CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN ***MASAN GROUP CORPORATION***	**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** ***THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM*** ***Independence – Freedom - Happiness***

TP. HCM, ngày 28 tháng 4 năm 2017
Ho Chi Minh City, 28 April 2017

CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÊN CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CỦA ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC VÀ SGDCK TP. HCM	**DISCLOSURE OF INFORMATION ON THE STATE SECURITIES COMMISSION'S PORTAL AND HOCHIMINH STOCK EXCHANGE'S PORTAL**

Kính gửi/To: - Ủy ban Chứng khoán Nhà nước/ *The State Securities Commission*
- Sở Giao dịch Chứng khoán TP. HCM/ Hochiminh Stock Exchange

- Tên tổ chức/ *Organization name*: Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan/ Masan Group Corporation
- Mã chứng khoán/ Securities symbol: MSN
- Địa chỉ trụ sở chính/ *Address:* Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh/ *Suite 802, 8th Floor, Central Plaza, 17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1, Ho Chi Minh City*
- Điện thoại/ Telephone: 08 6256 3862
- Fax: 08 3827 4115
- Người thực hiện công bố thông tin/ *Submitted by:* Ông Trần Phương Bắc/ *Mr. Tran Phuong Bac*
- Chức vụ/ *Position*: Giám đốc Tuân thủ/ *Head of Compliance*

Loại thông tin công bố: ☒ định kỳ ☐ bất thường ☐ 24h ☐ theo yêu cầu
Information disclosure type: ☒ *periodic* ☐ *irregular* ☐ *24 hours* ☐ *on demand*

Nội dung thông tin công bố/ *Content of information disclosure*: Báo cáo tài chính Quý 1/2017 và Thông cáo báo chí kết quả kinh doanh Quý 1/2017 / *Financial statements (standalone and consolidated basis) for Q1/2017 and Press release on the business performance Q1/2017.*

Thông tin này đã được công bố trong mục Công Bố Thông Tin thuộc phần Quan Hệ Cổ Đông trên trang thông tin điện tử của Công ty vào ngày 28/4/2017 tại đường dẫn https://masangroup.com/investor-center/annual-financial-statements?lang_ui=vn

This information was disclosed in the folder Corporate Announcements of section Investor Center on the Company's website on 28 April 2017 at https://masangroup.com/investor-center/annual-financial-statements?lang_ui=en

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.

I declare that all information provided above is true and accurate, and I shall be legally responsible for any disclosed information.

ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC
ORGANIZATION REPRESENTATIVE
Người được ủy quyền công bố thông tin
Authorized representative for information disclosure
GIÁM ĐỐC TUÂN THỦ/ *HEAD OF COMPLIANCE*

M.S.D.N: 0303778603 CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN QUẬN 1 - TP HỒ CHÍ MINH

TRẦN PHƯƠNG BẮC

16603-C.T.C.P CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN HỒ CHÍ MINH

MASAN GROUP

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Các sáng kiến chiến lược giúp Masan hoàn thành mục tiêu tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận 15% đến 20% trong năm 2017

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 4 năm 2017 – Hôm nay, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, "Masan" và "Công ty") công bố kết quả kinh doanh trong Quý 1/2017. Những thách thức trong lĩnh vực thực phẩm - đồ uống và Nông nghiệp Tiêu dùng dẫn đến kết quả kinh doanh hợp nhất trong Quý 1/2017 không thuận lợi. Tuy nhiên, Masan đã triển khai các sáng kiến chiến lược và các sáng kiến này sẽ giúp Công ty đạt tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận 15-20% trong cả năm, chủ yếu là tăng mạnh trong nửa cuối năm 2017. Ban Giám đốc dự kiến Techcombank và Masan Resources sẽ tiếp tục mang lại kết quả tài chính thuận lợi trong năm 2017.

Các kết quả tài chính nổi bật trong Quý 1/2017

- **Quyết định việc tập trung tăng trưởng bán hàng đến người tiêu dùng và thách thức về giá heo giảm làm cho doanh thu hợp nhất gần như không đổi trong giai đoạn đầu năm:** Doanh thu thuần của Masan trong Quý 1/2017 đạt 8.540 tỷ đồng, giảm 2,6% so với cùng kỳ năm 2016.
    - Doanh thu thực phẩm - đồ uống giảm 27,7% do quyết định chiến lược của Ban Giám đốc nhằm tối ưu hoá hàng tồn kho tại hệ thống phân phối để đảm bảo tăng trưởng bền vững trong nửa cuối năm 2017 và trong trung hạn. Lượng hàng tiêu thụ thấp hơn mức dự báo trong dịp Tết Nguyên đán vừa qua, đặc biệt là ở khu vực nông thôn vốn là ưu thế của Masan, dẫn đến mức tồn kho cao ở kênh nhà phân phối – điều này đã ảnh hưởng đến toàn bộ ngành thực phẩm đóng gói và nước giải khát. Nỗ lực tối ưu hóa này đã chứng minh được thành công bằng mức tăng trưởng bán hàng đến người tiêu dùng cao hơn dự báo của ban Giám đốc. Đặc biệt điều này đã giúp cải thiện "route-to-consumers" (thời gian lưu chuyển sản phẩm từ nhà máy đến tay người tiêu dùng). Ngoài ra, tăng trưởng trong nửa cuối năm 2017 sẽ được thúc đẩy bởi một loạt các sáng kiến được triển khai trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, thịt chế biến, bia và đồ uống.
    - Lĩnh vực Nông nghiệp Tiêu dùng đạt tăng trưởng doanh thu 3,3%, một thành tích ấn tượng trong bối cảnh giá heo như hiện tại. Trong Quý 1/2017, sản lượng toàn ngành thức ăn cho heo giảm 20% so với cùng kỳ 2016 do lượng cung vượt quá mức. Mặc dầu vậy, tổng sản lượng thức ăn cho heo của Masan chỉ giảm xấp xỉ 4%, trong đó doanh thu thuần của Bio-zeem tăng trưởng khoảng 15%. Đây là minh chứng cho hiệu quả trong năng suất chăn nuôi của dòng sản phẩm Bio-zeem đã mang lại tín nhiệm và sự tin tưởng của người chăn nuôi. Ban Giám đốc tin rằng giá heo sẽ phục hồi vào nửa cuối năm 2017 khi cung cầu tái cân bằng và tiêu thụ nội địa tăng vào cuối năm. Doanh thu thuần trong Quý 1/2017 tăng trưởng so với cùng kỳ 2016 chủ yếu là do mảng thức ăn gia cầm tăng trưởng 25,6%.
    - Doanh thu thuần của Masan Resources tăng 45,9% lên 370 tỷ đồng nhờ vào hiệu quả sản xuất được cải thiện và giá các mặt hàng cao hơn so với cùng kỳ năm trước.
    - Nỗ lực của Techcombank trong việc tái xây dựng một bảng cân đối tài chính lành mạnh, hiệu quả đang bắt đầu có kết quả và giúp cho Ngân hàng có vị thế để phát triển bền vững. Tổng lãi thuần từ hoạt động kinh doanh ("TOI") của Techcombank là 15,5% so với Quý 1/2016. Masan không hợp nhất doanh thu của Techcombank.

- Tuy ban Giám đốc dự báo tăng trưởng nửa đầu năm rất khiêm tốn, Công ty vẫn tự tin vào việc hoàn thành chỉ tiêu tăng trưởng doanh thu thuần hợp nhất là 15-20% trong năm 2017 nhờ vào các mặt hàng trong lĩnh vực nhu yếu phẩm tiêu dùng sẽ có kết quả kinh doanh khả quan hơn vào nửa cuối năm 2017 và Masan Resources tiếp tục tăng trưởng từ thành quả của Quý 1/2017.

- **EBITDA tăng trưởng 14,1%, do thành tích vượt trội của Masan Resources và Techcombank:** Masan đạt lợi nhuận EBITDA hợp nhất 1.863 tỷ đồng trong Quý 1/2017, tăng 14,1% so với cùng kỳ năm trước nhờ vào mức đóng góp lớn hơn từ các lĩnh vực Nông nghiệp Tiêu dùng, khoáng sản và dịch vụ tài chính. EBITDA của lĩnh vực Nông nghiệp Tiêu dùng tăng trưởng 7,7% nhờ vào biên lợi nhuận gộp lớn hơn. Lĩnh vực hàng tiêu dùng mang lại EBITDA 194 tỷ đồng trong Quý 1/2017. EBITDA của lĩnh vực khoáng sản tăng trưởng 41,3% và dịch vụ tài chính tăng trưởng 132,6%.

- **Masan đạt lợi nhuận tiền mặt 392 tỷ đồng trong Quý 1/2017:** Nhờ vào kết quả kinh doanh thuận lợi so với cùng kỳ năm ngoái trên tất cả các lĩnh vực kinh doanh trừ thực phẩm và đồ uống, Masan có được 237 tỷ đồng lợi nhuận thuần sau thuế và lợi ích thiểu số trong Quý 1/2017, giảm 6,4% so với Quý 1/2016. Nếu cộng lại phân bổ lợi thế thương mại và tài sản vô hình do ảnh hưởng của các giao dịch M&A thì lợi nhuận thuần sau thuế và lợi ích thiểu số "tính trên tiền mặt" gần như không đổi ở mức 392 tỷ đồng. Tình hình kinh doanh được dự báo sẽ cải thiện trong nửa sau năm 2017 với việc Công ty tái khẳng định mục tiêu lợi nhuận thuần sau thuế và lợi ích thiểu số ở mức 3.200-3.400 tỷ đồng đã được Đại Hội đồng Cổ đông Thường niên thông qua.

Các cột mốc chiến lược

- **Basic is Value - Giá trị đến từ những nhu cầu thiết yếu hằng ngày:** Tại Đại Hội đồng Cổ đông Thường niên diễn ra vào ngày 24/4/2017, Masan đã tái khẳng định tầm nhìn của Công ty nhằm trở thành doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực hàng tiêu dùng bằng việc giới thiệu giá trị cốt lõi của Công ty, đó là "Giá trị đến từ những nhu cầu thiết yếu hằng ngày". Masan tin rằng giá trị đến từ việc đáp ứng một cách tốt nhất những nhu cầu căn bản của 90 triệu người tiêu dùng Việt Nam, giúp họ chỉ phải trả giá thấp hơn cho các sản phẩm và dịch vụ chất lượng – "chất lượng cho giá trị". Công ty định nghĩa các nhu cầu thiết yếu, chẳng hạn như thực phẩm và đồ uống, thực phẩm tươi (thịt) và các dịch vụ tài chính hiện đang chiếm một nửa ngân sách hàng ngày của người tiêu dùng (một nửa GDP của Việt Nam). Các sản phẩm phục vụ nhu cầu hằng ngày này không chỉ có giá quá cao mà còn khó tiếp cận và chất lượng không đảm bảo. Ngày hôm nay, mỗi người tiêu dùng Việt Nam chỉ đang trả 2 USD mỗi tháng cho các sản phẩm và dịch vụ của Masan. Bằng việc mở rộng danh mục và làm cho các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hằng ngày chất lượng, sáng tạo và giá cả hợp lý, dễ tiếp cận hơn, Masan tin rằng Công ty có thể tăng mức chi tiêu cho các sản phẩm và dịch vụ của Masan lên 2,7 USD vào cuối năm 2017.

- **KKR đầu tư vào tầm nhìn và nền tảng hoạt động của Masan để dẫn đầu ngành hàng tiêu dùng:** Tầm nhìn, nền tảng hoạt động và tiềm năng tăng trưởng trong lĩnh vực hàng tiêu dùng của Masan đã được minh chứng vào ngày 21/4/2017, khi KKR hoàn tất thủ tục và đầu tư 150 triệu USD với 7,5% cổ phần tại Masan Nutri-Science và 100 triệu USD nhằm mua lại cổ phiếu phổ thông của Masan Group từ PENM Partners.

    - Khoản đầu tư 150 triệu USD này sẽ giúp Masan Nutri-Science đẩy nhanh nền tảng Nông nghiệp Tiêu dùng tích hợp nhằm mang đến người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu thông qua việc tự phát triển hoặc mua bán-sáp nhập ("M&A").

- KKR hiện đang là cổ đông lớn thứ hai tại Masan Group sau Chính phủ Singapore ("GIC"). Đây là minh chứng cho niềm tin vào chiến lược "Giá trị đến từ những nhu cầu thiết yếu" của Masan và nền tảng hoạt động hiệu quả nhằm thực thi kế hoạch tăng trưởng trong trung hạn.

- **Cải thiện bảng cân đối kế toán nhằm tăng biên lợi nhuận và phản ánh kết quả mô hình kinh doanh tiêu dùng:** Trong năm 2017, Masan có kế hoạch trả lại các khoản nợ với lãi suất cao nhằm giảm chi phí tài chính và tăng khả năng sinh lời nhằm giảm hệ số Nợ/EBITDA hợp nhất từ 4,2 lần vào cuối năm 2016 còn 3,5 lần vào cuối năm 2017. Ngoài ra, hệ số đòn bẩy tài chính cải thiện sẽ giúp giảm chi phí tài chính thuần, cải thiện bảng cân đối kế toán hợp nhất và tăng sự linh hoạt tài chính cho các cơ hội phát triển tiềm năng trong tương lai.

Kết quả tài chính hợp nhất của Masan trong Quý 1/2017 [1]

Tỷ đồng	Quý 1/2017	Quý 1/2016	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	**8.540**	**8.769**	**(2,6)%**
Nhu yếu phẩm tiêu dùng	*7.364*	*7.962*	*(7,5)%*
Thực phẩm và đồ uống	*2.011*	*2.779*	*(27,7)%*
Nông nghiệp Tiêu dùng (Chuỗi giá trị thịt)	*5.353*	*5.183*	*3,3%*
Khoáng sản và sản phẩm giá trị gia tăng	*1.176*	*806*	*45,9%*
EBITDA[2]	**1.863**	**1.632**	**14,1%**
Nhu yếu phẩm tiêu dùng	*921*	*1.092*	*(15,7)%*
Thực phẩm và đồ uống	*194*	*417*	*(53,5)%*
Nông nghiệp Tiêu dùng (Chuỗi giá trị thịt)	*727*	*674*	*7,7%*
Khoáng sản và sản phẩm giá trị gia tăng	*634*	*449*	*41,3%*
Dịch vụ tài chính	*325*	*140*	*132,6%*
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số	**237**	**253**	**(6,4)%**
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số tính theo tiền[3]	**392**	**395**	**(0,7)%**

(1) *Số liệu tài chính dựa trên sổ sách quản lý của Công ty, tuân thủ các Tiêu chuẩn kế toán Việt Nam*

(2) *EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của Masan, cộng lại ảnh hưởng của chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ.*

(3) *Lợi nhuận thuần tính theo tiền (hay Lợi nhuận thuần pro forma), với mỗi giai đoạn báo cáo và giai đoạn tương tứng, sẽ được tính toán bằng việc cộng lại ảnh hưởng của phân bổ lợi thế thương mại, tài sản cố định hữu hình và tài sản cố định vô hình do việc thực hiện các giao dịch M&A trước đây. Trong quý 1/2017, chi phí phân bổ sau lợi ích cổ đông thiểu số là 155 tỷ đồng. Ban Giám đốc tin rằng số liệu này phản ánh lợi nhuận và khả năng sinh lời bằng tiền thật sự của Masan.*

Phân tích tình hình kinh doanh

Nhu yếu phẩm tiêu dùng – Nông nghiệp Tiêu dùng

Masan Nutri-Science mang lại tăng trưởng doanh thu 3,3% và tăng trưởng lợi nhuận 18% trong bối cảnh giá thức ăn cho heo đang giảm do giá heo thấp

- Thành công của **chiến lược "Đặt người tiêu dùng vào trung tâm" của Masan Nutri-Science ("MNS")** và các sáng kiến giúp cải thiện năng suất chăn nuôi. Ngày hôm nay, Masan đang dẫn đầu thị trường đạm động vật trị giá 18 tỷ USD bằng việc xây dựng thương hiệu mạnh đầu tiên trong ngành là "Bio-zeem" và đặt nền tảng nhằm xây dựng nền tảng "3F" (Feed-Farm-Food) tích hợp hoàn chỉnh. Nền tảng "3F" là điều kiện tiên quyết để đưa giá thịt về mức hợp lý và đáp ứng **nhu cầu lớn của 90 triệu người tiêu dùng Việt Nam cho các sản phẩm thịt vệ sinh và an toàn**. Khoản đầu tư 150 triệu USD của KKR sẽ giúp phát triển ngành thức ăn chăn nuôi của MNS và xây dựng hoàn chỉnh nền tảng sản xuất thịt tích hợp.
- Các thương hiệu mạnh giúp MNS đạt tăng trưởng doanh thu 3,3% trong Quý 1/2017 so với cùng kỳ năm trước mặc dù sản lượng toàn ngành thức ăn cho heo giảm, chủ yếu là do giá heo giảm 25% trong 6 tháng vừa qua. MNS đã mở rộng thị phần trong Quý 1/2017 nhờ có nhãn hiệu tin cậy và việc tập trung mang đến cho người chăn nuôi các giải pháp toàn diện và các sản phẩm mới giúp nâng cao năng suất chăn nuôi.
    - Sau lần ra mắt thành công của sản phẩm mang thương hiệu Bio-zeem đầu tiên giúp cải thiện tỷ lệ chuyển đổi thức ăn (giúp nông dân cho heo xuất chuồng sớm hơn 12 ngày) vào năm 2015, MNS đã ra mắt sản phẩm Bio-zeem không chứa kháng sinh giúp mang lại năng suất cao, đồng thời giúp ngăn ngừa tình trạng kháng kháng sinh nhằm cải thiện tình hình an toàn thực phẩm tại Việt Nam. Vào tháng 4/2017, MNS đã ra mắt Bio-zeem Mama, sản phẩm thức ăn dành cho heo nái giúp tăng tỷ lệ sinh thêm hai heo con mỗi năm (trung bình hiện tại ở Việt Nam là 17-19 heo con/nái/năm). Với danh mục sản phẩm tập trung vào việc cải thiện năng suất, MNS sẽ có thêm nhiều khách hàng và được lợi từ sự phục hồi giá heo trong nửa cuối năm và việc ra mắt sản phẩm Bio-zeem Mama.
    - Ban Giám đốc cũng hỗ trợ người chăn nuôi qua các chu kỳ biến động giá bằng việc hỗ trợ cung cấp heo nái và cải thiện các trang trại nuôi heo nhằm đón đầu giá heo tăng trở lại.
- Chiến lược thực thi trong trung hạn của MNS là trở thành một nền tảng thịt tiêu dùng dựa trên nền tảng "3F" và sẽ thúc đẩy năng suất trong chuỗi giá trị thịt. Nền tảng "3F" đã có những bước tiến triển vượt bậc nhờ vào việc hợp tác chiến lược với VISSAN trong năm 2016 và động thổ trang trại chăn nuôi heo kỹ thuật cao của Masan tại tỉnh Nghệ An vào tháng 10/2016, điều này sẽ giúp Công ty giành chiến thắng tại thị trường thịt miền Bắc Việt Nam. Masan dự kiến sẽ bắt đầu bán các sản phẩm thịt có thương hiệu, an toàn, nguồn gốc rõ ràng với giá cả phải chăng vào nửa đầu năm 2018.

Tỷ đồng [1]	**Quý 1/2017**	**Quý 1/2016**	**Tăng trưởng**
Doanh thu thuần	5.353	5.183	3,3%
Biên lợi nhuận gộp	23,9%	20,3%	3,6%
EBITDA	727	674	7,7%
Lợi nhuận thuần[2]	304	257	18,0%

[1] *Dự trên số liệu của Ban Giám đốc MNS*

[2] *Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số.*

- **Các kết quả tài chính nổi bật**: MNS đạt doanh thu thuần 5.353 tỷ đồng trong Quý 1/2017, tăng 3,3% so với cùng kỳ năm trước dù giá thức ăn chăn nuôi bị ảnh hưởng trực tiếp bởi giá heo thấp tạm thời.
    - **Thương hiệu mạnh:** MNS đạt tăng trưởng sản lượng 2,6% lên 554.000 tấn trong Quý 1/2017 so với cùng kỳ năm trước nhờ vào một loạt các sản phẩm thức ăn chăn nuôi đa dạng và thành công của thương hiệu "Bio-zeem". Bio-zeem chiếm 39% doanh thu của MNS trong Quý 1/2017, so với 35% của cùng kỳ năm trước.
    - **Tập trung vào thức ăn cho heo (thị trường lớn nhất) và phát triển thức ăn gia cầm:** Thức ăn cho heo vẫn là lĩnh vực tăng trưởng cao nhất của MNS, với sản lượng chiếm 59% tổng sản lượng bán ra trong Quý 1/2017. Tuy nhiên, các sản phẩm thức ăn khác của MNS cũng có kết quả kinh doanh thuận lợi. Doanh thu thức ăn gia cầm đạt 1.347 tỷ đồng, tăng 25% so với Quý 1/2016.
- **Tăng biên lợi nhuận**: Việc tung ra thành công sản phẩm cám "Bio-zeem" có giá trị cao hơn, cải thiện hiệu quả hoạt động giúp cải thiện đáng kể biên lợi nhuận.
    - **Biên lợi nhuận gộp tăng 360 điểm cơ bản:** Mức đóng góp cao hơn của Bio-zeem và chi phí mua hàng, vận chuyển và chi phí chuyển đổi thấp hơn giúp cải thiện đáng kể biên lợi nhuận gộp của MNS lên 23,9% trong Quý 1/2016 so với 20,3% cùng kỳ năm trước.
    - **Biên lợi nhuận EBITDA tăng 60 điểm cơ bản:** EBITDA trong Quý 1/2017 tăng 7,7% lên 727 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước. Kết quả này có được là nhờ biên lợi nhuận gộp được cải thiện và hiệu suất hoạt động tăng lên. Biên lợi nhuận EBITDA trong Quý 1/2017 đạt 13,6% so với 13,0% cùng kỳ năm 2016.
    - **Biên lợi nhuận thuần tăng 70 điểm cơ bản:** Lợi nhuận sau thuế và lợi ích cổ đông thiểu số của MNS là 304 tỷ đồng, tăng 18,0% so với Quý 1/2016, với biên lợi nhuận thuần là 5,7%.

<u>Nhu yếu phẩm tiêu dùng – Thực phẩm - đồ uống</u>

Các sáng kiến nhằm tối ưu tồn kho tại nhà phân phối để cân bằng tốt hơn cung và cầu dẫn đến doanh thu (bán cho nhà phân phối) thấp hơn vào Quý 1/2017, nhưng là nền tảng cho tăng trưởng bền vững trong tương lai; mục tiêu tăng trưởng 2017 đang đi đúng hướng

- 2016 đánh dấu năm mở đầu của Masan Consumer Holding ("MCH") trong quá trình chuyển đổi từ một công ty thực phẩm Việt Nam thành một công ty thực phẩm và đồ uống quy mô khu vực. Đồ uống là động lực thúc đẩy tăng trưởng lớn nhất của MCH trong năm 2016, và cũng là lĩnh vực được cho là sẽ tăng trưởng nhanh nhất trong năm 2017, tạo tiền đề cho MCH đạt được mục tiêu trở thành một công ty thực phẩm - đồ uống với tỷ lệ 50/50 vào năm 2020. Bằng việc ra mắt sản phẩm nước mắm "Chin-su Yod Thong" vào cuối năm 2016, Masan đã đi bước nhỏ đầu tiên nhằm trở thành một công ty quy mô khu vực và để phụng sự tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng In-land ASEAN. Masan dự kiến việc kinh doanh tại Thái Lan sẽ mang lại doanh thu từ 8 đến 10 triệu USD trong năm 2017.

Doanh thu theo ngành hàng (Tỷ đồng)	**Quý 1/2017**	**Quý 1/2016**	**Tăng trưởng**	**Dự báo tăng trưởng cả năm**
Gia vị	764	891	(14)%	~3%
Thực phẩm tiện lợi[1]	630	897	(30)%	~5%
Đồ uống và khác[2]	617	991	(38)%	~10%
Thực phẩm - Đồ uống	**2.011**	**2.779**	**(28)%**	**5-10%**

(1) *Bao gồm mì ăn liền, cháo ăn liền và thịt chế biến*

(2) *Bao gồm đồ uống đóng chai, bia, cà phê hoà tan, ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu*

- **Những kết quả doanh thu nổi bật:** Doanh thu lĩnh vực thực phẩm và đồ uống của Masan giảm 27,7% trong Quý 1/2017 còn 2.011 tỷ đồng do tập trung tăng trưởng bán hàng đến người tiêu dùng và tái cân bằng hàng tồn kho tại các nhà phân phối nhằm cân bằng cung cầu. Sáng kiến này sẽ hoàn tất trong nửa đầu năm 2017 và sẽ giúp giảm chi phí quản lý và bán hàng, đồng thời giảm thời gian vận chuyển hàng từ nhà máy đến tay người tiêu dùng. Điều này có ý nghĩa quan trọng vì Masan đang giới thiệu nhiều sản phẩm thịt chế biến với thời gian lưu trữ ngắn hơn. Tuy các sáng kiến này sẽ gây ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh nửa đầu năm, Masan sẽ có vị thế tốt hơn vào nửa cuối năm và đảm bảo việc tăng trưởng bền vững trong trung và dài hạn.

- Doanh thu của MCH dự kiến sẽ tăng 5 đến 10% trong cả năm 2017 nhờ vào tăng trưởng trong lĩnh vực thực phẩm và tăng trưởng hai chữ số trong lĩnh vực đồ uống.

  - **Gia vị:** Doanh thu ngành hàng gia vị dự kiến sẽ tăng trưởng ở mức một chữ số trong năm 2017. Tăng trưởng của ngành hàng này sẽ đến từ ra mắt sản phẩm siêu cao cấp mang thương hiệu Nam Ngư và tiếp tục tăng trưởng các sản phẩm cao cấp mang thương hiệu Chin-su. Người tiêu dùng thành thị có thu nhập cao đòi hỏi sản phẩm phải có nhiều giá trị và đa dạng hơn.

  - Masan sẽ tiếp tục dẫn đầu ngành hàng trong các phân khúc phổ thông và bình dân khi mức tiêu thụ tại khu vực nông thôn cải thiện vào nửa cuối năm 2017. Sản phẩm Chin-su Yod Thong sau khi ra mắt vào cuối năm 2016 sẽ bắt đầu được bán rộng rãi hơn đến nhiều khách hàng Thái Lan hơn (trước đây chỉ được bán tại 10 tỉnh thành) và mang về doanh thu thuần 8 đến 10 triệu USD cho ngành hàng gia vị.

  - **Đồ uống và khác:** Doanh thu giảm trong Quý 1/2017 còn 617 tỷ đồng do tái cân bằng hàng tồn kho tại hệ thống phân phối đã được đề cập ở trên (chủ yếu là bia và cà phê hoà tan). Đồng thời, tập trung khẳng định vị thế của bia ở Mekong và miền Nam, thay vì phân phối toàn quốc như trước đây. Masan đang phát triển dòng bia mới vào giữa năm 2017 không chỉ để bảo vệ thị phần mà còn là cơ sở cho chiến lược phát triển kế tiếp.

  - Masan nhìn thấy tiềm năng trong việc phát triển các sản phẩm đồ uống đóng chai không cồn (Wake-Up 247, Vĩnh Hảo, Faith và Quang Hanh), vốn đã tăng trưởng 50,3% trong Quý 1/2017 và dự kiến sẽ tăng trưởng 33% trong năm 2017. Với cà phê hoà tan, Masan sẽ tái tập trung vào hai thương hiệu chính, đó là Vinacafé và Wake-Up, nhằm cải thiện tăng trưởng trong nửa cuối năm 2017. Về tổng thể, lĩnh vực đồ uống sẽ tăng trưởng xấp xỉ 10% trong năm 2017.

  - **Thực phẩm tiện lợi (không gồm thịt chế biến):** Doanh thu ngành hàng dự kiến sẽ tăng 5-6% trong năm 2017 nhờ vào việc cung cấp dinh dưỡng thay vì chỉ có mì ăn liền. Bằng việc ra mắt sản phẩm Omachi Special với thịt thật 100% trong tháng 4, Masan bắt đầu thực thi chiến lược tập trung vào dinh dưỡng nhằm chuyển đổi mì ăn liền thành các bữa ăn hoàn chỉnh. Mì Kokomi cũng sẽ được tái ra mắt trong năm 2017 với các sáng kiến đột phá nhằm giành lại thị phần trong phân khúc bình dân và phổ thông.

  - **Thịt chế biến:** Thịt chế biến sẽ là yếu tố thúc đẩy tăng trưởng của lĩnh vực thực phẩm và đồ uống có thương hiệu bằng việc mang lại các sản phẩm từ thịt sạch, ngon và giá cả phải chăng như Woa! Ngon. Với công nghệ của thế giới nhưng tập trung vào khẩu vị địa

phương, cùng với hệ thống phân phối độc nhất và sự hỗ trợ của Masan Nutri-Science, doanh thu của mảng này dự kiến sẽ là 7 đến 10 triệu USD trong năm 2017, tăng 3 đến 5 lần so với năm 2016.

- **Kết quả lợi nhuận nổi bật:** Biên lợi nhuận gộp của MCH trong Quý 1/2017 là 40,5%, tăng 140 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước. Biên lợi nhuận EBITDA đạt xấp xỉ 10% do chi phí quản lý và bán hàng tăng nhằm hỗ trợ sáng kiến giúp tăng tỷ lệ hàng bán đến người tiêu dùng và sẽ giúp cải thiện chi phí quản lý và bán hàng trong tương lai. Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số của Masan Consumer là 120 tỷ đồng trong cùng thời gian. Trong năm 2017, Masan Consumer được dự kiến sẽ mang lại tăng trưởng lợi nhuận sau thuế trong khoảng từ -5% đến 5%. Lý do là vì công ty dự kiến trả mức cổ tức lên đến 2.340 tỷ đồng và làm giảm doanh thu tài chính.

Khoáng sản và chế biến sản phẩm giá trị gia tăng

Tính hiệu quả và các sáng kiến đột phá giúp lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số tăng trưởng 300% dù trong bối cảnh giá hàng hoá giảm

Tỷ đồng[1]	Quý 1/2017	Quý 1/2016	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	1.176	806	46%
EBITDA	634	449	41%
Lợi nhuận thuần[2]	44	11	300%

(1) Số liệu tài chính dựa trên báo cáo của Ban giám đốc

(2) Lợi nhuận thuần sau lợi ích thiểu số

- **Doanh thu thuần tăng 46%:** Doanh thu của Masan Resources tăng trưởng 46% lên 1.176 tỷ đồng trong Quý 1/2017, và được thúc đẩy bởi tính hiệu quả cao và giá hàng hoá cao hơn so với cùng kỳ năm trước. Tất cả các sản phẩm đều được bán hết và nhu cầu vượt quá khả năng cung ứng. Giá vonfram và fluorspar tiếp tục tăng vì nhu cầu đang tìm kiếm sản phẩm tin cậy và chất lượng của khách hàng không ngừng gia tăng và là yếu tố quyết định mua hàng. Các cơ hội bán hàng mới vẫn còn đang được đàm phán và chỉ ưu tiên cho các cơ hội mang tính chất dài hạn và chiến lược.
- **EBITDA tăng 41%:** Các biện pháp kiểm soát chi phí được áp dụng từ năm trước đã phát huy tác dụng bằng việc cải thiện chi phí tiền mặt vận hành. So với biên lợi nhuận EBITDA trung bình trong năm 2016, biên lợi nhuận EBITDA trong Quý 1/2017 tăng 3%. Công ty sẽ tiếp tục cắt giảm chi phí bằng việc cam kết giảm chi phí tiền mặt và đây là yếu tố giúp Masan Resources trở nên khác biệt so với các đối thủ khác.
- **Lợi nhuận thuần sau lợi ích thiểu số tăng 300%:** Lợi nhuận thuần sau lợi ích của MSR là 44 tỷ đồng trong Quý 1/2017, tăng 300% so với cùng kỳ năm trước. Khả năng cắt giảm chi phí tiền mặt trong khi vẫn gia tăng năng suất tổng thể giúp MSR quản lý dòng tiền tốt hơn. Điều này kết hợp với dòng tiền USD lớn và ổn định sẽ giúp giảm chi phí tài chính. Các biện pháp trả nợ sớm trước hạn cũng đã được áp dụng nhằm giảm chi phí tài chính và cải thiện xếp hạng tín dụng.

Tóm tắt số liệu sản xuất	Quý 1/2017	Quý 1/2016	Tăng trưởng
Quặng chế biến (1.000 t)	962	813	18%
Tinh quặng vonfram (t)	1.869	1.407	33%
Đơn vị tương đương vonfram (t) [1]	3.934	2.984	32%

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

- **Không chỉ là công ty khai thác mỏ:** Với tư cách là một trong những công ty cung ứng sản phẩm công nghiệp vonfram hiệu quả và chi phí thấp nhất thế giới, lộ trình chiến lược của Masan Resources ("MSR") là trở thành một công ty chế biến sâu trong chuỗi giá trị vonfram. Vonfram là nền tảng để Masan có thể trở thành một công ty tầm cỡ thế giới và tạo ra thương hiệu mạnh tầm cỡ thế giới đầu tiên của Việt Nam. Để thực hiện được điều này, chúng ta cần phải "sở hữu và ứng dụng" các công nghệ chế biến sâu để chế tạo ra những sản phẩm có giá trị gia tăng cao và khó bị sao chép. Việc Mount Kellett thoái vốn vào cuối năm 2016 cho phép Công ty thiết lập các mối hợp tác chiến lược mới nhằm tận dụng vốn, công nghệ và đảm bảo nguồn cung trong tương lai.

Dịch vụ tài chính

Lợi nhuận trước thuế Quý 1/2017 tăng 127% so với cùng kỳ năm trước, ROE dự kiến đạt 20% trong 2017

- Việc tái cấu trúc Techcombank ("TCB") và chiến lược "Ngân hàng-Công nghệ-Tiêu dùng" đã giúp Ngân hàng tái xây dựng một bảng cân đối kế toán lành mạnh, đồng thời phá kỷ lục tăng trưởng lợi nhuận trên thị trường trong 2 năm trở lại đây.
- TCB đóng góp gần 325 tỷ đồng vào lợi nhuận Quý 1/2017, nhờ vào chiến lược tập trung vào mảng bán lẻ, tăng doanh thu từ phí, và nền tảng tài khoản thanh toán và tài khoản tiền gửi không kỳ hạn ("CASA") vững mạnh.
    - Lợi nhuận trong Quý 1/2017 là 1.325 tỷ đồng, tăng 127% so với cùng kỳ năm trước. Đây là kết quả của việc tăng thu nhập lãi thuần và kết quả hoạt động kinh doanh, được cấn trừ với 1.270 tỷ đồng chi phí dự phòng. TCB đang đi đúng hướng trong việc hoàn tất trích lập dự phòng cho VAMC và các khoản nợ xấu khác trong năm 2017 với mục tiêu trở thành một trong những ngân hàng đạt chuẩn BASEL II đầu tiên tại Việt Nam.
    - Tỷ lệ nợ xấu của Ngân hàng tính đến ngày 31/3/2017 hiện là 1,89%, trong khi tỷ lệ vốn an toàn tối thiểu lên đến 12,4%, cao hơn mức quy định 9,0% của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
    - Cho năm 2017, TCB đặt mục tiêu tăng trưởng lợi nhuận thuần 25%, trong đó cho vay tín dụng và tiền gửi trong năm tăng trưởng 20%.
    - Các mục tiêu chính trong năm 2017 sẽ là xây dựng hệ thống bán lẻ phục vụ đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa ("SME") và phát triển nền tảng giao dịch ngân hàng điện tử nhằm giảm sự phụ thuộc vào tiền mặt.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Masan tin vào triết lý "doing well by doing good". Sứ mệnh của Công ty là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho 90 triệu người dân Việt Nam. Masan hiện thực hóa tầm nhìn này bằng cách thúc đẩy năng suất thông qua những phát kiến mới, áp dụng khoa học kỹ thuật, xây dựng thương hiệu mạnh, và tập trung hiện thực hóa những cơ hội lớn gắn với cuộc sống hằng ngày của đại đa số người dân.

Các công ty thành viên và liên kết của Tập đoàn Masan là những công ty dẫn đầu các ngành hàng thịt và các sản phẩm từ thịt, thực phẩm chế biến và đồ uống, tài nguyên và dịch vụ tài chính, là những lĩnh vực đang tăng trưởng cao của nền kinh tế 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 chắc 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.