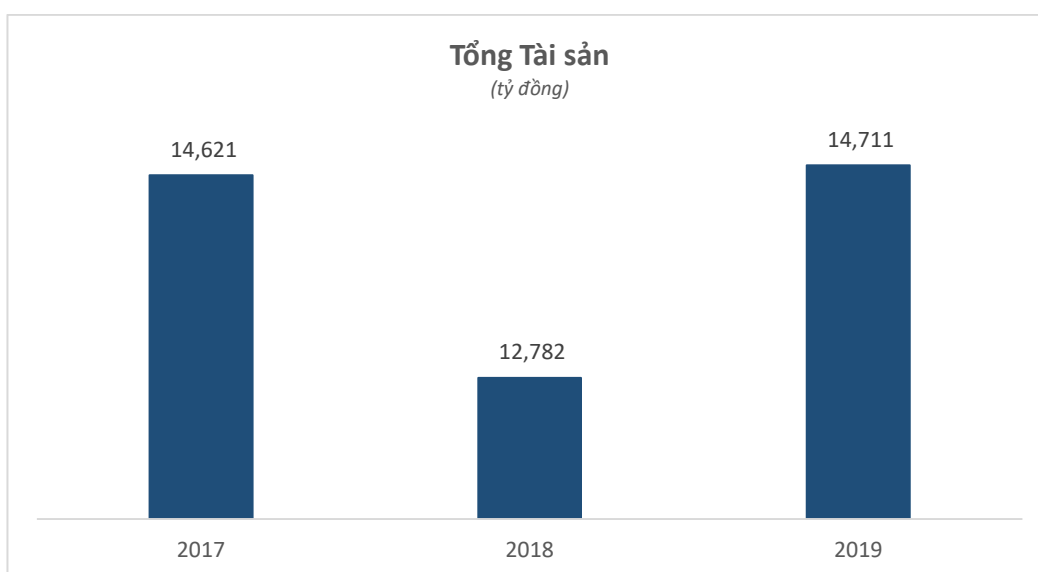
## Lợi nhuận gộp (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận gộp



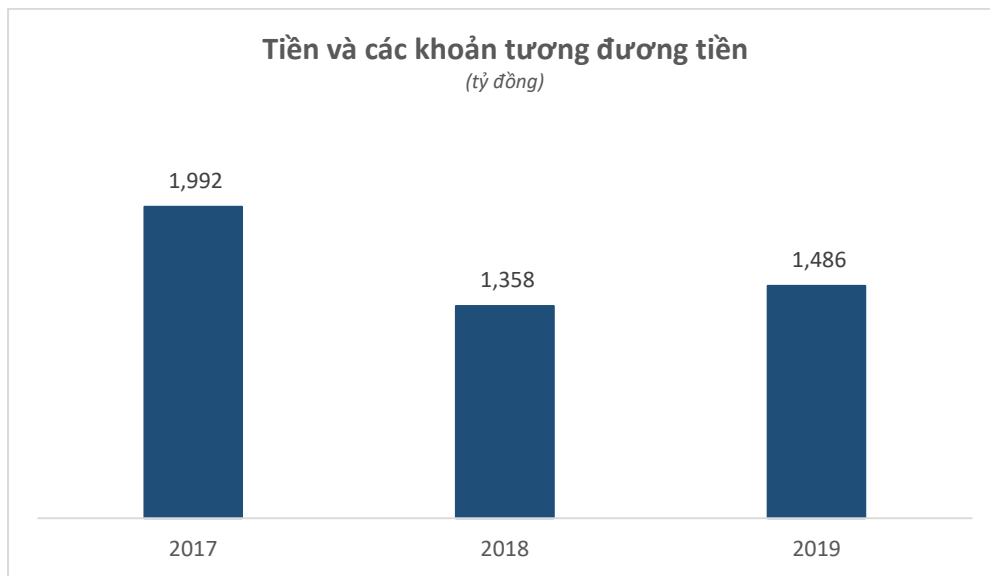
## Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty (tỷ đồng) và biên lợi nhuận sau thuế



## Tổng tài sản (tỷ đồng)



## Số dư tiền mặt<sup>1</sup> (tỷ đồng)



<sup>1</sup> Bao gồm đầu tư ngắn hạn.

# CÂU CHUYỆN CỦA MASAN MEATLIFE

## Giới thiệu

Masan MEATLife là một trong những doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam về chuỗi giá trị thịt có thương hiệu (áp dụng mô hình 3F “Từ trang trại đến bàn ăn”), tập trung vào việc cải thiện năng suất trong ngành đạm động vật của Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt truy xuất được nguồn gốc, chất lượng và giá cả hợp lý trong thị trường thịt heo trị giá tương đương 10 tỷ USD.

Năm 2019, Masan MEATLife đã bán 1,4 triệu tấn thức ăn chăn nuôi thông qua mạng lưới phân phối với hơn 2.500 đại lý và 13 nhà máy trên toàn quốc. Nhờ áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu, Masan MEATLife đã xây dựng thành công thương hiệu mẹ “Bio-zeem” và nhanh chóng chiếm thị phần đáng kể trong ngành thức ăn chăn nuôi cho heo.

Nhờ nguồn tài chính mạnh mẽ từ hoạt động kinh doanh thức ăn chăn nuôi, Masan MEATLife đã phát triển mô hình tích hợp 3F thông qua việc đưa vào hoạt động trang trại nuôi heo công nghệ cao tại Nghệ An và tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam, và sắp tới thêm một tổ hợp nữa ở Long An.

Một trong những cột mốc quan trọng nhất trong năm 2019 của Masan MEATLife là đã bước đầu thiết lập được chỗ đứng trên thị trường thịt với thương hiệu MEATDeli được ra mắt ở thị trường Hà Nội và các vùng phụ cận vào tháng 12/2018, ở thị trường Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận vào tháng 09/2019, mang đến cho người tiêu dùng sản phẩm thịt mát tươi, ngon và an toàn được sản xuất theo công nghệ châu Âu. Nguồn nguyên liệu heo được chăn nuôi tại chính trang trại của Masan MEATLife hoặc từ nhà cung cấp theo tiêu chuẩn kiểm soát dịch bệnh khắt khe, đảm bảo an toàn sinh học với nguồn thức ăn chăn nuôi chất lượng cao hoàn toàn không có hormone tăng trưởng, kháng sinh, hay các chất cấm khác. Sản phẩm được phân phối tại hệ thống siêu thị VinMart, VinMart+, CoopMart, CoopXtra, BigC, các hệ thống siêu thị khác, các cửa hàng MEATDeli và các đại lý thực phẩm.

Việc ra mắt sản phẩm MEATDeli đã chính thức đánh dấu sự gia nhập của MML vào thị trường thịt heo có quy mô tương đương 10 tỷ USD, đây là thị trường còn phân mảnh nhưng đang phát triển do người tiêu dùng đang có nhu cầu về sản phẩm an toàn và tươi ngon. Đầu tư vào chuỗi 3F chính là cam kết của Masan MEATLife mang lại “thịt an toàn, tươi ngon và giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam mọi lúc mọi nơi”.

**Chúng tôi đặt mục tiêu là và được công nhận là người dẫn đầu trong việc cung cấp những giải pháp đạm động vật có thương hiệu trên toàn chuỗi giá trị cho mọi người, mọi gia đình, mỗi ngày tại Việt Nam bằng việc nâng cao hiệu suất ngành tầm quốc tế.**

Chúng tôi là doanh nghiệp với nền tảng **cung cấp thịt tích hợp** đầu tiên tại Việt Nam

Tầm nhìn của chúng tôi đầy tham vọng nhưng cũng rất đơn giản: “Nâng cao chất lượng cuộc sống người Việt Nam thông qua cung cấp nguồn đạm động vật ngon, an toàn và giá hợp lý cho mỗi và mọi bữa ăn”.

Chúng tôi đặt mục tiêu đạt **10% thị phần thịt heo** trong thị trường có giá trị 10,2 tỷ USD



## Sự thành công của chuỗi giá trị đậm động vật tích hợp

Chiến lược của chúng tôi là chuyển đổi tình trạng kém hiệu quả của chuỗi giá trị thịt có quy mô 30 tỷ USD (bao gồm các loại thịt) bằng việc xây dựng nền tảng có thương hiệu và năng suất cao 3F - “Từ trang trại đến bàn ăn”. Mô hình 3F là điều bắt buộc để chúng tôi có thể kiểm soát chất lượng và chi phí nhằm cung cấp sản phẩm thịt có giá hợp lý (hiện người tiêu dùng Việt đang phải trả số tiền gấp đôi người Mỹ khi mua thịt tính trên đầu người), và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao cho các sản phẩm thịt sạch và truy xuất được nguồn gốc.

Thức ăn chăn nuôi là điểm khởi đầu của chúng tôi vì mảng này chiếm 33% năng suất trong toàn bộ chuỗi giá trị đậm động vật. Chúng tôi đã nhanh chóng trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong mảng thức ăn gia súc bằng việc áp dụng mô hình “đặt người tiêu dùng làm trọng tâm”. Chúng tôi thường xuyên gặp gỡ người nông dân để tìm hiểu được nhu cầu của họ, từ đó áp dụng công nghệ hàng đầu thế giới để phát triển nên những sản phẩm đột phá, và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người nông dân cũng như tăng năng suất. Chúng tôi xây dựng thương hiệu mạnh đầu tiên trong ngành thức ăn chăn nuôi Bio-zeem và đã giành được sự tín nhiệm của người nông dân. Chúng tôi cũng đang áp dụng cách thức này xuyên suốt chuỗi giá trị để phát triển các sản phẩm thịt có thương hiệu để phục vụ gần 100 triệu người tiêu dùng Việt.

Quá trình chuyển đổi của MML từ một công ty thuần sản xuất thức ăn chăn nuôi thành một công ty sản xuất thịt và thịt chế biến có thương hiệu hàng đầu đã có tiến triển vượt bậc trong năm 2019 bằng việc giới thiệu ra thị trường thịt sạch MEATDeli ở hai đầu đất nước: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các khu vực lân cận. Kể từ khi MEATDeli có mặt trên thị trường, chúng tôi đã trở thành doanh nghiệp hàng tiêu dùng nhanh có thương hiệu, như vậy sẽ không còn rủi ro tăng trưởng theo chu kỳ mà thay vào đó bảo đảm có được tỷ suất lợi nhuận bền vững. Trong một thị trường phân mảnh và chưa có thương hiệu, chiến lược độc đáo này sẽ giúp chúng tôi tăng thêm thị phần và trở thành công ty hàng đầu trong chuỗi giá trị thịt.

Chúng tôi thay đổi toàn diện lĩnh vực đậm động vật bằng việc áp dụng **cách tiếp cận “Đặt người tiêu dùng làm trọng tâm”** xuyên suốt chuỗi giá trị

## Nền tảng cho sự tăng trưởng

MML sở hữu một mô hình kinh doanh độc đáo để có thể khai mở tiềm năng chuỗi giá trị đậm động vật tại Việt Nam. Thông qua việc ra mắt MEATDeli vào cuối năm 2018, chúng tôi trở thành doanh nghiệp với nền tảng chuỗi giá trị tích hợp đầu tiên và hàng đầu tại Việt Nam bằng việc tập trung vào cải thiện năng suất trong toàn bộ chuỗi giá trị.

Để thực hiện được điều này, chúng tôi đã đầu tư mạnh mẽ vào nền tảng hoạt động bao gồm: thương hiệu mạnh, đổi mới sáng tạo, nhà máy sản xuất hiện đại bậc nhất và quan trọng nhất là nhân sự.



## Thương hiệu mạnh

Chúng tôi đã thành công trong việc áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu như hàng tiêu dùng nhanh cho chuỗi giá trị thịt. Bốn năm sau khi ra mắt, sản phẩm mang thương hiệu Bio-zeem hiện đang chiếm 38,6% doanh thu của thức ăn chăn nuôi (không kể thức ăn cho thủy sản). Kể từ khi được tung ra vào tháng 7/2015, Bio-zeem đã trở thành thương hiệu mạnh đầu tiên trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi với tỷ lệ nhận biết sản phẩm lên đến 90%. Chúng tôi là công ty Việt Nam đầu tiên trong ngành có cách tiếp cận xây dựng thương hiệu theo hướng hàng tiêu dùng nhanh (FMCG).

Sức mạnh thương hiệu của Bio-zeem còn đến từ việc Công ty tập trung vào việc cung cấp các gói giải pháp toàn diện cho người chăn nuôi như cung cấp hỗ trợ kỹ thuật, tổ chức các chương trình tập huấn, cùng với các chương trình dùng thử sản phẩm. Bio-zeem là một thương hiệu mẹ cho nhiều sản phẩm của chúng tôi, và chiếm đến 70% doanh thu của dòng thức ăn cho heo. Sức mạnh thương hiệu Bio-zeem còn thể hiện ở khả năng tăng trưởng thị phần thức ăn chăn nuôi (không tính trại gia công).

Từ cuối năm 2018, chúng tôi đã giới thiệu sản phẩm thịt heo mát mang thương hiệu “MEATDeli”, sản phẩm thịt ngon, an toàn và truy xuất được nguồn gốc cho người tiêu dùng. Chúng tôi đã áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu như hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) cho MEATDeli. Chúng tôi là công ty đầu tiên trong ngành thịt tươi phát quảng cáo trên TV. Mặc dù mới gia nhập vào ngành, MEATDeli được người tiêu dùng đón nhận rất tích cực với 97% người tiêu dùng tham gia khảo sát đồng ý MEATDeli tươi ngon. Ngay trong năm đầu tiên có mặt trên thị trường, thịt sạch MEATDeli - Công nghệ thịt mát Châu Âu của Masan MEATLife đã xuất sắc nằm trong Top 10 thương hiệu – sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam 2019, theo kết quả bình chọn của Thời Báo Kinh Tế Việt Nam.

## Đổi mới sáng tạo – Masan Way

Sản phẩm Bio-zeem sẽ không thể thành công nếu không có phát kiến sáng tạo và mang lại lợi ích thiết thực cho người nông dân. Các phát kiến của chúng tôi được phát triển bởi Masan Institute of Nutri-Scienc (“MINS”), đây là trung tâm nghiên cứu và phát triển sản phẩm (“R&D”) của MML. Đội ngũ chuyên gia MINS đầy tâm huyết của chúng tôi làm việc không mệt mỏi nhằm khám phá những bước tiến khoa học mới trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi, phối giống và trang trại. Chúng tôi thường xuyên đi khảo sát thị trường và kiểm tra sản phẩm tại trang trại cho tất cả sản phẩm của chúng tôi.

Cụ thể hơn, các sản phẩm mang thương hiệu Bio-zeem của chúng đều chứa hệ enzyme Bio-zeem giúp tăng cường sức đề kháng và cải thiện tỷ lệ chuyển đổi thức ăn (“FCR”) rõ rệt. Thành quả này đến từ sự hợp tác giữa chúng tôi với các đối tác và nhà cung cấp hàng đầu từ châu Âu.

Thấu hiểu các mối nguy hại từ việc lạm dụng chất kháng sinh, chúng tôi là công ty đầu tiên trong ngành tại Việt Nam đã loại bỏ hoàn toàn các chất kháng sinh có trong các sản phẩm thức ăn chăn nuôi. Với nỗ lực từ các chuyên gia MINS, chúng tôi đã thành công trong việc giữ nguyên năng suất, sức khỏe cho gia súc, đảm bảo chất lượng thịt và tăng sức đề kháng mà không dùng kháng sinh.

Cam kết đổi mới sáng tạo và làm những điều khác biệt còn được thể hiện trong việc phát triển trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của chúng tôi tại Nghệ An. Đây là trang trại có quy mô lớn nhất của

tình. Chúng tôi đã áp dụng công nghệ tiên tiến nhất để quản lý việc cho ăn, nhiệt độ, ánh sáng, mức tiêu thụ năng lượng và xử lý chất thải cho toàn bộ trang trại.

Chúng tôi cam kết cải thiện năng suất trong ngành đạm động vật của Việt Nam bằng tích hợp hoàn toàn chuỗi giá trị đạm động vật nhằm mang lại sản phẩm thịt mát, tươi ngon, giá cả phù hợp để cho mâm cơm của người Việt thêm đủ đầy.

Trong mảng ghép cuối cùng của chuỗi 3F, Masan MEATLife tự hào mang đến cho người tiêu dùng sản phẩm thịt mát đầu tiên tại Việt Nam – MEATDeli và xác lập tiêu chuẩn mới về an toàn và tươi ngon cho các sản phẩm thịt. Chúng tôi đã áp dụng quy trình và giải pháp độc đáo với công nghệ Oxy Fresh 9 và đáp ứng tiêu chuẩn toàn cầu BRC về an toàn thực phẩm đầu tiên và duy nhất ở Việt Nam trong lĩnh vực thịt tươi cho đến thời điểm này. Chúng tôi đã đưa ra thị trường sản phẩm thịt mát - một sản phẩm hoàn toàn mới tại Việt Nam. Thịt mát MEATDeli được lưu trữ và phân phối trong hệ thống kho và vận chuyển lạnh ở nhiệt độ vàng 0-4°C. Điều kiện vận chuyển và bảo quản này hạn chế vi sinh vật phát triển và giữ hương vị tự nhiên, tươi ngon cho sản phẩm. Thịt heo mát có hạn sử dụng đến 9 ngày mà vẫn đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng. Cách thức sản xuất, bảo quản và kinh doanh thịt mát này đã rất phổ biến và được chuẩn hóa trên thế giới nhưng chưa từng được áp dụng tại Việt Nam.

### Hệ thống phân phối

Chúng tôi sở hữu một mạng lưới phân phối thức ăn chăn nuôi rộng khắp Việt Nam với hơn 500 nhân viên bán hàng phục vụ 2.500 đại lý trên toàn quốc, phần lớn là các đại lý độc quyền.

Chúng tôi đang tái cấu trúc hệ thống phân phối để có thể phục vụ người chăn nuôi toàn quốc tốt hơn với chi phí tối ưu. Chúng tôi không chỉ phân phối sản phẩm rộng khắp thông qua quy mô của hệ thống mà còn nâng cao doanh thu thể hiện qua việc là đối tác toàn diện của người chăn nuôi, mang đến giải pháp hỗ trợ kỹ thuật và khả năng trở thành nhà cung cấp heo hơi cho MEATDeli phụ thuộc vào khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng khắt khe. Khi các ngành tiếp tục hợp nhất, các trang trại lớn sẽ tiếp tục cần các giải pháp tinh vi hơn và chúng tôi tin rằng mô hình 3F của chúng tôi sẽ mang lại lợi thế cạnh tranh đáng kể.

Sản phẩm MEATDeli được phân phối ở hơn 800 điểm bán tại hệ thống siêu thị VinMart, VinMart+, CoopMart, CoopXtra, BigC, các hệ thống siêu thị khác, các cửa hàng MEATDeli và đại lý thực phẩm. Dự định đến cuối 2020, tổng số điểm bán MEATDeli của chúng tôi sẽ lên đến 3.000 điểm.

### Nhà máy sản xuất

Chúng tôi vận hành 13 nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi có tiêu chuẩn hàng đầu ở khắp Việt Nam. Tổng công suất đến cuối năm 2019 đạt gần 3,3 triệu tấn/năm.

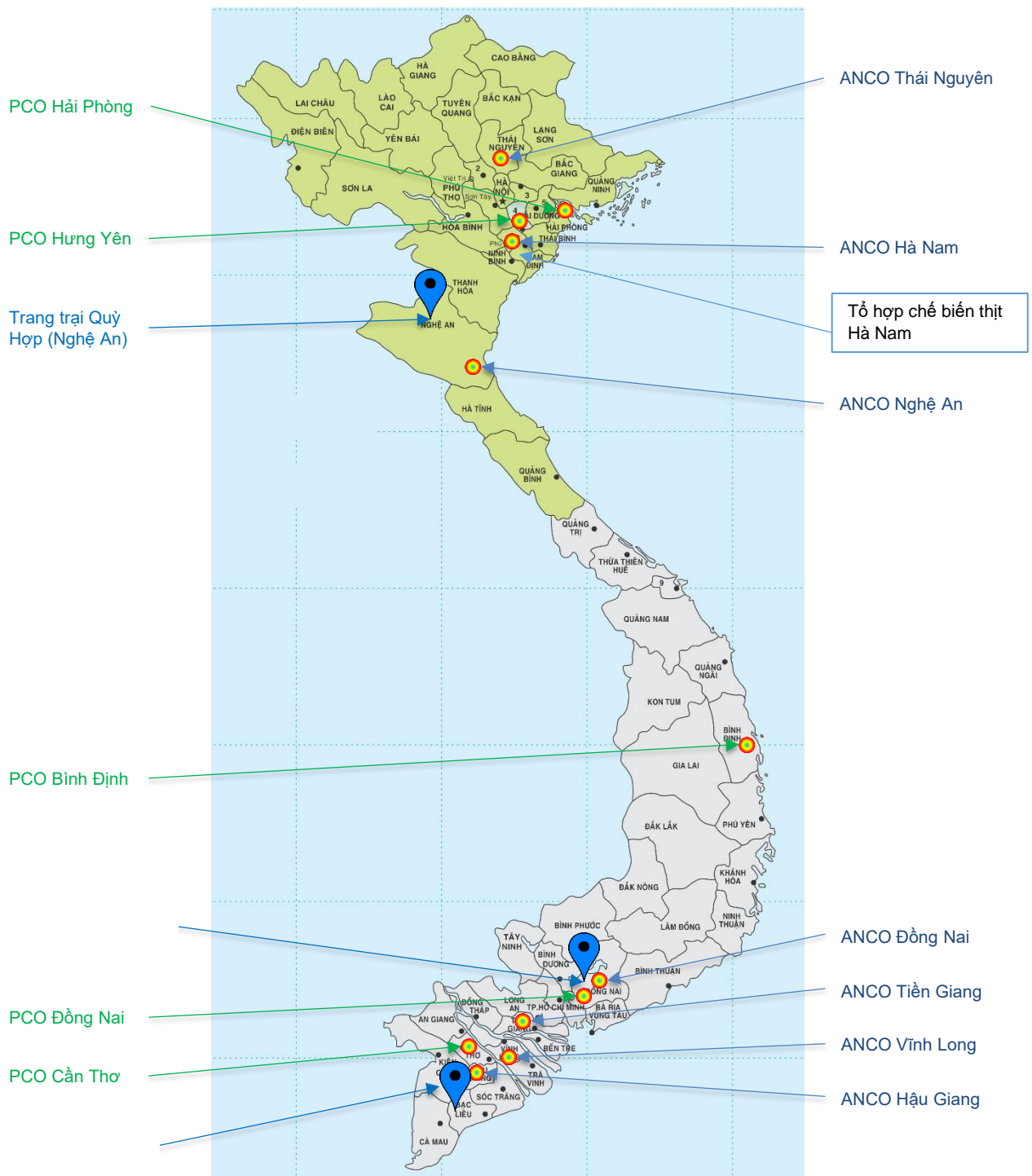
Chúng tôi đã xây dựng và đưa vào vận hành trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại tỉnh Nghệ An. Trang trại được thiết kế để đảm bảo hiệu quả quản lý và đảm bảo chất lượng trong toàn bộ quy trình nuôi heo. Là một phần của chuỗi 3F tích hợp, trang trại được quản lý đặc biệt để ngăn ngừa bệnh cũng như cải thiện sức khỏe nguồn heo và an toàn thực phẩm liên quan đến tiêu thụ thịt heo. Tiêu chuẩn của quy trình nuôi heo này tương đương với tiêu chuẩn quản lý trang trại heo quốc tế và tuân thủ tiêu chuẩn Global G. A. P. Tọa lạc trên một khu đất rộng hơn 223 hecta và cách xa khu dân cư, trang trại được tách biệt với bên ngoài để đảm bảo điều kiện an toàn sinh học nghiêm ngặt nhằm giảm thiểu các rủi ro từ dịch bệnh như lở mồm long móng (FMD), dịch tả lợn châu Phi (ASF). Chúng tôi còn xây dựng hệ thống xử lý nước thải theo tiêu chuẩn quốc gia nhằm nâng cao an toàn sinh học và bảo vệ môi trường. Khi đi vào hoạt động hoàn toàn, trang trại tại Nghệ An có công suất 250.000 heo hơi mỗi năm. Quan trọng hơn, trang trại này còn là mô hình kiểu mẫu và nhân rộng mô hình này cho các trại khác để trở thành nhà cung cấp nguyên liệu cho chuỗi giá trị thịt của MML đáp ứng tiêu chuẩn đầu vào cao của MML.

Vào tháng 12/2018, chúng tôi đã đưa vào vận hành tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam với công nghệ và thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu và được các chuyên gia quốc tế giàu kinh nghiệm lắp đặt và giám sát. Heo được làm ngát bằng khí CO<sub>2</sub> - phương pháp giết mổ nhân văn nhất, sau đó được xử lý và làm lạnh nhanh để ngăn chặn sự phát triển của vi khuẩn trên thịt. Tiếp theo, heo được làm mát và trữ trong 24h ở nhiệt độ vàng 0 - 4 độ C để tăng hương vị và kết cấu của thịt, đồng thời giữ trọn dinh dưỡng và đạt tiêu chuẩn vệ sinh. Kế tiếp, thịt được pha lóc, đóng gói và vận chuyển trong suốt nhiệt

độ này đến người tiêu dùng cuối cùng tại các điểm bán hàng để đảm bảo thịt sạch và tươi ngon. Quy trình này vừa tuân thủ tiêu chuẩn quốc gia TCVN 12429-1:2018 về thịt mát vừa tuân thủ nghiêm ngặt tiêu chuẩn BRC – tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm. Tổ hợp có công suất 1,4 triệu con/ năm, tương đương 140.000 tấn/ năm. Dự án có mức vốn đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng và được xây dựng trên 10 hecta.

Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam giúp chúng tôi tung ra thành công sản phẩm thịt heo mát đầu tiên tại Việt Nam – MEATDeli. Thịt heo mát được lưu trữ và phân phối trong hệ thống kho và vận chuyển lạnh 0-4°C xuyên suốt đến tay người tiêu dùng. Điều kiện vận chuyển và bảo quản này hạn chế vi sinh vật phát triển và giữ hương vị tự nhiên, tươi ngon cho sản phẩm. Thịt heo mát có hạn sử dụng lên đến 9 ngày.

Để bảo đảm nguồn cung cho thị trường thịt to lớn và đầy tiềm năng, bên cạnh tổ hợp chế biến thịt heo sạch chuẩn Châu Âu tại Hà Nam, chúng ta đã tiến hành xây dựng Tổ hợp tương tự tại Long An, giúp giảm chi phí và thời gian vận chuyển, đưa thịt sạch đến tay người tiêu dùng phía Nam nhanh chóng và thuận tiện nhất. Tổng mức đầu tư giai đoạn 1 là khoảng 1.300 tỷ đồng, dự kiến sẽ chính thức hoạt động vào Quý 3.2020. Trong giai đoạn 1, Tổ hợp chế biến thịt tại Long An sẽ sản xuất thịt sạch MEATDeli theo công nghệ thịt mát Châu Âu với quy mô 140.000 tấn/năm. Ngoài thịt sạch, nhà máy còn sản xuất, chế biến các sản phẩm từ thịt sạch như thịt kho trứng, giò lụa, chà bông và các sản phẩm khác từ thịt, quy mô 15.000 tấn/năm.



## Nguồn nhân lực

Trong một môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng, chúng tôi nhận ra tầm quan trọng của việc xây dựng nên các nhà quản lý tài năng, linh hoạt và quyết đoán, đồng thời tạo một môi trường làm việc gắn kết, nơi mà mọi nhân viên đều có cơ hội để thành công.

Tại MML, chúng tôi xem hơn 3.000 cán bộ nhân viên là tài sản quý nhất. Công ty được dẫn dắt bởi nguyên quản lý cấp cao tại các công ty Masan Consumer, Cargill, Nestle và Unilever. Các nhà quản lý của chúng tôi có kinh nghiệm quốc tế và thành công trong việc xây dựng và tái cấu trúc công ty tại các thị trường mới nổi.

Đồng hành với đội ngũ quản lý là đội ngũ nhân viên trẻ, có tầm nhìn và vô cùng linh hoạt, có thể tạo ra thay đổi bằng việc đưa ra các phát kiến mới và hiện thực hoá các sáng kiến kinh doanh này, qua đó

đem lại lợi nhuận cao nhất cho cổ đông. Chúng tôi là một đội ngũ có tinh thần khởi nghiệp và có khả năng quản lý rủi ro và có thành tích thực hiện kế hoạch kinh doanh hiệu quả.

Thông qua đội ngũ chuyên nghiệp này, chúng tôi đã chuyển đổi thành công từ công ty sản xuất thức ăn chăn nuôi nội địa lớn nhất trở thành nền tảng sản xuất thịt tích hợp đầu tiên của Việt Nam để phục vụ tốt hơn cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.



# BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA MASAN MEATLIFE

## Doing Well by Doing Good

Masan MEATLife đã đề ra một sứ mệnh, đó là: **Là và được công nhận là doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực cung cấp những giải pháp đạm động vật có thương hiệu trên toàn chuỗi giá trị cho mỗi và mọi bữa ăn của người Việt Nam.**

Với sứ mệnh đó, những điều chúng tôi đang làm không chỉ là công việc mà còn là trách nhiệm: phụng sự và góp phần cải thiện đời sống của hàng triệu người Việt Nam. Câu chuyện về phát triển bền vững không thể thiếu sự song hành của phát triển, mang lại giá trị cho đời sống xã hội, đóng góp vào cộng đồng địa phương và chung tay bảo vệ môi trường. Chúng tôi phụng sự người tiêu dùng với lý tưởng thật sự và mang đến những đóng góp ý nghĩa cho sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, chứ không chỉ là quan tâm đến tài chính. Để làm được điều đó, chúng tôi phải có chiến lược để tăng trưởng bền vững.

## Phát triển sản phẩm và quy trình sáng tạo

### Phát kiến mới trong phát triển sản phẩm

Vui lòng xem trong mục “Đổi mới sáng tạo – Masan Way” trong phần “Câu chuyện của Masan MEATLife”.

### Thu mua có trách nhiệm

Phần lớn các nguyên liệu dùng để sản xuất các sản phẩm của chúng tôi là nông sản đã qua chế biến. Đối với các loại nguyên liệu có mức giá biến động mạnh, chúng tôi thường xuyên theo dõi thị trường và chọn thời điểm mở thầu thích hợp để có thể chốt mua với mức giá tốt. Đối với các loại nguyên có mức giá ổn định, chúng tôi thường ký hợp đồng mua dài hạn với nhà cung cấp. Chi phí nguyên liệu nhập khẩu trong những năm qua chiếm khoảng 80% tổng chi phí nguyên vật liệu được sử dụng (bao gồm cả nguyên liệu nhập khẩu trực tiếp từ nguồn nguyên liệu nước ngoài và nguồn nhập khẩu mua từ các nhà cung cấp trong nước khi được chào bán giá thấp).

Để đảm bảo chất lượng cũng truy xuất được nguồn gốc nguyên liệu nhập khẩu, chúng tôi yêu cầu các nhà cung cấp đáp ứng đầy đủ hồ sơ xuất khẩu như: chứng nhận xuất xứ, chứng nhận chất lượng, kiểm dịch, hun trùng (nếu có)... Các nhà cung cấp nguyên liệu sản xuất trong nước thì cần có giấy chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm hoặc giấy phép lưu hành... Đối với các nguyên liệu đã qua chế biến, các nhà cung cấp cần đáp ứng thêm các chứng chỉ ISO, Global Gap, GMP... Các nhà cung cấp đạt chất lượng trong thời gian dài được coi là "nhà cung cấp uy tín" và sẽ được giữ lại trong "danh sách nhà cung cấp" để tiếp tục cung cấp hàng hóa cho Công ty.

Thành phần nguyên liệu chủ yếu trong thành phẩm của ANCO gồm có bắp, cám gạo, cám mì, bánh dầu đậu nành, khô dầu hạt cải và bột thịt, bột cá được mua cả trong lẫn ngoài nước. Bánh dầu đậu nành và bắp được nhập khẩu từ nhiều nước trên thế giới dựa trên cơ sở đánh giá chất lượng và giá cả của các nhà cung cấp uy tín hàng đầu thế giới. Trong đó, cám gạo, cám mì chủ yếu sử dụng nguồn từ các nhà máy xay xát trong nước.

Các nguồn nguyên liệu của chúng tôi được kiểm soát chặt chẽ về số lượng lẫn chất lượng. Các nhà kho của chúng tôi được vệ sinh và kiểm tra thường xuyên, và các sản phẩm của chúng tôi được quản lý chất lượng nghiêm ngặt bởi đội ngũ QA, QC giàu kinh nghiệm.

## An toàn lao động

Chúng tôi đảm bảo chất lượng cuộc sống cho toàn thể nhân viên. Chúng tôi có trách nhiệm cung cấp cho nhân viên các thiết bị bảo hộ lao động, các biện pháp giữ an toàn và vệ sinh nơi làm việc và điều kiện làm việc thoải mái. Chúng tôi cũng thường xuyên thực hiện huấn luyện đội ngũ nhân viên về các hành vi phù hợp an toàn lao động cho bản thân và cho người khác, và áp dụng kiến thức này trong cuộc sống hàng ngày.

## Bền vững về môi trường

Masan MEATLife dành khoảng ngân sách lớn lên đến 200 tỷ đồng cho việc đầu tư vào hệ thống xử lý nước thải thuộc loại hiện đại nhất tại trang trại chăn nuôi heo kỹ thuật cao Masan Nutri-Farm tại tỉnh Nghệ An. Trang trại cho ra nước thải sau xử lý đạt loại "A" và có thể tái sử dụng 70% lượng nước tuần hoàn, đồng thời cung cấp cho trang trại sử dụng. Trang trại còn có hệ thống phát điện từ nguồn biogas giúp tự đáp ứng nguồn điện cho hoạt động của trang trại.

Đầu năm 2019, trang trại MNS Nghệ An được cấp giấy chứng nhận GLOBAL G.A.P về việc hoàn thành các tiêu chuẩn trang trại được công nhận quốc tế dành riêng cho Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt.

Tại tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam, chúng tôi cũng cam kết đầu tư lớn cho hệ thống xử lý chất thải với công nghệ hàng đầu, đảm bảo nước thải sau xử lý đạt loại "A". Đồng thời, chúng tôi cũng dành tối đa diện tích có thể cho mảng xanh cho khu vực bao quanh tổ hợp nhằm tạo nên một không gian làm việc xanh và thân thiện.

## Bền vững về nhân lực

Trình độ	Số lượng	Tỷ lệ
Trên Đại học	36	1%
Đại học/Học viện	1442	41%
Cao đẳng	334	10%
Trung cấp nghề/Chứng chỉ nghề	389	11%
Trung học phổ thông	468	13%
Trung học cơ sở	493	14%
Khác	339	10%
<b>Total</b>	<b>3501</b>	<b>100%</b>

*Ghi chú: Phần lớn nhân viên có bằng trung cấp hoặc thấp hơn đang làm việc tại các nhà máy, nhà kho hoặc các điểm bán hàng, là tài xế hoặc nhân viên tạp vụ.*

Masan MEATLife có tổng cộng 3.501 nhân viên. Chúng tôi tự hào là một trong những nơi làm việc tốt nhất tại Việt Nam và luôn hướng đến sự phát triển bền vững thông qua các kế hoạch mang tầm chiến lược dài hạn nhằm giữ chân cũng như thu hút và phát triển nhân tài, tạo điều kiện tốt nhất để cán bộ công nhân viên thành công và đạt được những điều họ mong muốn cả trong sự nghiệp và trong cuộc sống.

Lý tưởng của chúng tôi là nâng cao đời sống vật chất và tinh thần không chỉ của người Việt Nam mà còn cho tất cả cán bộ công nhân viên của chúng tôi, từ đó hết mình cống hiến trong lao động, góp phần nâng cao giá trị thương hiệu và văn hóa công ty. Trách nhiệm của chúng tôi là mang lại thu nhập ổn định và duy trì việc làm cho hơn 3.500 cán bộ công nhân viên. Bên cạnh đó, chúng tôi có các kế hoạch huấn luyện dài hạn nhằm chuẩn bị cho các nhân viên giỏi hành trang vững chắc để trở thành những nhà lãnh đạo tương lai thông qua các chương trình đào tạo thường xuyên và liên tục.

Chúng tôi luôn luôn khuyến khích nhân viên nhìn vào vấn đề một cách khác biệt, từ đó nhận ra khả năng của họ và tạo điều kiện phát triển tối đa đối với nguồn nhân lực. Cho dù có được một đội ngũ gồm những nhân viên hàng đầu trong ngành, họ làm việc với sự tự tin, độc lập và có trách nhiệm, luôn mang trong mình tinh thần khởi nghiệp và sự sẵn sàng dấn thân, tuy nhiên chúng tôi hiểu rằng sự tăng



trường chỉ có thể đến từ sự ổn định về vật chất, tinh thần lẫn cảm xúc của tất cả các nhân viên ở tất cả các bộ phận trong Công ty.

Chúng tôi đề cao việc đảm bảo chế độ phúc lợi xứng đáng và việc thưởng nhân viên một cách công bằng, hợp lý với năng lực thực thụ và mức đóng góp, sáng tạo của họ cho sự phát triển của Công ty. Chính vì điều đó, Chúng tôi xác định những nhân viên giỏi nhất, tiềm năng nhất của chúng tôi cũng đồng thời chính là những cổ đông của Công ty, điều này khuyến khích sự cống hiến hết mình, góp phần nâng cao hơn nữa tinh thần doanh nhân và tầm nhìn dài hạn.

Chúng tôi thường xuyên tổ chức tập huấn cho cán bộ công nhân viên để họ cải thiện kỹ năng và kiến thức chuyên môn. Đồng thời, mỗi nhà máy luôn có những hoạt động huấn luyện riêng dành cho các nhân viên trong những bộ phận khác nhau. Trong năm 2019, chúng tôi đã tổ chức hơn 100 khoá huấn luyện nội bộ cũng như đào tạo bên ngoài cho 2.000 cán bộ công nhân viên nhằm cải thiện kỹ năng quản lý, các kỹ năng mềm và nâng cao chuyên môn kỹ thuật.

Bên cạnh đó, góp phần giúp cán bộ công nhân viên yên tâm công tác, chúng tôi còn mua thêm bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm tai nạn cho tất cả cán bộ công nhân viên ngoài những khoản đóng bảo hiểm chấp hành theo Luật định; đồng thời, chấp hành thời gian làm việc, giờ nghỉ giải lao và số ngày nghỉ phép trong năm cho các cán bộ công nhân viên theo quy định trong Bộ luật Lao động.

## Giải thưởng

Ngay trong năm đầu tiên có mặt trên thị trường, thịt mát MEATDeli - Công nghệ thịt mát Châu Âu của Masan MEATLife đã xuất sắc nằm trong Top 10 thương hiệu – sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam 2019. Đây là kết quả của cuộc bình chọn do Thời Báo Kinh Tế Việt Nam tổ chức, được thực hiện từ tháng 01/2019 đến 11/2019, khảo sát hơn 7.600 sản phẩm – dịch vụ và nhận được 35.000 phiếu bình chọn, 82.300 ý kiến đánh giá trực tuyến từ người tiêu dùng. Với chủ đề “Trải nghiệm khách hàng – Khác biệt để cạnh tranh”, tiêu chí đánh giá của chương trình tập trung vào các sản phẩm – dịch vụ mang đến được cho khách hàng những trải nghiệm tốt, những cảm xúc tích cực, được người tiêu dùng ưa chuộng và đánh giá cao; các sản phẩm – dịch vụ chú trọng sự kết nối giữa thương hiệu và khách hàng.

# BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH

## Xây dựng nền tảng 3F đẳng cấp thế giới để phụng sự người tiêu dùng Việt Nam

Hành trình của Masan MEATLife cũng chính là hành trình phụng sự người tiêu dùng. Để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng về các sản phẩm an toàn và tốt cho sức khỏe, Masan MEATLife đã đưa ra thị trường các sản phẩm thịt có thương hiệu, có thể truy xuất được nguồn gốc, tươi ngon, an toàn với giá cả hợp lý. Từ năm 2015, Masan đã xây dựng chuỗi giá trị tích hợp hoàn chỉnh từ thức ăn chăn nuôi cho đến thịt có thương hiệu. Năm 2019 đánh dấu cột mốc quan trọng trong hành trình phát triển của Masan MEATLife. Tiếp nối sự thành công sau khi ra mắt MEATDeli tại Hà Nội năm 2018, MML đã tiếp tục đưa sản phẩm thịt mát này đến thị trường phía Nam, phục vụ người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận vào tháng 09/2019. Với những nỗ lực trong 2019, công ty nay đã thật sự là một công ty hàng tiêu dùng có thương hiệu, và sự chuyển đổi này đã được phản ánh qua việc thay đổi tên từ Masan Nutri-Science sang Masan MEATLife. Chúng tôi rất tự hào mang đến người tiêu dùng khắp nơi trên đất nước những sản phẩm thịt tươi ngon và an toàn dưới thương hiệu MEATDeli.

MEATDeli được sản xuất từ nguồn heo khỏe được chăn nuôi tại chính trang trại của Masan MEATLife và các trang trại đối tác chiến lược theo tiêu chuẩn kiểm soát dịch bệnh khắt khe, đảm bảo an toàn sinh học với nguồn thức ăn chăn nuôi chất lượng cao không có hormone tăng trưởng và kháng sinh.

Sản phẩm MEATDeli được phân phối ở hơn 800 điểm bán tại hệ thống siêu thị VinMart, VinMart+, CoopMart, CoopXtra, BigC, các hệ thống siêu thị khác, các cửa hàng MEATDeli và đại lý thực phẩm. Dự định đến cuối 2020, tổng số điểm bán MEATDeli của chúng tôi sẽ lên đến 3000 điểm.

Việc ra mắt sản phẩm MEATDeli đã chính thức đánh dấu sự gia nhập của MML vào thị trường đạm động vật có quy mô khoảng 10 tỷ USD, đây là thị trường tuy còn phân mảnh nhưng đang tăng cao do người tiêu dùng có nhu cầu về sản phẩm tươi, ngon và an toàn. Đầu tư vào chuỗi 3F (Feed – Farm – Food) chính là cam kết của Masan MEATLife mang lại - “Thịt sạch cho bữa ngon vô lo của mọi gia đình Việt”.

Vào tháng 12/2018, chúng tôi đã đưa vào vận hành tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam với công nghệ và thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu và được các chuyên gia quốc tế giàu kinh nghiệm lắp đặt và giám sát. Heo được làm ngát bằng khí CO<sub>2</sub> - phương pháp giết mổ nhân văn nhất hiện nay, sau đó được xử lý và làm lạnh nhanh để ngăn chặn sự phát triển của vi khuẩn trên thịt. Tiếp theo, heo được làm mát và trữ trong 24h ở nhiệt độ vàng 0 - 4 độ C để tăng hương vị và kết cấu của thịt, đồng thời giữ trọn dinh dưỡng và đạt tiêu chuẩn vệ sinh. Kế tiếp, thịt được pha lóc, đóng gói và vận chuyển trong suốt nhiệt độ này đến người tiêu dùng cuối cùng tại các điểm bán hàng để đảm bảo thịt sạch và tươi ngon. Quy trình này vừa tuân thủ tiêu chuẩn quốc gia TCVN 12429-1:2018 về thịt mát vừa tuân thủ nghiêm ngặt tiêu chuẩn BRC – tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm. Tổ hợp có công suất 1,4 triệu con/ năm, tương đương 140.000 tấn/ năm. Dự án có mức vốn đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng và được xây dựng trên 10 hecta.

Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam giúp chúng tôi tung ra thành công sản phẩm thịt heo mát đầu tiên tại Việt Nam – thương hiệu MEATDeli. Thịt heo mát có hạn sử dụng lên đến 9 ngày.

Để bảo đảm nguồn cung cho thị trường thịt to lớn và đầy tiềm năng, bên cạnh tổ hợp chế biến thịt heo sạch chuẩn Châu Âu tại Hà Nam, chúng ta đã tiến hành xây mới một Tổ hợp tương tự tại Long An, giúp giảm chi phí và thời gian vận chuyển, đưa thịt sạch đến tay người tiêu dùng phía Nam nhanh chóng và thuận tiện nhất. Tổng mức đầu tư giai đoạn 1 là khoảng 1.300 tỷ đồng, dự kiến hoạt động chính thức từ tháng 8/2020. Trong giai đoạn 1, tổ hợp chế biến thịt tại Long An sẽ sản xuất thịt mát MEATDeli theo công nghệ Châu Âu với quy mô 140.000 tấn/năm. Ngoài ra, nhà máy còn sản xuất, chế biến các sản phẩm như thịt kho trứng, giò lụa, chà bông và các sản phẩm khác từ thịt mát, quy mô 15.000 tấn/năm.

Mặc dù mới gia nhập vào ngành, MEATDeli được người tiêu dùng đón nhận rất tích cực với 97% người tiêu dùng tham gia khảo sát đồng ý MEATDeli tươi ngon. Ngay trong năm đầu tiên có mặt trên thị trường, thịt sạch MEATDeli - Công nghệ thịt mát Châu Âu của Masan MEATLife đã xuất sắc nằm trong Top 10 thương hiệu – sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam 2019, theo kết quả bình chọn của Thời Báo Kinh Tế Việt Nam.

Những bước đi chiến lược này đã góp phần mang đến kết quả tài chính vượt trội cho Masan MEATLife trong năm 2019. Dù bị ảnh hưởng bởi dịch tả heo châu Phi (ASF) vào năm 2019, doanh thu thuần đạt 13.799 tỷ đồng, chỉ giảm 1,3% so với 13.977 tỷ đồng vào năm 2018. Mặc dù doanh thu từ thức ăn chăn nuôi lặn giảm do ASF, nhưng phần lớn được bù đắp bằng tăng trưởng của thức ăn gia cầm và thức ăn thủy sản. Đặc biệt, nhãn hàng thịt mát, MEATDeli đã mang lại 220 tỷ đồng doanh thu thuần trong quý 4/2019. Doanh số MEATDeli đã tăng gấp đôi trong tháng 12/2019 so với tháng 6/2019. Doanh thu thuần tháng 12/2019 của MEATDeli đạt 102 tỷ đồng, tương đương với doanh thu thuần cả năm tính trên doanh thu thuần tháng 12 (“ARR”) là 1.200 tỷ đồng.

Tính đến tháng 12/2019, MML đã nâng số lượng điểm bán có bảo quản lạnh lên 624 điểm tại Hà Nội và TP. HCM. Ban điều hành dự kiến số lượng điểm bán bảo quản lạnh sẽ đạt hơn 3.000 cửa hàng đến cuối tháng 12/2020, bao gồm các cửa hàng của VCM. MML mở rộng danh mục thịt với việc ra mắt các sản phẩm thịt mát chế biến vào Quý 4/2019. Thịt mát chế biến sẽ là nhân tố chủ lực giúp thúc đẩy tăng trưởng, không chỉ về doanh thu mà còn về biên lợi nhuận hoạt động.

Về mặt lợi nhuận, biên lợi nhuận gộp đạt 16,4% trong năm 2019, tăng 1,4% so với 15,0% trong năm 2018 do giá cả hàng hóa thấp hơn. Biên lợi nhuận EBITDA đạt 11,3% trong năm 2019, tăng 2,4% so với năm 2018 do biên lợi nhuận gộp cao hơn và chi phí SG&A tính theo % doanh thu giảm 0,3%.

Trong thời gian sắp tới, Ban điều hành sẽ tiếp tục hợp lý hóa chi phí để mang lại lợi nhuận hoạt động bền vững ở mức hai chữ số. Dự kiến lợi nhuận hoạt động sẽ cải thiện hơn nữa khi đóng góp từ danh mục thịt mát có thương hiệu tăng lên. Trong năm 2020, tập trung vào việc mở rộng quy mô kinh doanh thịt mát để chiếm ít nhất 20-25% doanh thu thuần MML, mặc dù điều này không thể chắc chắn do dịch COVID-19. Masan có niềm tin mạnh mẽ vào các nguyên tắc cơ bản dài hạn của ngành thịt tại Việt Nam khi người tiêu dùng chuyển sang các sản phẩm thịt an toàn và có thương hiệu. Tuy nhiên, rất khó đánh giá vì tác động ngắn hạn của đại dịch COVID-19. Không dừng lại ở đó, MML sẽ tiếp tục đưa ra các phát kiến thịt mát có thương hiệu, an toàn và chất lượng cho người tiêu dùng Việt Nam với mục tiêu “Cải thiện đời sống của người tiêu dùng Việt Nam thông qua việc cung cấp đạm động vật chất lượng, an toàn và giá cả hợp lý cho mỗi bữa ăn”.

## Hiện thực hóa tiềm năng thịt của Việt Nam

Thịt là thị trường giàu tiềm năng Việt Nam – chỉ riêng thịt tươi đã có giá trị khoảng 10 tỷ USD. Tuy nhiên, thị trường này chưa được chuẩn hóa, còn rời rạc và có nhiều sản phẩm chưa an toàn cho sức khỏe. Đây là cơ hội để công ty thiết lập tiêu chuẩn mới trong tiêu dùng thịt chất lượng cao, an toàn, tươi ngon với giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.

Bên cạnh việc kinh doanh thịt tươi, chúng tôi thấy có nhiều cơ hội để hợp nhất chuỗi 3F và tham gia vào lĩnh vực thịt chế biến. Ngày nay, các sản phẩm thịt có giá trị gia tăng và thịt chế biến đóng góp dưới 1% vào thị trường thịt tại Việt Nam. Các sản phẩm đột phá sẽ góp phần thúc đẩy sản lượng tiêu thụ, đặc biệt là ở các vùng nông thôn - nơi có hơn 70% dân số sinh sống. Đây cũng là động lực thúc đẩy tăng trưởng tiêu thụ thịt ở Trung Quốc, khi mà các nhà sản xuất có thể cung cấp các sản phẩm thịt chế biến có giá trị gia tăng, phục vụ cho nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng với mức giá thấp hơn nhiều so với thịt tươi.

Theo thống kê của Frost & Sullivan, thịt chế biến chiếm 25% tổng lượng tiêu thụ thịt heo tại Trung Quốc, và đang tăng nhanh gấp đôi so với thịt tươi. Chúng tôi cho rằng xu hướng này sẽ diễn ra tương tự ở Việt Nam và chúng tôi sẽ là người dẫn đầu thị trường trong việc cung cấp những sản phẩm đột phá, ngon, an toàn và giá cả hợp lý đến người tiêu dùng.

Hiện nay, chuỗi giá trị thịt của Việt Nam vẫn còn manh mún và quy mô nhỏ. Có khoảng 200 công ty kinh doanh thức ăn chăn nuôi và hơn 9 triệu nông hộ nhưng cũng chỉ có khoảng 18.000 trang trại có quy mô vừa và lớn. Nhà nước đã đưa ra những chiến lược cụ thể để thúc đẩy ngành nhằm tăng quy

mô hoạt động vì quy mô sẽ mang lại hiệu suất chăn nuôi cao và giúp tăng lợi nhuận trong chuỗi giá trị, từ đó mang lại giá thành hợp lý cho sản phẩm thịt.

Chuỗi giá trị thịt toàn cầu đang mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng có nhiều thách thức. Với các hiệp định tự do thương mại sẽ có hiệu lực trong thời gian tới, thị trường Việt Nam sẽ có nhiều đối thủ nước ngoài tham gia thị trường, và sự cạnh tranh sẽ trở nên rất khốc liệt. Tuy nhiên, vẫn sẽ có cơ hội cho các công ty trong nước như MML để chuyển đổi thị trường và tạo ra giá trị.

Chuỗi giá trị thịt tại Việt Nam có tiềm năng tăng trưởng rất lớn, tuy nhiên sẽ đòi hỏi các công ty cần phải phát triển thị trường và dẫn dắt thay đổi. Chúng tôi tin rằng Masan MEATLife sẽ là người dẫn đầu trong ngành này và có mô hình hoạt động chuẩn để dẫn dắt chuyển đổi thị trường thịt tại Việt Nam.

## Các chỉ số chính

Chỉ số	31/12/2019	31/12/2018
<b><u>Hệ số khả năng thanh toán nợ</u></b>		
Khả năng thanh toán nợ hiện tại	1.2 x	1.5 x
Khả năng thanh toán nhanh	0.8 x	0.9 x
<b><u>Cơ cấu vốn</u></b>		
Tổng nợ/EBITDA	3.2 x	2.5 x
Tổng nợ/Tổng tài sản	0.3 x	0.2 x
Số vòng quay hàng tồn kho	7.9 x	7.3 x
Số ngày tồn kho	48	43
<b><u>Tỷ suất khả năng sinh lời</u></b>		
ROE	2.2%	1.6%
ROA	2.7%	1.7%
Doanh thu thuần/ Tổng tài sản	93.8%	109.3%
Biên EBIT	5.7%	4.0%
Biên EBITDA	11.3%	8.9%
Biên lợi nhuận sau thuế	2.7%	1.7%

## Thảo luận kết quả kiểm toán

### Doanh thu

Theo sau khủng hoảng giá heo hơi trong năm 2018, ngành chăn nuôi Việt Nam tiếp tục gặp khó khăn trong năm 2019 do sự xuất hiện và lan rộng của dịch tả lợn châu Phi (ASF), dẫn đến nhu cầu về thức ăn cho heo chưa phục hồi nên doanh thu thuần của MML giảm còn 13.799 tỷ đồng trong năm 2019, giảm 1,3% so với năm trước. Doanh thu thuần trong năm 2019 đã bao gồm doanh thu đóng góp từ ngành thịt là 218 tỷ đồng. Giá heo hơi tăng và đang duy trì ở mức cao từ Quý 2/2019 do tình hình thiếu hụt đàn heo ở Việt Nam, điều này đang kích thích các hộ chăn nuôi tái đàn và mở rộng quy mô chăn nuôi so với trước đó.

Sản lượng thức ăn chăn nuôi của MML trong năm 2019 giảm 6,7% còn 1,4 triệu tấn từ 1,5 triệu tấn so với năm 2018. Thương hiệu mẹ Bio-zeem của chúng tôi tiếp tục là thương hiệu dẫn đầu về thúc đẩy năng suất và đóng góp 55% doanh thu sản lượng của mảng thức ăn cho heo trong năm 2019.

Trong năm 2019, thức ăn chăn nuôi cho gia cầm tăng trưởng tốt, tăng 13,4% so với năm 2018, nhờ vào sự dịch chuyển cơ cấu chăn nuôi trong thời gian ngành chăn nuôi heo đang bị ảnh hưởng bởi dịch tả châu Phi.

Ngành thức ăn chăn nuôi cho thủy sản đạt tiếp tục tăng trưởng tốt trong năm 2019, tăng 17,8% so với năm trước, nhờ vào nhu cầu cá da trơn của Mỹ tăng.

### Lợi nhuận gộp và Biên lợi nhuận gộp

Lợi nhuận gộp năm 2019 của MML tăng 8,0% lên 2.266 tỷ đồng từ 2.097 tỷ đồng trong năm 2018. Biên lợi nhuận gộp năm 2019 đạt 16,4%, cải thiện 1.4 điểm so với năm 2018 (15,0%), nguyên nhân là do giá bắp và bánh dầu đậu nành trên thế giới giảm nhẹ trong năm 2019, theo sau sự sụt giảm đàn heo do ảnh hưởng từ dịch tả châu Phi ở Trung Quốc.

### Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp

Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp giảm 4,2% trong năm 2019 còn 1.478 tỷ đồng so với mức 1.542 tỷ đồng trong năm 2018. Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần giảm xuống 10,7% trong năm 2019 so với mức 11,0% trong năm 2018. Mức giảm này là do tối ưu hiệu quả chi phí bán hàng trong năm 2019.

### Lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao (EBITDA)

EBITDA trong năm 2019 tăng 25,4% lên 1.562 tỷ đồng so với năm 2018, do biên lợi nhuận gộp được cải thiện và tối ưu hiệu quả của chi phí bán hàng.

### Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty

Trong năm 2019, MML đạt mức lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty 115 tỷ đồng, tăng 20,5% so với 96 tỷ đồng trong năm 2018, với biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty năm 2019 tăng lên 0,8% từ mức 0,7% trong năm 2018. Biên lợi nhuận sau thuế tăng chủ yếu là do biên lợi nhuận gộp được cải thiện và tối ưu hiệu quả của chi phí bán hàng.

### Số dư tiền

MML duy trì số dư tiền mặt ở mức 1.486 tỷ đồng vào ngày 31/12/2019 so với 1.358 tỷ đồng vào ngày 31/12/2018, tăng 9,4%. Mức tăng này chủ yếu là do lợi nhuận cao hơn trong năm 2019.

### Tài sản cố định

Vào ngày 31/12/2019, tài sản cố định tăng lên 7.355 tỷ đồng từ mức 6.119 tỷ đồng vào ngày 31/12/2018. Việc tăng này là do trong năm 2019 đã hoàn thành các dự án, thực hiện kết chuyển sang tài sản từ các chi phí xây dựng dở dang.

## Tổng tài sản

Tổng tài sản của MML tính đến ngày 31/12/2019 là 14.711 tỷ đồng, tăng 15,1% từ mức 12.782 tỷ đồng vào ngày 31/12/2018 do tăng tổng đàn heo tại trang trại Nghệ An, tăng tài sản cố định và tăng các khoản trả trước cho người bán liên quan đến dự án đang triển khai.

## Các khoản vay

Vào ngày 31/12/2019, các khoản vay ngắn hạn và dài hạn tăng 42,5% lên 4.956 tỷ đồng từ 3.114 tỷ đồng cùng kỳ năm ngoái, chủ yếu là tăng nhu cầu vốn dài hạn tài trợ cho các dự án và nhu cầu vốn lưu động nhằm mở rộng sản xuất kinh doanh Ngành thịt trong năm 2019.

## Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu tăng 4,8% lên mức 7.523 tỷ đồng vào ngày 31/12/2019 từ mức 7.181 tỷ đồng so với cùng kỳ năm 2018. Mức tăng này chủ yếu là do lợi nhuận sau thuế tăng trong năm 2018.

## Kế hoạch 2020

Năm 2020, MML đặt mục tiêu doanh thu từ thịt đóng góp 20% trong tổng doanh thu thuần hợp nhất và phát triển thành công danh mục sản phẩm thịt chế biến. Thức ăn chăn nuôi dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ vừa phải và có tiềm năng tăng mạnh nếu việc tái đàn được đẩy nhanh để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước.

Do tác động của đại dịch COVID-19, chúng tôi đang trong quá trình xây dựng dự báo tài chính để phù hợp với những thay đổi tất yếu của kinh tế toàn cầu và địa phương. Mặc dù chúng tôi có niềm tin mạnh mẽ vào các triển vọng dài hạn của ngành thịt tại Việt Nam, khi người tiêu dùng chuyển sang các sản phẩm thịt an toàn và có thương hiệu, tuy nhiên chúng tôi vẫn chưa thể ước tính tác động ngắn hạn của đại dịch COVID-19 lên các hoạt động kinh doanh. Theo quy định, MML sẽ công bố ngân sách tài chính mới nhất năm 2020 đến cổ đông trước Đại hội Cổ đông Thường niên, hiện đã được hoãn lại do ảnh hưởng của COVID-19.



# THÔNG TIN DOANH NGHIỆP

## Lịch sử Thành lập và Cơ cấu Tổ chức của Masan MEATLife

### Lịch sử Thành lập

Masan MEATLife (“MML”) (trước đây được gọi là “Công ty Cổ phần Masan Nutri-Science”) được thành lập vào ngày 7 tháng 10 năm 2011 dưới tên Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân. Hiện nay, Masan MEATLife, một công ty con của Masan Group, là công ty lớn nhất Việt Nam về nền tảng thịt có thương hiệu tích hợp (“Từ trang trại đến bàn ăn”), tập trung vào việc nâng cao năng suất chuỗi giá trị đạm động vật tại Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm từ thịt truy xuất được nguồn gốc, chất lượng và giá hợp lý cho người tiêu dùng, thị trường thịt heo có giá trị 10,2 tỷ USD.

Năm 2019, Masan MEATLife đã bán 1,4 triệu tấn thức ăn chăn nuôi thông qua mạng lưới phân phối với hơn 2.500 đại lý và 13 nhà máy trên toàn quốc. Nhờ áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh (“FMCG”), Masan MEATLife đã xây dựng thành công thương hiệu mẹ “Bio-zeem” và nhanh chóng chiếm thị phần đáng kể trong ngành thức ăn chăn nuôi cho heo.

Nhờ dòng tiền mạnh từ hoạt động kinh doanh thức ăn gia súc, Masan MEATLife đã phát triển mô hình tích hợp 3F thông qua việc đưa vào hoạt động nhà máy chăn nuôi heo công nghệ cao tại Nghệ An và khởi công tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam. Vào Quý 4/2018, MML đã tung ra thành công sản phẩm thịt MEATDeli – sản phẩm thịt mát lần đầu tiên được giới thiệu tại Việt Nam. Đồng thời, việc này đánh dấu MML đã hoàn thành chuỗi giá trị tích hợp 3F và đây chính là nhân tố chính nhằm quản lý sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng và cũng đánh dấu MML trở thành công ty cung cấp sản phẩm thịt có thương hiệu.

Các sự kiện quan trọng trong quá trình hoạt động của MML được trình bày dưới đây:

- Tháng 10/2011, Masan MEATLife được thành lập với tên gọi Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân;
- Tháng 11/2012, Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân được đổi tên thành Công Ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim;
- Tháng 7/2014, Công Ty TNHH Sam Kim mua 70% cổ phần của Anco;
- Cuối năm 2014, Công Ty TNHH Sam Kim mua lại Shika, một công ty có 40% cổ phần tại Proconco;
- Tháng 1 và 2/2015, Công ty TNHH Sam Kim, thông qua công ty con, mua thêm 13,06% cổ phần của Proconco;
- Tháng 4/2015, Masan Group mua lại Công Ty TNHH Sam Kim, cổ đông kiểm soát hai công ty Proconco và ANCO. Công ty Sam Kim sau đó được đổi tên lần lượt thành Masan Nutri-Science và hiện nay là MML. Việc mua lại Masan Nutri-Science ngay lập tức biến Masan Group thành một trong những công ty thức ăn chăn nuôi lớn nhất Việt Nam. Mục tiêu của Masan Nutri-Science là thay đổi chuỗi giá trị thịt của Việt Nam nhằm cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu, ngon và sạch;
- Tháng 3/2016, Công Ty TNHH Masan Nutri-Science được chuyển đổi sang hình thức công ty cổ phần với tên được đăng ký là Công Ty Cổ Phần Masan Nutri-Science; Anco đấu giá thành công và hoàn tất việc thanh toán đối với 14% cổ phần trong Vissan;
- Tháng 5/2016, Công Ty Cổ Phần Masan Nutri-Science tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại ANCO từ 70% lên 99,99%;

- Tháng 6/2016, ANCO nâng tỷ lệ sở hữu Vissan lên 24,94%;
- Tháng 6/2016, Masan Nutri-Farm (N.A) được thành lập;
- Tháng 11/2016, Masan Nutri-Farm (N.A) khởi công trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao tại Nghệ An;
- Tháng 4/2017, KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần;
- Tháng 8/2017, Công ty TNHH MNS Meat Processing được thành lập;
- Tháng 2/2018, Masan Nutri-Science khởi công Dự án Tổ hợp Chế biến Thịt tại Hà Nam nhằm cung cấp thịt mát (fresh chilled meat) đến người tiêu dùng;
- Tháng 12 năm 2018, MML đã giới thiệu thành công ra thị trường sản phẩm thịt heo mát mang thương hiệu “MEATDeli”;
- Tháng 01/2019 MNS Farm Nghệ An đã được cấp chứng nhận GLOBAL G.A.P vì đã hoàn thành các tiêu chuẩn về nông trại được công nhận quốc tế dành cho việc Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt.
- Tháng 3/2019, Công ty TNHH MNS Meat Sài Gòn được thành lập.
- Tháng 05/2019, Công ty Cổ phần Sản xuất Thức ăn gia súc Việt-Pháp được tái cấp chứng nhận Global G.A.P CFM.
- Tháng 8/2019, Công ty Cổ Phần Masan Nutri-Science đổi tên thành Công ty Cổ Phần Masan MEATLife và tăng vốn điều lệ lên 3.243 tỷ đồng.
- Tháng 9/2019, Công ty TNHH MNS Meat Hà Nam đã được cấp chứng nhận BRC - tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm
- Tháng 12/2019, cổ phiếu của Công ty Cổ Phần Masan MEATLife được giao dịch tại thị trường chứng khoán của công ty đại chúng chưa niêm yết theo Quyết định số 804/QĐ-SGDHN do Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội cấp.
- Tháng 01/2020, Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp chứng nhận Global G.A.P CFM.
- Tháng 02/2020, Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An được tái cấp chứng nhận Global G.A.P
- Tháng 02/2020 Công ty TNHH Một Thành Viên Con Cò Bình Định được tái cấp chứng nhận Global G.A.P CFM.



## Quản trị Doanh nghiệp

### Cơ cấu Tổ chức

<b>Chấp thuận</b>	<b>Đại Hội Đồng Cổ Đông</b>	
<b>Phê duyệt</b>	Hội đồng Quản trị	Ban Kiểm soát
<b>Quản trị chiến lược</b>	Ban Điều hành <ul style="list-style-type: none"><li>Tổng Giám đốc</li><li>Giám đốc Tài chính</li><li>Kế toán trưởng</li></ul>	

#### HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị được cổ đông bầu ra để điều hành hoạt động của MML. Các thành viên Hội đồng Quản trị họp định kỳ hoặc thảo luận riêng về các quyết định chiến lược do Ban Điều hành đệ trình. Chi tiết về trách nhiệm của Hội đồng Quản trị được trình bày trong phần Hội đồng Quản trị.

#### BAN KIỂM SOÁT

Ban Kiểm soát giám sát hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành.

#### BAN ĐIỀU HÀNH

Trách nhiệm chính của Ban Điều hành bao gồm quản trị chiến lược, phân bổ nguồn lực ở cấp quản lý cao cấp, theo dõi và kiểm soát tài chính kế toán, quản lý vốn, quản trị doanh nghiệp và kiểm soát nội bộ.

### Hội đồng Quản trị

#### TRÁCH NHIỆM VÀ THẨM QUYỀN CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hoạt động của Hội đồng Quản trị được tổ chức bởi Chủ tịch.

Thành viên Hội đồng Quản trị bao gồm:

- **Ông Danny Le, Chủ tịch**

Ông Danny Le có vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi Masan MEATLife từ một công ty sản xuất thức ăn gia súc trở thành nền tảng sản xuất thịt có thương hiệu. Ông chịu trách nhiệm đưa ra định hướng chiến lược cho MML và thiết lập mối quan hệ hợp tác với quỹ đầu tư toàn cầu KKR.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông Danny là cố vấn tài chính tại Morgan Stanley, New York, và đã thực hiện nhiều thương vụ M&A và các giao dịch trên thị trường vốn và tư nhân hoá cho nhiều khách hàng. Ông Danny Le hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ Phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM, Công ty Cổ Phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp VinCommerce, Công ty Cổ Phần Hàng Tiêu Dùng Masan, Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Tài Nguyên Masan và Công ty Cổ phần Masan Blue.

Ông Danny có bằng Cử nhân tại Đại học Bowdoin, Mỹ.

- **Ông Phạm Trung Lâm, Thành viên**

Ông Phạm Trung Lâm là Giám đốc Điều hành của Masan MEATLife, Proconco và ANCO. Ông là nhân tố quan trọng trong việc sáp nhập và chuyển đổi thành công Proconco và ANCO, giúp MML trở thành công ty sản xuất thức ăn cho heo lớn nhất Việt Nam (không tính trại gia công). Trước khi gia nhập Masan MEATLife, Ông Phạm Trung Lâm lãnh đạo việc xây dựng hệ thống phân phối của Masan Consumer khắp Việt Nam mà hiện nay được xem như hệ thống phân phối lớn nhất trong ngành hàng thực phẩm tiêu dùng nhanh FMCG tại Việt Nam. Ông Phạm Trung Lâm hiện là Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Việt - Pháp Sản Xuất Thức

Ăn Gia Súc, Công ty Cổ phần Dinh Dưỡng Nông Nghiệp Quốc Tế và là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ Phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản, Công ty Cổ Phần Sản Xuất Thương Mại Dịch Vụ Đồng Nai.

Trước khi gia nhập Masan, ông đã từng làm việc tại Unilever và Nestlé Việt Nam.

Ông Lâm có bằng Cử nhân Quản trị Kinh doanh từ Đại học Kinh tế.

▪ **Ông Neal Leroux Kok, Thành viên**

Ông Neal Kok gia nhập KKR vào năm 2014 và là thành viên của nhóm quỹ đầu tư tư nhân của KKR. Trước khi gia nhập KKR, Ông Neal Kok làm việc cho công ty tư vấn của Úc, Treadstone Partners, và trước đó Ông Neal Kok làm việc trong bộ phận Ngân hàng Đầu tư của Goldman Sachs & Co. (Sydney). Ông Neal Kok có bằng Cử nhân Luật (bằng danh dự) và Cử nhân Thương mại (Tài chính và Kế toán) của Đại học Notre Dame, Úc. Ông hiện là thành viên ban điều hành của KKR Singapore.

▪ **Ông Trần Phương Bắc, Thành viên**

Ông Trần Phương Bắc được bầu vào HĐQT của Công ty tại Đại hội đồng cổ đông năm 2018. Hiện nay ông Trần Phương Bắc là Luật sư trưởng của Tập đoàn Masan, phụ trách các vấn đề pháp luật và tuân thủ của toàn bộ Tập đoàn, bao gồm cả MML và các công ty con.

Trước khi gia nhập Masan, ông Bắc là luật sư thành viên của một hãng luật danh tiếng và từng làm cho những công ty tài chính và hàng tiêu dùng hàng đầu của nước ngoài tại Việt Nam, trước đó ông là Giảng viên Luật Thương mại tại Đại học Luật TP. HCM. Ông Trần Phương Bắc hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ Phần Nước Khoáng Quảng Ninh, Công ty Cổ Phần Café De Nam, Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Cholimex, Công ty Cổ Phần Masan Jinju và Công ty Cổ Phần Masan Blue.

Ông Bắc là thành viên của Đoàn luật sư TP. Hồ Chí Minh, có bằng Cử nhân Luật tại Đại học Luật TP. HCM và bằng Thạc sỹ về Luật so sánh tại Đại học Groningen (Hà Lan).

Chủ tịch đóng vai trò lãnh đạo quan trọng và tham gia:

- Chủ trì các cuộc họp của Hội đồng Quản trị và đóng vai trò lãnh đạo hiệu quả;
- Duy trì đối thoại với Ban Điều hành và chỉ đạo chiến lược phù hợp; và
- Giám sát hiệu quả hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu MML của các thành viên Hội đồng Quản trị như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Danny Le	Chủ tịch	0	0
Ông Phạm Trung Lâm	Thành viên	1.012.720	0,31
Ông Neal Leroux Kok	Thành viên	0	0
Ông Trần Phương Bắc	Thành viên	900	0,0002

## HỌP HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị thường xuyên họp để thảo luận về phương hướng, chiến lược và tiến độ phát triển kinh doanh. Thông thường, các chủ đề tại cuộc họp Hội đồng Quản trị bao gồm:

- Báo cáo về những dự án lớn và những vấn đề trong hoạt động kinh doanh hiện tại của Công ty và các công ty con;
- Báo cáo kết quả kinh doanh và quản trị doanh nghiệp;
- Trình bày những dự án, kế hoạch kinh doanh cụ thể; và
- Các vấn đề của các cuộc họp trước và những vấn đề còn tồn đọng.

## HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Trong năm 2019, Hội đồng Quản trị phần lớn tập trung việc thảo luận và thông qua những vấn đề sau:

- Thông qua việc tổ chức lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản về vấn đề miễn chào mua công khai và vấn đề phát hành cổ phần mới
- Thông qua việc đăng ký cổ phiếu của Công ty tại Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam và đăng ký giao dịch cổ phiếu của Công ty trên hệ thống UPCOM của Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
- Thông qua việc góp vốn vào các công ty con
- Thông qua việc Công ty cho các công ty con vay và bảo lãnh cho công ty con huy động vốn tại các Ngân hàng phục vụ mục đích sản xuất kinh doanh;
- Quyết định kế hoạch phát triển kinh doanh và lập dự toán ngân sách hàng năm cho các công ty thành viên; và
- Các hoạt động khác.

## Ban Điều hành

Ban Điều hành chịu trách nhiệm thực thi kế hoạch phát triển kinh doanh của Công ty và báo cáo kết quả kinh doanh. Tổng Giám đốc lãnh đạo Ban Điều hành.

Hiện nay, Ban Điều hành gồm có 3 thành viên gồm: Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng:

- **Ông Phạm Trung Lâm – Tổng Giám đốc**  
*Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị*
- **Bà Nguyễn Thị Minh Hằng – Giám đốc Tài chính**  
Bà Nguyễn Thị Minh Hằng có hơn 20 năm làm việc trong lĩnh vực tài chính doanh nghiệp tại các công ty thương mại và doanh nghiệp sản xuất. Bà từng là Giám Đốc Tài Chính tại Công ty ScanCom International Việt Nam và từng đảm nhiệm vị trí Giám Đốc Tài Chính của Công ty Triumph International Việt Nam.  
  
Bà Hằng tốt nghiệp Thạc sỹ Kế toán Quốc tế, Đại học Swinburne, Australia. Bà cũng có bằng CPA của Úc.
- **Ông Trần Quang Bé - Kế toán trưởng**  
Ông Trần Quang Bé có hơn 20 năm kinh nghiệm trong ngành tài chính kế toán tại các công ty chế biến và kinh doanh thức ăn chăn nuôi. Ông tốt nghiệp Cử nhân Kế toán - Kiểm toán tại Đại học Kinh tế Thành Phố Hồ Chí Minh.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu MML của các thành viên Ban Điều hành như sau:

Ban điều hành	Vị trí	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Phạm Trung Lâm	TGD	1.012.720	0,31
Nguyễn Thị Minh Hằng	Giám đốc Tài chính	96.540	0,03
Trần Quang Bé	Kế toán trưởng	28.380	0,008

## Ban Kiểm soát

Thành viên Ban Kiểm soát được bầu bởi Đại Hội Đồng Cổ Đông.

Ban Kiểm soát bao gồm các thành viên sau đây:

- **Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên - Trưởng Ban Kiểm soát**

Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên là Trưởng ban Kiểm soát của MML và Phó Giám đốc Tài chính kiêm Kế toán trưởng tại Masan Group. Bà có hơn 10 năm kinh nghiệm về tài chính các lĩnh vực sản xuất, thương mại, dịch vụ và xây dựng. Trước đây bà từng làm việc cho KPMG Việt Nam.

Bà Duyên tốt nghiệp Thạc Sĩ về Tài Chính Doanh Nghiệp và Kế Toán của Trường Đại Học Kinh Tế Thành Phố Hồ Chí Minh. Bà cũng là thành viên của Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh Quốc (ACCA).

- **Bà Phạm Quỳnh Nga - Thành viên**

Bà Phạm Quỳnh Nga là thành viên của Ban Kiểm soát của MML, đồng thời phụ trách việc báo cáo, xây dựng và phát triển các mô hình tài chính và quản lý ngân quỹ của Tập đoàn. Trước khi gia nhập Masan, bà Nga có 3 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kế toán và kiểm toán tại KPMG Việt Nam.

Bà Nga có bằng Cử nhân Kinh doanh (Kế toán) tại Đại học RMIT Việt Nam. Bà cũng có bằng CPA của Úc.

- **Bà Nguyễn Thị Thu Hằng – Thành viên**

Bà Nguyễn Thị Thu Hằng là thành viên của Ban Kiểm soát của MML, đồng thời phụ trách việc xây dựng và phát triển các mô hình tài chính Tập đoàn. Trước khi gia nhập Masan, bà Hằng có 2 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực quản lý rủi ro tại Barclays Capital Singapore.

Bà Hằng có bằng Thạc sỹ Tài Chính của Đại học Nanyang Technological University tại Singapore.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu MML của các thành viên Ban Kiểm soát như sau:

Thành viên Ban kiểm soát	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Đoàn Thị Mỹ Duyên	1.125	0,0003
Phạm Quỳnh Nga	315	0,00009
Nguyễn Thị Thu Hằng	675	0,0002

## HOẠT ĐỘNG CỦA BAN KIỂM SOÁT

Ban Kiểm soát giám sát hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành trong việc tuân thủ Điều lệ Công ty và pháp luật Việt Nam. Đặc biệt, Ban Kiểm soát tham gia vào các cuộc họp thường kỳ và bất thường của Hội đồng Quản trị và Đại Hội Đồng Cổ Đông.

## Thông Tin Cổ Phần

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2019, vốn điều lệ của Công ty là 3.243.274.470.000 đồng, được chia thành 324.327.447 cổ phần phổ thông.

Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần

Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 324.327.447 cổ phần, được tự do chuyển nhượng.

## Cơ cấu cổ đông tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019

Tính theo tỷ lệ sở hữu:

- Cổ đông lớn bao gồm :

STT	Cổ đông	Cổ phần	Tỷ lệ (%)
1	Công ty Cổ Phần Tập Đoàn Masan	257.248.169	79,32
2	Công ty TNHH Tâm Nhìn Masan	25.794.235	7,95
3	VN Consumer Meat II Pte. Ltd.	23.161.294	7,14
<b>Tổng cộng</b>		<b>306.203.698</b>	<b>94,41</b>

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Tại ngày 31/12/2019, MML có 854 cổ đông, trong đó có 848 cổ đông cá nhân nắm giữ 11.567.600 cổ phần tương ứng với 3,57%; và 6 cổ đông tổ chức nắm giữ 312.759.847 cổ phần tương ứng với 96,43%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Tại ngày 31/12/2019, MML có 841 cổ đông trong nước nắm giữ 297.346.309 cổ phần tương ứng với 91,68%; và 13 cổ đông nước ngoài nắm giữ 26.981.138 cổ phần, tương ứng với 8,32%.

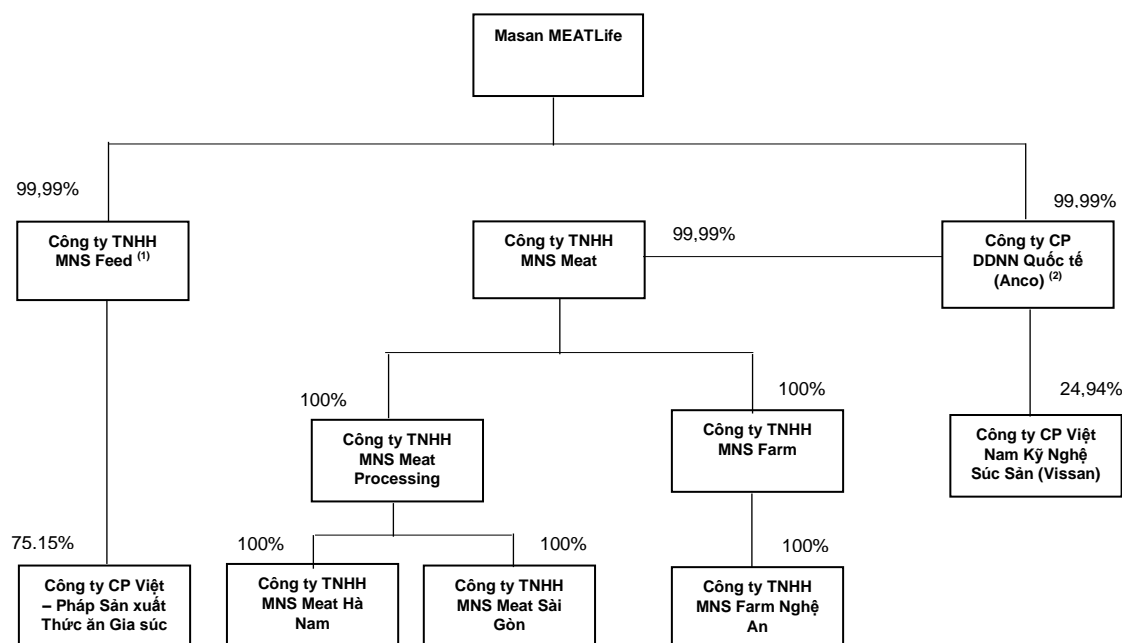
## Thay đổi vốn điều lệ

Trong năm 2019, Công ty đã tăng vốn điều lệ từ 2.162.182.990.000 đồng lên 3.243.274.470.000 đồng. Việc tăng vốn là từ phát hành cổ phần mới cho cổ đông hiện hữu từ nguồn vốn chủ sở hữu.

Trong năm 2019, Công ty không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

## Cấu trúc Công ty

(vào ngày 31/12/2019)



Ghi chú:

- (1) Không bao gồm 5 công ty con của Công ty TNHH MNS Feed trong sơ đồ này;
- (2) Không bao gồm 1 công ty con khác của ANCO trong sơ đồ này.

## Các công ty con và liên kết

### Công ty Cổ phần Nông nghiệp Quốc tế (ANCO)

ANCO được thành lập vào năm 2003 với tên gọi Công ty Liên doanh Nông nghiệp Quốc tế – một liên doanh giữa các nhà đầu tư của Việt Nam và Malaysia. Năm 2008, liên doanh này được chuyển đổi thành công ty cổ phần với tên gọi Công ty Cổ phần Nông nghiệp Quốc tế (ANCO). Ngành nghề kinh doanh của ANCO bao gồm sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản, xuất nhập khẩu thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản, phân phối nguyên liệu thức ăn chăn nuôi, chăn nuôi gia súc và gia cầm. ANCO nổi tiếng với dòng sản phẩm thức ăn chăn nuôi cho tất cả các giai đoạn phát triển của heo như heo nái, heo con và vỗ béo.

### Công ty Cổ phần Việt – Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc (Proconco)

Proconco được thành lập ngày 2/4/1991 với tên gọi Công ty Liên doanh Việt – Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc. Proconco chuyển đổi thành công ty cổ phần vào năm 2008. Ngành nghề kinh doanh của Proconco bao gồm: sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản, phối giống và mua bán heo, gà, ngừ nghiệp, sản xuất bao bì nhựa và cho thuê nhà máy.

Proconco đạt tiêu chuẩn ISO 9001-2000 và HACCP, và được bình chọn là Hàng Việt Nam Chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn. Các sản phẩm thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản với thương hiệu “Con cò” luôn được người nông dân tin dùng. Thương hiệu “Con Cò” là một trong những thương hiệu lâu đời và có giá trị nhất trong ngành thức ăn gia súc. Ngoài ra, Proconco còn có những thương hiệu khác như Delice, Porcy và Ami.

## MNS Farm Nghệ An

MNS Farm Nghệ An là trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của MNS được xây dựng trên địa bàn tỉnh Nghệ An. Với quy mô gần 200 hecta, đây là trang trại có quy mô lớn nhất tỉnh. MNS Farm Nghệ An sẽ có thể đạt công suất lên tới 250.000 con heo mỗi năm khi đi vào hoạt động hoàn chỉnh. MNS Farm Nghệ An cũng đã hoàn thành các tiêu chuẩn về nông trại được công nhận quốc tế dành cho việc Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt và được cấp chứng nhận GLOBAL G.A.P vào ngày 15/01/2019.

## MNS Meat Hà Nam

MNS Meat Hà Nam là tổ hợp chế biến thịt với công nghệ và thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu được xây dựng trên địa bàn tỉnh Hà Nam với quy mô trên 10 hecta. Tổ hợp có công suất 1,4 triệu con/năm, tương đương 140.000 tấn/năm có khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người Việt Nam về các sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn và truy xuất được nguồn gốc.

## MNS Meat Sài Gòn

MNS Meat Sài Gòn là tổ hợp chế biến thịt với công nghệ và thiết bị hiện đại nhập khẩu từ Châu Âu được xây dựng với quy mô trên 20 hecta tại Khu CN Tân Đức, xã Hữu Thạnh, huyện Đức Hòa, tỉnh Long An, Việt Nam với mục tiêu phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng phía Nam. Theo dự kiến, dự án sẽ được đưa vào hoạt động vào cuối Quý 3 hoặc đầu Quý 4/2020 với công suất cho giai đoạn 1 khoảng 140.000 tấn sản phẩm thịt heo mát/năm và 15.000 tấn các sản phẩm được chế biến từ thịt. Giai đoạn 2, dự án sẽ tiếp tục triển khai thêm việc sản xuất và chế biến các sản phẩm từ thịt đồng thời mở rộng tiến hành sản xuất, chế biến phụ phẩm từ heo như bột huyết, huyết tương, collagen....

# KHUYẾN CÁO SỬ DỤNG BÁO CÁO

Tất cả các nhận định hoặc phát biểu trong quyển báo cáo này không phải là những dữ liệu ghi lại các sự kiện đã xảy ra, mà trong đó có bao hàm những “nhận định về tương lai”. Những nhận định này có thể có những từ ngữ như “dự đoán”, “tin tưởng”, “có thể”, “ước tính”, “dự kiến”, “dự phóng”, “kỳ vọng”, “dự định”, “kế hoạch”, “nhắm đến”, “sẽ” hoặc những từ ngữ tương tự. Tuy nhiên, đây không phải là những dấu hiệu duy nhất để xác định và nhận biết chúng. Toàn bộ các bài viết dự đoán về tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh, kế hoạch và triển vọng đều được xem là những nhận định về tương lai. Ngoài ra, chúng còn bao gồm cả những bài viết về chiến lược kinh doanh, triển vọng doanh thu và lợi nhuận (bao gồm, nhưng không giới hạn những dự phóng hoặc dự báo về tài chính hoặc hoạt động kinh doanh), dự án đã lên kế hoạch và các vấn đề khác trong tài liệu này mà không phải là những dữ kiện đã xảy ra. Những nhận định về tương lai và dự báo được trình bày trong báo cáo cũng tùy thuộc vào những rủi ro xác định và không xác định, những bất trắc nhất định và các yếu tố khác vốn có thể khiến kết quả tài chính, hiệu quả kinh doanh hoặc thành tích thực tế hoàn toàn khác biệt so với những nhận định về tương lai hoặc dự báo đó.

Những nhận định về tương lai này dựa trên niềm tin và giả định được chúng tôi xây dựng từ những thông tin có sẵn. Chúng tôi hoạt động tích cực trong lĩnh vực xây dựng, mua lại và quản lý các doanh nghiệp hàng đầu trong một số lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất của nền kinh tế Việt Nam. Triển vọng của Masan Group chủ yếu dựa trên diễn giải của chúng tôi về các yếu tố kinh tế quan trọng có ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam, đến lĩnh vực hoạt động kinh doanh và các doanh nghiệp của chúng tôi. Mặc dù chúng tôi tin rằng các giả định nền tảng của những nhận định về tương lai là hợp lý trong thời điểm hiện tại, nhưng bất kỳ giả định nào cũng đều có thể sai lệch trong thực tế khiến cho những nhận định về tương lai dựa trên giả định đó trở nên thiếu chính xác. Kết quả thực tế có thể sai biệt đáng kể so với những thông tin trong nhận định về tương lai do nhiều yếu tố, đa phần nằm ngoài tầm kiểm soát của chúng tôi. Do đó, các nhà đầu tư cần lưu ý không phụ thuộc quá nhiều vào những nhận định về tương lai được trình bày trong báo cáo này. Chúng chỉ có hiệu lực vào ngày lập báo cáo hoặc ngày tương ứng được nêu trong báo cáo, và Masan Group không có nghĩa vụ cập nhật hoặc sửa đổi công khai đối với bất kỳ nhận định nào, cho dù có xuất hiện những thông tin mới hoặc những sự kiện tương lai.



# THUẬT NGỮ/ TỪ VIẾT TẮT

3F	Feed – Farm – Food, Từ trang trại đến bàn ăn
ANCO	Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế
Công ty	Công ty Cổ phần Masan Nutri-Science
CSR	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp
FMCG	Hàng tiêu dùng nhanh
Fresh chilled meat	Thịt mát
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
HĐQT	Hội đồng Quản trị
M&A	Mua bán và sáp nhập doanh nghiệp
Masan	Thuật ngữ chung nói về công ty Cổ ty Masan Nutri-Science, cùng với các công ty con
Masan Group	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
MNS Farm Nghệ An	Trang trại Chăn nuôi heo Công nghệ cao Masan Nutri-Science Nghệ An
MNS Meat Hà Nam	Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam
Masan MEATLife, MML	Công ty Cổ phần Masan MEATLife
MNC	Công ty đa quốc gia
MNIS	Masan Institute of Nutri-Science, Viện Dinh dưỡng
Proconco	Công ty Cổ phần Việt Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc
Protein	Đạm
R&D	Nghiên cứu và phát triển
Tập đoàn	Masan Group
TNHH	Trách Nhiệm Hữu Hạn
Tp.	Thành phố
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TSCĐ	Tài sản cố định
USD	Đô la Mỹ
VISSAN	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản
VND	Đồng Việt Nam

# LIÊN HỆ

## **Công ty Cổ phần Masan MEATLife**

Giấy chứng nhận

đăng ký doanh nghiệp: 0311224517 (đăng ký lần đầu ngày 07/10/2011, đăng ký thay đổi lần thứ 15 ngày 28/09/2019)

Địa chỉ: Lầu 10, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1

Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: (84) 28 6256 3862

Fax: (84) 28 3827 4115

Website: [www.masanmeatlife.com.vn](http://www.masanmeatlife.com.vn)

Mã số thuế: 0311224517

Mã cổ phiếu: MML