

Ngày 29 tháng 7 năm 2016

**CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÊN CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CỦA
ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC VÀ SGDCK TP. HCM**

Kính gửi: - Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
- Sở Giao dịch Chứng khoán TP. HCM

Công ty: Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Tên tiếng Anh: Masan Group Corporation

Mã chứng khoán: MSN

Địa chỉ trụ sở chính: Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 08 6256 3862 Fax: 08 3827 4115 Website: www.masangroup.com

Người thực hiện công bố thông tin: ông Trần Phương Bắc

Địa chỉ: Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại (cơ quan): 08 6256 3862

Fax: 08 3827 4115

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

Nội dung thông tin công bố: **Báo cáo tài chính Quý 2 năm 2016 và Thông cáo báo chí kết quả kinh doanh Quý 2 năm 2016¹.**

Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của Công ty vào ngày 29/7/2016 tại đường dẫn <http://masangroup.com/vi/quan-he-co-dong/thong-tin-tai-chinh/bao-cao-tai-chinh-hang-quy> và <http://www.masangroup.com/vi/quan-he-co-dong/thong-tin-tai-chinh/cong-bo-thong-tin-loi-nhuan>



¹ Tài liệu đính kèm:

Thông cáo báo chí kết quả kinh doanh Quý 2 năm 2016 (tiếng Việt và tiếng Anh)

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

GIÁM ĐỐC TUÂN THỦ



TRẦN PHƯƠNG BẮC



THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Lợi nhuận Masan tăng 184%;

Ban Giám đốc thay đổi dự báo lợi nhuận cả năm 2016, tăng thêm 25% so với kế hoạch

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 7 năm 2016 – Công ty cổ phần Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, “Masan” hoặc “Công ty”), một trong những Tập đoàn kinh tế tư nhân hàng đầu Việt Nam vừa công bố kết quả kinh doanh cho nửa đầu năm 2016 và thay đổi dự báo lợi nhuận thuần tăng thêm 25% do các hoạt động kinh doanh tăng trưởng đột phá.

Những kết quả chính như sau:

- **Hoàn thành gần 50% kế hoạch doanh thu 2 tỷ USD trong năm 2016:** nhờ tốc độ tăng trưởng doanh thu thuần trong nửa đầu năm 2016 đạt 83,8%, Công ty đã hoàn thành gần 50% doanh thu kế hoạch. Theo số liệu lịch sử thì vào giai đoạn nửa cuối năm thường mang lại khoảng 60% doanh thu cho Masan do tính thời vụ trong mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống.
- **Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống (F&B) tăng trưởng mạnh mẽ:** Doanh thu kỷ lục trong Quý 2/2016 đạt 3.566 tỷ đồng, tăng 14,7% so với Quý 2/2015 và tăng 28,3% so với Quý 1/2016. Công ty tái khẳng định mảng kinh doanh F&B có thể đạt được tốc độ tăng trưởng doanh thu khoảng 15% trong năm 2016, một phần nhờ việc thành lập công ty con đầu tiên của Masan ở nước ngoài, Công ty TNHH Masan Consumer Thailand, tăng cường chặt chẽ hơn quan hệ với Singha nhằm mở rộng thị trường “In-Land ASEAN”.
- **Mảng kinh doanh đậm động vật tiếp tục củng cố thị phần nhờ việc tiếp tục xây dựng thương hiệu mạnh và đưa ra các phát kiến mới; đang trên đà đạt mức tăng trưởng doanh thu 30% trong năm 2016:** Công ty Masan Nutri-Science (“MNS”) đạt tăng trưởng 18,4% doanh thu trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ (tính trên so sánh tương đương và giả sử đóng góp doanh thu nguyên năm của ANCO và Proconco). Qua việc áp dụng mô hình của công ty hàng tiêu dùng để tăng thị phần và cải thiện biên lợi nhuận gộp, lợi nhuận thuần hợp nhất của MNS tăng 103,8% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ. Ngoài ra, MNS cũng đạt được cột mốc quan trọng trong quá trình xây dựng mô hình 3F thông qua mối quan hệ đối tác chiến lược với công ty VISSAN (sở hữu 24,9% cổ phần) và việc thành lập công ty Masan Nutri-Farm.
- **Sự phục hồi của Techcombank dẫn đầu ngành ngân hàng giúp cải thiện lợi nhuận:** Ngân hàng Techcombank (“TCB”) đạt mức tăng trưởng lợi nhuận thuần 73,1% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ; đang trên đà hoàn thành mục tiêu lợi nhuận trước thuế 3.500 tỷ đồng trong năm 2016, tương ứng với mức tăng trưởng 73,9%, nhờ nguồn thu nhập cao hơn từ dịch vụ ngân hàng và nhanh chóng hoàn thành chu kỳ trích lập dự phòng.
- **Sản xuất và chế biến hóa chất vonfram đạt mức sản lượng kỷ lục:** Công ty Masan Resources (“MSR”) đạt tăng trưởng doanh thu 45,3% so với cùng kỳ và đạt được lợi nhuận trong nửa đầu năm 2016; tuy giá cả hàng hóa giảm hơn, nhưng được bù đắp bằng mức tăng sản lượng 14% trên cơ sở tương đương vonfram, và do giảm chi phí quản lý và bán hàng 58,0% so với cùng kỳ.
- **Nâng cao dự báo lợi nhuận:** Do hoàn thành 54% kế hoạch lợi nhuận năm 2016 ở mức 1.900 tỷ đồng, Ban Giám đốc đã nâng dự báo lợi nhuận thuần (theo chuẩn kế toán Việt Nam VAS) thêm 25% lên mức gần 2.400 tỷ đồng, tức tăng trưởng khoảng 60% so với năm 2015.

Kết quả tài chính hợp nhất nửa đầu năm 2016 của Masan⁽¹⁾

Tỷ VNĐ	6T 2016	6T 2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	19.141	10.414	83,8%
<i>Ngành hàng thực phẩm và đồ uống</i>	<i>6.345</i>	<i>5.881</i>	<i>7,9%</i>
<i>Chuỗi giá trị đậm động vật</i>	<i>11.051</i>	<i>3.332</i>	<i>231,7%</i>
<i>Khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng</i>	<i>1.745</i>	<i>1.201</i>	<i>45,3%</i>
EBITDA	4.127	2.441	69,1%
<i>Ngành hàng thực phẩm và đồ uống</i>	<i>1.278</i>	<i>1.284</i>	<i>(0,5%)</i>
<i>Chuỗi giá trị đậm động vật</i>	<i>1.615</i>	<i>366</i>	<i>341,3%</i>
<i>Khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng</i>	<i>877</i>	<i>588</i>	<i>49,2%</i>
Lợi nhuận thuần ⁽²⁾ (Pro forma) ⁽³⁾	1.863	915	103,6%
Lợi nhuận thuần trước lợi ích cổ đông thiểu số (Chuẩn kế toán Việt Nam)	1.480	673	119,9%
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số (Chuẩn kế toán Việt Nam)	1.034	364	184,1%

⁽¹⁾ Các số liệu tài chính được dựa theo số liệu quản trị.

⁽²⁾ Trước lợi ích cổ đông thiểu số.

⁽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. Trong nửa đầu năm 2016, chỉ riêng chi phí phân bổ lợi thế thương mại trước lợi ích cổ đông thiểu số đạt 383 tỷ đồng.

Kết quả kinh doanh nửa đầu năm 2016 của Masan Group:

- **Doanh thu tăng trưởng 83,8% so với cùng kỳ năm ngoái:** Masan báo cáo doanh thu thuần đạt 19.141 tỷ đồng, tăng 83,8% so với nửa đầu năm 2015, nhờ sự tăng trưởng doanh thu trong cả ba mảng kinh doanh.
 - Doanh số thực phẩm và đồ uống của công ty Masan Consumer (“MSC”) tăng 14,7% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ. Doanh thu thuần của Masan Consumer Holdings (“MCH”) trong nửa đầu năm 2016 tăng 7,9%, trong đó mảng kinh doanh bia đạt tốc độ tăng trưởng 83,5% so với cùng kỳ.
 - MNS hoàn thành thêm một quý nửa tăng trưởng mạnh mẽ, với mức tăng trưởng doanh thu 18,4% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ, dẫn đến tốc độ tăng trưởng trong nửa đầu năm 2016 là 13,8% so với cùng kỳ (so sánh tương đương).
 - MSR đạt mức tăng trưởng doanh thu thuần 142,2% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ. Tính chung cho nửa đầu năm 2016, MSR đạt tăng trưởng doanh thu thuần 45,3% so với cùng kỳ.
- **EBITDA (lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao) đạt mức kỷ lục, tăng 69,1%:** EBITDA của Masan đạt 4.127 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016, tăng 69,1% so với cùng kỳ năm ngoái.
 - Mảng kinh doanh F&B mang lại 1.278 tỷ đồng EBITDA trong nửa đầu năm 2016, giảm 0,5% so với nửa đầu 2015 do chi phí marketing tăng cao hơn. MSC đạt mức tăng trưởng EBITDA 15,2% trong Quý 2/2016 so với Quý 2/2015.
 - Biên lợi nhuận EBITDA của MNS tăng 363 điểm cơ bản trong nửa đầu năm 2016, điều này cho thấy sự đúng đắn của Masan khi tập trung xây dựng thương hiệu và thúc đẩy tăng năng suất trong chuỗi giá trị đậm động vật.

- MSR đạt biên lợi nhuận EBITDA 50,2%, nhờ EBITDA tăng trưởng 74,1% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ, do sản lượng các sản phẩm vonfram giá trị gia tăng, hiệu quả hoạt động cao hơn, và chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp thấp hơn.
- **Lợi nhuận thuần công ty mẹ tăng 2,8 lần:** Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số theo báo cáo (có tính đến chi phí phân bổ khấu hao 383 tỷ đồng liên quan đến các giao dịch mua bán và sát nhập công ty trong quá khứ) đạt 1.034 tỷ trong nửa đầu năm 2016, tăng 184,1% so với cùng kỳ. Lợi nhuận thuần pro forma sau lợi ích cổ đông thiểu số mà đã hoàn nhập chi phí phân bổ khấu hao đạt 1.324 tỷ trong nửa đầu 2016, tăng 147,0% so với cùng kỳ.
- **Cấu trúc tài sản vững mạnh để tài trợ vốn cho các dự án tăng trưởng trong ngành hàng tiêu dùng:** Số dư tiền hợp nhất của Masan vào ngày 30/6/2016 đạt 12.863 tỷ đồng, bao gồm tiền mặt và các khoản tương đương tiền, đầu tư ngắn hạn và các tài sản sinh lãi khác. Khoản tiền này sẽ tăng thêm sau khi thu được từ Singha Asia khoản đầu tư 450 triệu USD vào mảng kinh doanh F&B, thêm vào đó là EBITDA dự kiến đạt 250 triệu USD trong nửa cuối năm 2016.

Phân tích hoạt động kinh doanh

Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống:

Động lực tăng trưởng mạnh trong Quý 2/2016 dự kiến sẽ mang lại mức tăng trưởng doanh thu hơn 15% trong cả năm 2016; đợt tung sản phẩm gia vị đầu tiên ở Thái Lan dự kiến trong Quý 3/2016

- Trong Quý 2/2016, các ngành hàng gia vị, đồ uống và bia đều đạt mức tăng trưởng hai con số, báo hiệu đà tăng trưởng đang mạnh lên trong nửa cuối năm. Quý 1/2016 là trường hợp ngoại lệ do Tết đến sớm, nhưng sự tăng trưởng cao vào Quý 2/2016 cộng thêm việc tung ra các sản phẩm mới thành công cho thấy động lực tăng trưởng mạnh mẽ của Masan. Những bước đầu tiên xâm nhập thị trường “Inland ASEAN” thông qua kế hoạch tung nhãn hàng gia vị đầu tiên của Masan ở Thái Lan (nhờ vào hệ thống phân phối sâu rộng của Singha) trong Quý 3/2016 có thể bổ sung thêm động lực tăng trưởng trong nửa cuối năm 2016 và năm 2017.

Doanh thu (tỷ VNĐ)	6T 2016	6T 2015	Tăng trưởng
Gia vị	2.356	2.257	4,4%
Thực phẩm tiện lợi	1.823	2.037	(10,5%)
Đồ uống và doanh thu khác ⁽¹⁾	1.623	1.291	25,7%
Bia	543	296	83,5%
Thực phẩm và đồ uống	6.345	5.881	7,9%

(1) Bao gồm tất cả các sản phẩm đồ uống không cồn, cà phê, ngũ cốc dinh dưỡng, xuất khẩu

- Doanh thu:** Doanh thu thuần từ mảng F&B của Masan tăng 14,7% trong Quý 2/2016 so với Quý 2/2015, mang lại mức tăng trưởng doanh thu 7,9% cho MCH trong nửa đầu năm 2016.
 - Mảng F&B của Masan báo cáo doanh thu hợp nhất trong nửa đầu năm 2016 đạt 6.345 tỷ đồng, tăng 7,9% nhờ sự tăng trưởng trong toàn bộ các ngành hàng được hỗ trợ bởi những sản phẩm mới được tung ra thị trường.
 - Doanh thu ngành hàng gia vị tăng 16,1% trong Quý 2/2016, trong khi doanh thu ngành hàng thực phẩm tiện lợi giảm 6,0% trong cùng thời kỳ. Ngành hàng thực phẩm tiện lợi đang chuẩn bị tung ra các sản phẩm mới trong nửa cuối năm 2016 nên có thể giúp đảo ngược xu hướng này.
 - Đồ uống và doanh thu khác tăng 42,7% trong Quý 2/2016 so với cùng kỳ do hợp nhất mảng kinh doanh đồ uống từ công ty Nước khoáng Quảng Ninh và sự ra mắt thành công của sản phẩm có sáng kiến đột phá như Café De Nam. Đây là sản phẩm lấy cảm hứng từ cách pha cà phê phin truyền thống độc đáo của Việt Nam và chỉ cần đặt viên cà phê rang xay Cafe de Nam vào máy, bấm một nút và chờ 45 giây ủ thì có thể thưởng thức ngay một tách cà phê với các kiểu thưởng thức cà phê truyền thống Việt Nam. Trong vòng hai tháng ra mắt Café De Nam tại TP.HCM thì đã mở rộng hơn 600 cửa hàng cà phê đang phục vụ sản phẩm này.
 - Doanh thu từ mảng bia tăng 85,5% trong nửa đầu năm 2016 so với cùng kỳ và có thể trên đà tăng cao hơn sau khi tung ra sản phẩm bia cao cấp trong thời gian tới. Ban Giám đốc đang thay đổi kế hoạch tăng trưởng doanh thu của bia thành tăng gấp đôi cho năm 2016.
- Lợi nhuận:** Chiến lược xây dựng thương hiệu mạnh, thúc đẩy khách hàng nâng cấp lên sản phẩm cao cấp hơn và sự thực hiện việc cắt giảm chi phí đã giúp cải thiện lợi nhuận đáng kể.
 - Biên lợi nhuận gộp:** Đối với Masan Consumer, biên lợi nhuận gộp trong nửa đầu năm 2016 đạt 42,9%, nhờ vào ngành hàng thực phẩm tiện lợi khi đạt biên lợi nhuận gộp cao kỷ lục trong nửa đầu năm 2016. Biên lợi nhuận gộp của Masan Brewery đạt

22,8% trong nửa đầu năm 2016, dự kiến sẽ được cải thiện đáng kể trong vài quý tới khi công suất hiệu dụng nhà máy bia mới tại Hậu Giang gia tăng.

- **Biên lợi nhuận EBITDA:** biên lợi nhuận EBITDA của Masan Consumer là 21,2% trong nửa đầu năm 2016, giảm 146 điểm cơ bản so với trong nửa đầu năm 2015, do chi phí quản lý và bán hàng gia tăng do tăng cường đầu tư vào xây dựng thương hiệu.
- **Lợi nhuận thuần:** Lợi nhuận thuần của Masan Consumer theo báo cáo đạt 965 tỷ trong nửa đầu năm 2016, giảm 20,5% so với cùng kỳ năm ngoái, do thu nhập tài chính thuần thấp hơn do chi trả khoản cổ tức bằng tiền mặt lớn trong 2 năm vừa qua.
- **Cập nhật chiến lược Inland ASEAN:** Masan Consumer đã thành lập Masan Consumer Thailand vào tháng 7/2016, đây là công ty con đầu tiên ở nước ngoài của Masan Consumer. Công ty này dự định sẽ tung ra một nhãn hàng gia vị vào thị trường lớn hơn “In-Land ASEAN” trong nửa cuối năm 2016 để có thể trở thành một nhà vô địch về hàng tiêu dùng trong khu vực.
 - Thông qua quan hệ đối tác với Singha, một công ty hàng đầu Thái Lan, Masan đã thử nghiệm sản phẩm nước mắm đầu tiên ở Thái Lan và nhận được những ý kiến phản hồi rất tích cực từ khách hàng.
 - Các hoạt động chuẩn bị như nhãn hàng, công thức sản phẩm và marketing đã được đẩy nhanh tiến độ, các lô sản phẩm đầu tiên dự kiến sẽ được tung ra thị trường Thái Lan trong tháng 9/2016.

Mảng kinh doanh đậm động vật:

MNS tiếp tục củng cố thị phần qua việc đưa ra các phát kiến mới và xây dựng thương hiệu mạnh; và trên đà đạt tăng trưởng doanh thu 30% vào năm 2016

- MNS đã triển khai mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) vào mảng đậm động vật của mình bằng cách xây dựng những thương hiệu mạnh như dòng sản phẩm “Bio-zeem”. Những nhãn hàng mạnh chính là chìa khóa cho chiến lược tăng trưởng trong tương lai của MNS vì có thể giúp MNS gia tăng và bảo vệ thị phần, cải thiện biên lợi nhuận và phòng vệ trước các áp lực chi phí đầu vào tăng cao.

Tỷ VNĐ ⁽¹⁾	6T 2016	6T 2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần ⁽²⁾	11.051	9.706	13,8%
Biên lợi nhuận gộp	22,3%	17,9%	4,4%
EBITDA	1.615	1.117	44,6%
Lợi nhuận thuần (<i>Chuẩn kế toán Việt Nam</i>) ⁽³⁾	1.037	751	38,1%

(1) Giả định mức đóng góp 6 tháng cho cả Proconco và ANCO

(2) Số liệu tài chính dựa trên theo số liệu quản trị

(3) Lợi nhuận thuần trước lợi ích cổ đông thiểu số, lợi nhuận nửa đầu năm 2015 là tổng lợi nhuận của Proconco và ANCO

- **Kết quả tài chính nổi bật trong nửa đầu năm 2016:** Tổng doanh thu thuần của Proconco và ANCO đạt 11.051 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016, tăng 13,8% so với cùng kỳ nhờ tốc độ tăng trưởng doanh thu 18,4% trong Quý 2/2016 so với Quý 2/2015.
 - **Xây dựng thương hiệu mạnh:** danh mục sản phẩm mạnh của MNS đạt mức tăng trưởng sản lượng 24,2% trong nửa đầu năm 2016 so với cùng kỳ (trên cơ sở so sánh tương đương), nhờ sự ra mắt thành công của dòng sản phẩm “Bio-zeem” đóng góp 36,1% vào doanh thu của MNS, so với mức thấp hơn 1% so với cùng kỳ.
 - **Tập trung vào thức ăn chăn nuôi heo (sản phẩm có lợi nhuận biên cao nhất):** thức ăn chăn nuôi heo đóng góp 63,2% sản lượng trong nửa đầu năm 2016 so với

mức 49,6% cùng kỳ năm ngoái. Trong nửa đầu năm 2016, sản lượng thức ăn chăn nuôi heo tăng 58,2% so với nửa đầu năm 2015.

- **Biên lợi nhuận gia tăng:** Tung sản phẩm mới và tăng cường xây dựng các thương hiệu mạnh, tập trung nhiều hơn vào các sản phẩm có biên lợi nhuận cao hơn, ngoài ra khai thác các lợi ích cộng hưởng khi kết hợp các nền tảng kinh doanh của Masan đã mang lại sự cải thiện lợi nhuận biên đáng kể.
 - **Biên lợi nhuận gộp tăng 438 điểm cơ bản:** Các sản phẩm thức ăn chăn nuôi heo chiếm 64,4% doanh thu của MNS trong nửa đầu năm 2016, so với 52,7% trong nửa đầu năm 2015, nhờ đó cải thiện đáng kể lợi nhuận gộp của MNS lên mức 22,3% trong nửa đầu năm 2016 so với mức 17,9% cùng kỳ năm ngoái.
 - **Biên lợi nhuận EBITDA tăng 310 điểm cơ bản:** Trong nửa đầu năm 2016, EBITDA tăng 44,6% đạt 1.615 tỷ đồng so với năm ngoái, nhờ biên lợi nhuận gộp được cải thiện và hiệu quả hoạt động cao hơn. Biên lợi nhuận EBITDA trong nửa đầu năm 2016 đạt 14,6% so với mức 11,5% trong nửa đầu năm 2015.
 - **Biên lợi nhuận thuần tăng 165 điểm cơ bản:** Lợi nhuận thuần của MNS trong nửa đầu năm 2016 tăng 38,1% so với cùng kỳ năm trước, đạt 1.037 tỷ đồng, với biên lợi nhuận thuần tăng lên 9,4% so với mức 7,7% trong nửa đầu năm 2015.
- **MNS tiếp tục trở thành công ty cung cấp thịt và các sản phẩm chế biến từ thịt có thương hiệu** thông qua việc tăng sở hữu tại ANCO và VISSAN lên 100,0% và 24,9% theo tỉ lệ tương ứng, đồng thời thành lập công ty Masan Nutri-Farm.
 - **Ý nghĩa chiến lược:** MNS cam kết thúc đẩy năng suất của ngành đạm động vật của Việt Nam với mục đích cao nhất là trực tiếp phục vụ người tiêu dùng những sản phẩm thịt ngon, sạch, hợp vệ sinh, có thể truy xuất nguồn gốc rõ ràng, và giá cả phải chăng. Những thương vụ M&A chiến lược này là một dấu hiệu rõ ràng về niềm tin của Masan rằng ANCO và VISSAN là những nền tảng cơ sở vững chắc, có thể giúp phát triển một công ty hàng đầu trong ngành hàng đạm động vật.
 - **Thị trường 18 tỷ USD:** Ngành đạm động vật được dự báo tăng trưởng cùng với tốc độ tăng trưởng thu nhập khả dụng của Việt Nam. Hiện nay, Việt Nam nằm trong Top 10 nước sản xuất và tiêu thụ thịt heo nhất thế giới, và lượng tiêu thụ thịt heo của Việt Nam chiếm 60% lượng tiêu thụ thịt trong nước. MNS là nhà sản xuất thức ăn chăn nuôi heo lớn nhất (thị trường ngoài gia công) và đối tác chiến lược của công ty chế biến và cung cấp các sản phẩm từ thịt lớn nhất Việt Nam, đây chính là cơ hội để MNS có thể hưởng lợi từ tăng trưởng của ngành. Ngoài ra, khi người tiêu dùng Việt Nam đòi hỏi cao hơn về vệ sinh an toàn thực phẩm, giá cả phải chăng và sản phẩm có thể truy xuất nguồn gốc. Việc MNS tập trung vào xây dựng thương hiệu đáng tin cậy và mở rộng hệ thống phân phối có thể giúp công ty dẫn đầu thị trường đạm động vật trong nước.

Khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng:

Việc gia tăng sản lượng nhà máy chế biến vonfram giá trị gia tăng kết hợp với các sáng kiến tối ưu hóa hoạt động đã mang lại hiệu quả tài chính vững mạnh

MSR ghi nhận lợi nhuận phân bổ cho cổ đông là 70 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016, giảm 34 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái. Lợi nhuận phân bổ này vẫn dương mặc dù tình hình kinh tế đầy biến động. Điều đó đạt được là nhờ các biện pháp và kế hoạch tối ưu hóa nhà máy bắt đầu thực hiện trong Quý 2/2015.

Tỷ VNĐ ⁽¹⁾	6T 2016	6T 2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	1.745	1.201	45,3%

Biên lợi nhuận EBITDA	50,2%	48,9%	1,3%
Lợi nhuận thuần cho cổ đông công ty mẹ (<i>Chuẩn kế toán Việt Nam</i>) ⁽²⁾	70	104	(32,7%)

⁽¹⁾ Số liệu tài chính dựa trên theo số liệu quản trị

⁽²⁾ Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số

- **Doanh thu thuần tăng 45,3%:** Các sáng kiến được triển khai trong năm 2015 và đưa vào thực hiện trong nửa đầu năm 2016 đã giúp gia tăng sản lượng trong 6 tháng đầu năm 2016. Tất cả các sản phẩm đầu ra đều được bán hết, và việc không ngừng tập trung vào kiểm soát và cải thiện chất lượng của tất cả các sản phẩm đã bắt đầu mang lại kết quả khả quan nhờ giá bán cao hơn. Do đó, mặc dù giá cả hàng hóa thấp hơn, nhưng doanh thu thuần của Masan Resources vẫn đạt 1.745 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016, tăng 45,3% so với cùng kỳ năm ngoái.
- **Nâng cao lợi nhuận thông qua cải thiện hiệu năng và kiểm soát chi phí:** Dự án Núi Pháo thuộc nhóm 25% các nhà sản xuất vonfram toàn cầu có chi phí sản xuất thấp nhất. MSR tiếp tục cải thiện hiệu năng sản xuất, đồng thời giảm chi phí trong khi giá kim loại đang cải thiện để đảm bảo vị thế vững chắc trong ngành công nghiệp vonfram toàn cầu với chi phí thấp nhất ngành. Chi phí quản lý và bán hàng giảm 58,0% từ mức 255 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2015 xuống còn 107 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016, giúp nâng cao lợi nhuận.
 - **EBITDA tăng 49,1%:** EBITDA của Masan Resource tăng 49,1% trong nửa đầu năm 2016 nhờ các sáng kiến nhằm cải thiện tỷ lệ thu hồi trong chế biến, nâng cao công suất nhà máy và giảm chi phí vận hành thông qua việc không ngừng áp dụng các biện pháp kiểm soát chi phí chặt chẽ.
 - **Lợi nhuận thuần giảm:** Masan Resources báo cáo lợi nhuận phân bổ cho cổ đông công ty mẹ đạt 70 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2016, giảm 34 tỷ đồng so với cùng kỳ năm 2015 vì giá cả hàng hóa thấp. Biên lợi nhuận của MSR cao hàng đầu trong ngành sẽ giúp công ty nắm bắt cơ hội nhanh hơn so với các công ty trong ngành khi giá cả hàng hóa hồi phục.
- **Sản lượng gia tăng nhờ những cải thiện trong hiệu quả vận hành:** Nhờ các sáng kiến nhằm tăng cường hiệu quả vận hành, sản lượng trong nửa đầu năm 2016 tăng 13,5% trên cơ sở tương đương vonfram, trong đó sản lượng vonfram và đồng tăng lần lượt là 12,1% và 41%.
 - Phẩm cấp quặng đầu vào, công suất chế biến của nhà máy, và tỷ lệ thu hồi khoáng sản đều tăng đúng với kỳ vọng. Một số phát kiến giảm chi phí và tăng lợi nhuận bắt đầu triển khai vào cuối Quý 1/2016. Các phát kiến này đã được tích hợp vào nhà máy chính trong nửa đầu năm 2016 và được kỳ vọng sẽ mang lại hiệu quả năng suất cao hơn trong tương lai.

Dữ liệu sản lượng	6T 2016	6T 2015	Tăng trưởng
Quặng khai thác ('000 tấn)	1.670	1.839	(9,1%)
Quặng chế biến ('000 tấn)	1.727	1.611	7,2%
Tinh quặng vonfram (tấn)	2.756	2.450	12,1%
Đơn vị tương đương vonfram (tấn) ⁽¹⁾	5.466	4.815	13,5%

⁽¹⁾ Thành phẩm của Núi Pháo được chuyển đổi thành đơn vị tương đương vonfram

Techcombank

Lợi nhuận trước thuế trong nửa đầu năm 2016 tăng 53,8% so với cùng kỳ năm ngoái, khẳng định vị trí dẫn đầu ngành.

- Kết quả đó có được nhờ việc Techcombank tập trung vào việc kiểm soát chi phí, đồng thời duy trì chính sách cho vay thận trọng trong giai đoạn tái cấu trúc kéo dài 4 năm vừa qua.
 - Lợi nhuận trước thuế nửa đầu năm 2016 đạt 1.587 tỷ đồng, tăng 53,8% so với cùng kỳ năm ngoái, nhờ thu nhập lãi thuần tăng 17,3% và thu nhập thuần từ phí dịch vụ tăng 40,1%, ngay cả sau khi trích ngân sách chi phí dự phòng cao hơn.
 - Tỷ lệ nợ xấu của Techcombank được duy trì ở mức 1,87% vào ngày 30/6/2016, thấp hơn mức 3% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước, nhờ chính sách tín dụng thận trọng được Techcombank áp dụng nhất quán từ sau thời kỳ khó khăn của ngành ngân hàng. Techcombank tập trung quản lý rủi ro chặt chẽ qua quá trình trích lập dự phòng tích cực trong 4 năm vừa qua và đang tiến đến trích lập dự phòng đầy đủ cho Công ty quản lý tài sản (VAMC) và các khoản vay phải thu trong năm 2017, để trở thành ngân hàng đầu tiên xử lý xong toàn bộ các khoản nợ xấu phát sinh từ giai đoạn khó khăn của ngân hàng.
 - Tỷ lệ an toàn vốn (CAR) đạt 14,3% vào cuối tháng 6/2016, cao hơn nhiều so với mức 9,0% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước.
- Techcombank tiếp tục duy trì nền tảng huy động vốn và dịch vụ cá nhân vững mạnh, đồng thời giới thiệu những sản phẩm mới cho khách hàng và tạo thêm dòng thu nhập:
 - Tính đến ngày 30/6/2016, Techcombank tiếp tục phục vụ khách hàng thông qua mạng lưới rộng lớn với 312 chi nhánh và phòng giao dịch, hơn 1.200 máy ATM và hơn 1.500 điểm chấp nhận thẻ trên khắp cả nước.
- Tổng quan chiến lược: Sứ mệnh của Techcombank đến năm 2020 là trở thành ngân hàng số 1 tại Việt Nam với tỷ suất ROE đạt 20% và vốn hóa thị trường đạt khoảng 5 tỷ USD. Để đạt được mục tiêu này, ngân hàng kỳ vọng sẽ đạt mức tăng trưởng TOI (tổng thu nhập từ hoạt động) ít nhất 30% hàng năm và doanh thu từ phí chiếm 30% tổng thu nhập từ hoạt động vào năm 2020.
 - Techcombank sẽ tiếp tục tập trung vào ba lĩnh vực quan trọng để hiện thực hóa tầm nhìn 2020 của mình: hợp nhất dòng tiền, các dịch vụ giá trị gia tăng và cho vay cá nhân.
 - Về hợp nhất dòng tiền, Techcombank chú trọng cải thiện tỷ lệ CASA (tài khoản vãng lai và tiết kiệm) lên gần 30% vào năm 2020, từ mức dưới 20% như hiện nay. Tăng cường tập trung vào mảng ngân hàng giao dịch (dịch vụ ATM, giao dịch qua điện thoại di động và internet banking) cũng sẽ giúp phát triển kênh này.
 - Dịch vụ giá trị gia tăng bao gồm bancassurance (bảo hiểm qua hệ thống các ngân hàng) và thẻ tín dụng dành cho phân khúc cá nhân, bảo lãnh và chuyển tiền dành cho doanh nghiệp, đây có thể là động lực để tăng thu nhập từ phí.
 - Tập trung vào kênh cho vay cá nhân cũng là một lĩnh vực rất quan trọng vì phân khúc này chiếm 44% tổng dư nợ. Hợp tác với các doanh nghiệp có chất lượng cao để tận dụng toàn bộ chuỗi giá trị, tăng khoản đóng góp từ các khoản vay thế chấp, vay mua ô tô và thẻ tín dụng sẽ trở thành những động lực tăng trưởng trong tương lai.

GIỚI THIỆU TẬP ĐOÀN MASAN

Tập đoàn Masan là một trong những công ty hàng đầu của Việt Nam, tập trung vào các cơ hội tăng trưởng cao trong ngành tiêu dùng: thực phẩm, đồ uống, và trong chuỗi giá trị dinh dưỡng.

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)

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.