



**THÔNG CÁO BÁO CHÍ**

**Các khoản đầu tư chiến lược nhằm hỗ trợ người chăn nuôi và tối ưu hoá hàng tồn kho giảm làm lợi nhuận suy giảm trong sáu tháng đầu năm 2017; Ban giám đốc dự báo giảm kết quả tài chính năm**

**Tp. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 7 năm 2017** – Công ty cổ phần Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, “Masan” hoặc “Công ty”) đã công bố kết quả kinh doanh chưa kiểm toán của Công ty cho nửa đầu năm 2017. Lợi nhuận thuần hợp nhất sau lợi ích cổ đông thiểu số trong sáu tháng đầu năm 2017 đạt 455 tỷ đồng, giảm 56,0%; và doanh thu thuần hợp nhất đạt 18.019 tỷ đồng, giảm 5,9%.

Ban Giám đốc dự báo lợi nhuận thuần hợp nhất sau lợi ích cổ đông thiểu số cho cả năm 2017 đạt mức 2.400 – 2.800 tỷ đồng (năm 2016 là 2.791 tỷ đồng) và dự kiến doanh thu thuần hợp nhất năm 2017 sẽ tương đương kết quả của năm 2016.

**Phân tích và đánh giá về mức dự báo tài chính**

Sau đây là phân tích và đánh giá chi tiết của Ban Giám đốc về điều chỉnh dự báo tài chính năm 2017 và lý do tại sao Công ty đã thực hiện các chương trình hành động chiến lược nhằm chuẩn bị cho mục tiêu đạt được mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận dự báo cho giai đoạn 2018-2020 ở mức 15-20% mỗi năm. Masan đang triển khai kế hoạch tạo ra giá trị cho cổ đông trong 3 năm, thay vì tập trung vào việc đạt các kết quả tài chính ngắn hạn.

- Masan Consumer Holdings (“**MCH**”) mất một khoản doanh thu tiềm năng là 1.055 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017 từ kế hoạch phát triển một mạng lưới phân phối hiệu quả và lành mạnh hơn để phục vụ người tiêu dùng và chuẩn bị cho chương trình tung sản phẩm mới trong nửa cuối năm đối với tất cả ngành hàng.
  - Mức tồn kho cuối năm 2016 tại nhà phân phối là 2.272 tỷ đồng, giảm xuống còn 1.633 tỷ đồng tính đến ngày 31/3/2017 và mức tồn kho tính đến tháng 30/6/2017 là 1.217 tỷ đồng. Để hỗ trợ chương trình cắt giảm mức tồn kho, MCH đã đầu tư thêm 305 tỷ đồng chi phí bán hàng, tăng 23% so với cùng kỳ năm ngoái, làm ảnh hưởng đến kết quả EBITDA và biên lợi nhuận thuần hợp nhất. Ban Giám đốc kỳ vọng mức tồn kho đạt khoảng 1.000 tỷ đồng vào cuối năm (mức tối ưu để duy trì một hệ thống phân phối mạnh). Chiến lược này sẽ giúp tối ưu hoá khả năng tiêu thụ của tám đợt ra mắt sản phẩm mới trong nửa cuối năm 2017 cũng như chuẩn bị cho việc tung ra các sáng kiến mới trong năm 2018.
  - Doanh thu thuần của Masan Brewery (“**MB**”) giảm xuống còn 36 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017 so với mức 543 tỷ đồng cùng kỳ năm 2016, giảm 93,4%. Chiết khấu bán hàng trong nửa đầu năm 2017 tăng lên 160 tỷ đồng so với 51 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2016 do Công ty quyết định cắt giảm mức tồn kho hiện tại để chuẩn bị cho đợt tái tung lớn bia Sư Tử Trắng vào cuối tháng 7. Ban Giám đốc đặt kỳ vọng doanh thu cho cả năm 2017 đạt khoảng 700 tỷ đồng, tức đạt 70% kế hoạch đã đề ra. Sau khi giải quyết được lượng hàng tồn kho lớn từ cuối năm 2016, doanh thu thuần cho sáu tháng cuối năm 2017 sẽ tương đương kết quả của nửa cuối năm 2016.
  - Kế hoạch cắt giảm mức tồn kho cũng ảnh hưởng đến ngành hàng cà phê hòa tan và thực phẩm tiện lợi trong nửa đầu năm 2017 khi doanh thu thuần giảm lần lượt

là 13% và 19%. Ban Giám đốc đã chuẩn bị lịch tái tung thương hiệu và tung các sản phẩm mới ra thị trường để khôi phục lại sự tăng trưởng của ngành hàng cà phê hòa tan và thực phẩm tiện lợi, nhưng hiệu quả tích cực của kế hoạch này phải đợi đến năm 2018 mới được thể hiện đầy đủ.

- Thị phần của toàn bộ danh mục sản phẩm của MCH vẫn giữ ở mức ổn định do doanh thu bán hàng từ nhà phân phối đến người tiêu dùng chỉ giảm 6,5% so với mức giảm doanh thu thuần kế toán là 13,4%. Nếu loại trừ ngành bia thì doanh thu bán hàng chỉ giảm 3,0%.
- Masan Nutri-Science ("**MNS**") bị ảnh hưởng nặng do giá heo hơi giảm thấp nhất trong lịch sử, chỉ 20.000-25.000 đồng/kg kéo dài đến Quý 2 năm 2017, dẫn đến sự sụt giảm mạnh trong kết quả tài chính trong 6 tháng đầu năm 2017. Ban Giám đốc đã điều chỉnh giảm dự báo tài chính cho cả năm 2017.
  - Quy mô thị trường thức ăn chăn nuôi heo nhìn chung đã giảm 35% đến 40% trong sáu tháng đầu năm 2017 khi cung và cầu thị trường tái cân bằng. Do đó, sản lượng và doanh thu bán hàng thức ăn chăn nuôi heo của MNS giảm lần lượt là 20,8% và 19,5%. Đáng chú ý là dòng sản phẩm Bio-zeem chỉ giảm 12,2% sản lượng bán hàng. Doanh thu thuần trong sáu tháng đầu năm 2017 giảm 9,8% do sự tăng trưởng của các loại thức ăn chăn nuôi khác bù vào sự sụt giảm về doanh thu thuần từ thức ăn chăn nuôi heo.
  - Để đối phó với tình hình thị trường hiện nay cũng như củng cố vị trí thương hiệu thức ăn chăn nuôi hàng đầu, MNS đã triển khai các chương trình hỗ trợ người chăn nuôi và nhà phân phối thoát khỏi cuộc khủng hoảng với kỳ vọng đây sẽ là những đối tác tiềm năng nhất thị trường. Chiến lược này khiến chi phí bán hàng trong sáu tháng đầu năm 2017 tăng 36% lên 1.136 tỷ đồng so với cùng kỳ 2016. Đây được xem là chi phí đầu tư cho dài hạn làm biên lợi nhuận giảm trong ngắn hạn. Ban Giám đốc dự kiến các khoản chi phí đầu tư này sẽ bắt đầu mang lại lợi nhuận trong 18 tháng tiếp theo bắt đầu từ quý 3 năm 2017, cụ thể là nhờ các chương trình khách hàng thân thiết và giá heo hơi phục hồi trong thời gian qua.
  - Ban Giám đốc ước tính sản lượng thức ăn chăn nuôi heo trong cả năm 2017 là 1,5 triệu tấn và tiếp tục đầu tư để hỗ trợ người chăn nuôi và nhà phân phối để đạt được kết quả tài chính cả năm 2017 tương đương với năm 2016. Mặc dù giá heo hơi hồi phục lên mức 40.000 – 42.000 đồng/kg vào cuối tháng 7/2017, Masan vẫn tiếp tục theo dõi tình hình thị trường và sự phản ứng của người chăn nuôi trước khi tiến hành điều chỉnh các dự báo tài chính cho năm 2017.
- Trong sáu tháng đầu năm 2016, lợi nhuận thuần hợp nhất sau cổ đông thiểu số của MSN có khoản lợi nhuận bất thường là 204 tỷ đồng, và Ban Giám đốc dự kiến không có khoản lợi nhuận bất thường nào trong năm 2017.
- Thu nhập tài chính hợp nhất giảm 29,2% trong sáu tháng đầu năm 2017 do số dư tiền mặt hợp nhất (bao gồm các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn) giảm từ 14.920 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2016 xuống còn 6.666 tỷ đồng tính đến ngày 30/6/2017 và lãi suất thấp hơn.
  - Số dư tiền mặt bị ảnh hưởng do khoản chi trả cổ tức bằng tiền mặt của MSN trong Quý 1/2017 là 2.277 tỷ đồng, và cả MCH và MNS đã hoàn trả trước hạn khoản trái phiếu trị giá 6.700 tỷ đồng.
  - Số dư nợ tại ngày 30/6/2017 ở mức 34.037 tỷ đồng so với mức 41.091 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2016. Như đã đề cập trong Báo cáo kết quả kinh doanh Quý

1/2017, Masan sẽ tiếp tục giảm khoản nợ nếu không có cơ hội sử dụng vốn hiệu quả hơn.

- Ban Giám đốc ước tính lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số sáu tháng cuối năm 2017 sẽ vào khoảng 1.945–2.345 tỷ đồng, tăng 10,7% đến 33,5% so với năm 2016.
  - Ban Giám đốc tin rằng vẫn có tiềm năng nâng cao lợi nhuận thuần được điều chỉnh 2.400-2.800 tỷ đồng, nhưng sẽ đưa ra mức cập nhật sau khi có kết quả kinh doanh 9 tháng năm 2017.

#### Các trụ cột tăng trưởng chiến lược tạo ra lực đẩy, kết quả ấn tượng trong nửa đầu 2017

- **Nước tăng lực Wake-Up 247 của MCH đạt kết quả vượt trội: tăng trưởng doanh thu thuần 72% trong sáu tháng đầu năm 2017 và có tiềm năng trở thành một thương hiệu có giá trị 45-50 triệu USD vào cuối năm.**
  - Nước tăng lực là một ngành hàng đang thúc đẩy tăng trưởng mang tính chiến lược của MSN với tổng quy mô thị trường trên 1 tỷ USD. Ban Giám đốc kỳ vọng sẽ đạt được thị phần 5% trên toàn quốc vào cuối năm 2017. Đà tăng trưởng dự kiến sẽ kéo dài sang nửa cuối năm 2017 và 2018 với chương trình tung ra sản phẩm Wake-Up 247 trên toàn quốc.
  - Mảng kinh doanh đồ uống không cồn của MCH dự kiến sẽ đạt doanh thu gần 100 triệu USD vào cuối năm 2017, tăng khoảng 30% so với năm 2016.
  - Ngoài ra, đóng góp của ngành hàng đồ uống không cồn đóng chai (không bao gồm cà phê hoà tan và bia) vào tổng doanh thu thuần hợp nhất của MCH trong sáu tháng đầu năm 2017 là 17,9%, so với chỉ 11,7% trong nửa đầu năm 2016. Tầm nhìn chiến lược của Masan nhằm trở thành một công ty thực phẩm – đồ uống với tỷ lệ 50/50 đang đi đúng hướng.
- **Mảng kinh doanh thịt chế biến của MCH tăng trưởng 359% lên 88 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017, dự kiến sẽ đạt doanh thu thuần cả năm trong khoảng 300-500 tỷ đồng.**
  - Masan đã chuyển đổi Saigon-Nutri Food (“SNF”) thành một nền tảng kinh doanh thịt chế biến mang tầm chiến lược thông qua hoạt động đổi mới sản phẩm, phân phối, và xây dựng thương hiệu mạnh “Heo Cao Bồi – Nguồn dinh dưỡng từ thịt”. Doanh thu thuần của MCH năm 2017 dự kiến sẽ tăng gấp 4-5 lần so với năm 2014, trước thời điểm Masan mua lại SNF.
  - Ban Giám đốc dự báo thịt chế biến sẽ trở thành ngành hàng có trị giá 50-75 triệu USD vào cuối năm 2018. Hiện nay, MCH chỉ kinh doanh trên thị trường xúc xích thức ăn nhẹ với quy mô thị trường đạt 100-150 triệu USD. MCH đang tập trung một loạt các sản phẩm từ thịt mới với giá trị gia tăng cao để phục vụ cho tất cả các nhu cầu ăn uống của gia đình.
  - Thị trường thịt chế biến với giá trị gia tăng cao của Việt Nam chỉ chiếm 1% tổng lượng thịt tiêu thụ, tương tự như Trung Quốc cách đây 10-15 năm. Ban Giám đốc kỳ vọng mức độ thâm nhập sẽ đạt 15-20% tổng lượng thịt tiêu thụ vào năm 2022, thị trường trị giá 1,5-2,0 tỷ USD, tương đương với cơ cấu thị trường thịt hiện tại của Trung Quốc.
  - MCH sẽ hợp nhất nền tảng thịt chế biến với nền tảng thực phẩm lớn hơn nhằm triển khai các giải pháp cho bữa ăn với giá cả hợp lý.

- **MNS đang đi đúng lộ trình nhằm thực hiện mô hình 3F “Feed-Farm-Food” (Từ trang trại đến bàn ăn) vào nửa đầu năm 2018, giảm thiểu rủi ro đối với sự biến động của giá cả sản phẩm chăn nuôi, giúp MNS tăng trưởng vượt qua các chu kỳ kinh doanh.**
  - MSN dự kiến sẽ hoàn thiện khu phức hợp sản xuất thịt và trang trại chăn nuôi heo vào sáu tháng đầu năm 2018. Đây sẽ là giai đoạn phát triển cuối cùng giúp hiện thực hoá tầm nhìn của MNS về nền tảng đam động vật tích hợp, một nền tảng độc đáo giúp phục vụ trực tiếp nhu cầu cho các sản phẩm thịt an toàn và truy xuất nguồn gốc dễ dàng.
  - Trong vòng 3 năm tới, các sản phẩm thịt sẽ có đóng góp lớn hơn vào doanh thu thuần của MNS, giúp cải thiện biên lợi nhuận gộp của MNS vào khoảng 30-35% trong trung hạn.
  - Khoản đầu tư 150 triệu USD của Kohlberg, Kravis and Roberts (“**KKR**”) vào MNS thể hiện niềm tin chiến lược vào khả năng xây dựng một nền tảng thịt tích hợp toàn diện nhằm chuyển đổi MNS từ một công ty kinh doanh hàng hóa thuần túy thành một công ty hàng tiêu dùng có thương hiệu, phục vụ trực tiếp đến lĩnh vực hàng tiêu dùng lớn nhất có trị giá đến 18 tỷ USD. Thông qua mạng lưới toàn cầu của mình, KKR cũng mang đến các đóng góp chuyên môn quốc tế để đẩy nhanh tiến trình và quản lý các rủi ro tiềm ẩn trong vận hành. Cùng với khoản đầu tư này, KKR cũng đã trở thành một trong những cổ đông nước ngoài lớn nhất của Masan Group.
- **Techcombank (“TCB”) đạt lợi nhuận thuần trước thuế là 2.734 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017.** TCB đang thúc đẩy việc chuyển đổi toàn bộ cơ cấu thu nhập sang thu nhập định kỳ từ phí, có rủi ro thấp và thực hiện chiến lược xây dựng mạng lưới bán lẻ hàng đầu.
  - TCB đã dự phòng đầy đủ các khoản vay VAMC trong sáu tháng đầu năm 2017 và sẽ dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ xấu còn lại cho đến cuối năm.
  - Tỷ lệ thu nhập lãi thuần sáu tháng đầu năm 2017 ở mức 3,85% và tỷ lệ nợ xấu là 2,06%
  - Masan sẽ không tham gia vào chương trình chào mua cổ phiếu quỹ của TCB.

**Kết quả tài chính hợp nhất của Masan Group trong nửa đầu năm 2017<sup>(1)</sup>**

Tỷ đồng	6 tháng đầu năm 2017	6 tháng đầu năm 2016	Tăng trưởng
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>18.019</b>	<b>19.141</b>	<b>(5,9)%</b>
Hàng hóa tiêu dùng	15.460	17.395	(11,1)%
Masan Resources	2.559	1.745	46,6%
<b>EBITDA<sup>(2)</sup></b>	<b>3.718</b>	<b>4.127</b>	<b>(9,9)%</b>
Hàng hóa tiêu dùng	1.807	2.893	(37,5)%
Masan Resources	1.275	877	45,4%
Techcombank	672	385	74,5%
<b>Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số</b>	<b>455</b>	<b>1.034</b>	<b>(56,0)%</b>
<b>Lợi nhuận thuần pro forma sau lợi ích cổ đông thiểu số<sup>(3)</sup></b>	<b>770</b>	<b>1.324</b>	<b>(41,8)%</b>

Tỷ đồng	Quý 2/2017	Quý 2/2016	Tăng trưởng
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>9.479</b>	<b>10.373</b>	<b>(8,6)%</b>
Hàng hóa tiêu dùng	8.096	9.434	(14,2)%
Masan Resources	1.383	939	47,3%
<b>EBITDA<sup>(2)</sup></b>	<b>1.855</b>	<b>2.495</b>	<b>(25,7)%</b>
Hàng hóa tiêu dùng	886	1.801	(50,8)%
Masan Resources	641	428	49,8%
Techcombank	345	245	41,6%
<b>Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số</b>	<b>218</b>	<b>781</b>	<b>(72,1)%</b>
<b>Lợi nhuận thuần tính theo tiền sau lợi ích cổ đông thiểu số<sup>(3)</sup></b>	<b>372</b>	<b>929</b>	<b>(59,3)%</b>

(1) Số liệu tài chính của Công ty chưa kiểm toán và tuân thủ theo Tiêu chuẩn kế toán Việt Nam VAS.

(2) EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại ảnh hưởng của chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại. EBITDA hợp nhất của MSN thấp hơn tổng mức đóng góp của các công ty con là do các chi phí của công ty mẹ.

(3) Lợi nhuận thuần tính theo tiền mặt (hay Lợi nhuận thuần pro forma), cho mỗi giai đoạn báo cáo và giai đoạn so sánh tương ứng, sẽ được tính toán bằng cách cộng lại ảnh hưởng của phân bổ lợi thế thương mại, tài sản cố định và tài sản vô hình do việc thực hiện các giao dịch M&A trước đây. Trong nửa đầu năm 2017, riêng chi phí phân bổ này lên đến 315 tỷ đồng. Công ty tin rằng số liệu này phản ánh lợi nhuận và khả năng sinh lời bằng tiền thật sự của Masan.

- Doanh thu thuần 6 tháng đầu năm 2017 đạt 18.019 tỷ đồng, giảm 5,9% so với cùng kỳ 2016.
  - Sự suy giảm chủ yếu do doanh thu thuần của MNS không đạt mục tiêu trong Quý 2 năm 2017. Ban Giám đốc đã dự báo rằng giá heo sẽ trở lại bình thường trong 6 tháng đầu năm 2017, nhưng thị trường đã không hồi phục cho đến cuối tháng 7/2017. Sự sụt giảm nhẹ của MCH trong Quý 2 năm 2017 đã được dự báo trước do kế hoạch cắt giảm hàng tồn kho.
  - Masan Resources (“MSR”) bù đắp cho sự sụt giảm doanh thu thuần từ mảng kinh doanh hàng tiêu dùng của Masan do giá cả hàng hóa tăng và sản lượng cao hơn nhờ nâng cấp công nghệ.
- Masan đạt EBITDA 3.718 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017, và 1.855 tỷ đồng trong Quý 2/2017, giảm lần lượt 9,9% và 25,7%. Sự sụt giảm chủ yếu là do sự gia tăng chi phí bán hàng trong mảng kinh doanh hàng tiêu dùng trong sáu tháng đầu năm 2017 và cơ cấu sản phẩm hàng bán.
- Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số trong sáu tháng đầu năm 2017 giảm 56,0% và lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số tính theo tiền giảm 41,8% so với cùng kỳ năm ngoái.

## Phân tích tình hình kinh doanh

### Nhu yếu phẩm tiêu dùng: Masan Nutri-Science

Giá heo hơi giảm trong thời gian vừa qua làm ảnh hưởng tới kết quả kinh doanh sáu tháng đầu năm 2017. Tình hình 6 tháng cuối năm 2017 sẽ khả quan hơn nhờ giá heo đã tăng trở lại tương đương năm 2016.

Tỷ đồng <sup>(1)</sup>	6 tháng năm 2017	6 tháng năm 2016	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	9.964	11.051	(9,8)%
Biên lợi nhuận gộp	22,8%	22,3%	0,5%
EBITDA	1.111	1.615	(31,2)%
Lợi nhuận thuần <sup>(2)</sup>	356	733	(51,5)%

<sup>(1)</sup> Dựa trên số liệu của Ban Giám đốc

<sup>(2)</sup> Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số

- Doanh thu thuần của MNS giảm 9,8% trong sáu tháng đầu năm 2017 so với cùng kỳ năm 2016 do giá heo hơi giảm đến 60%. Thị trường thức ăn chăn nuôi heo giảm 35-40% do người chăn nuôi có quy mô nhỏ phải treo chuồng, ngưng chăn nuôi và không có đầu tư gì nhiều cho chu kỳ chăn nuôi tiếp theo.
  - Sản lượng và doanh thu thuần của cám Bio-zeem trong sáu tháng đầu năm 2017 chỉ giảm tương ứng 12% và 11%. Tuy nhiên, các sản phẩm cám ngoài Bio-zeem vẫn chịu mức giảm sản lượng và doanh thu thuần khoảng 31%, gần với đà suy giảm của thị trường heo nói chung. Bio-zeem hiện đang đóng góp gần 60% sản lượng thức ăn cho heo của công ty. MNS sẽ tập trung vào việc tăng cường sản lượng của sản phẩm Bio-zeem lên 70-80% toàn bộ các sản phẩm thức ăn cho heo trong 6-8 tháng tới.
  - Ban Giám đốc kỳ vọng kết quả kinh doanh trong nửa cuối năm 2017 sẽ khả quan hơn nhờ vào việc giá heo hơi phục hồi và người chăn nuôi bắt đầu chuẩn bị cho chu kỳ chăn nuôi tiếp theo.
  - Măng thức ăn gia cầm đã đóng góp tích cực vào kết quả kinh doanh trong bối cảnh thị trường thức ăn cho heo đang bị ảnh hưởng. Thức ăn gia cầm tăng trưởng 20,8% trong sáu tháng đầu năm 2017 so với cùng kỳ năm trước.
- **Phân tích biên lợi nhuận:** Biên lợi nhuận gộp được cải thiện nhưng các chỉ số lợi nhuận khác giảm do việc tập trung đầu tư nhiều hơn vào các biện pháp hỗ trợ người chăn nuôi và nhà phân phối vượt qua khủng hoảng giá heo.
  - **Biên lợi nhuận gộp tăng 56 điểm cơ bản:** Biên lợi nhuận gộp của MNS tăng lên 22,8% trong nửa đầu năm 2017 so với 22,3% trong nửa đầu năm 2016. Biên lợi nhuận gộp được dự tính sẽ tăng trong tương lai gần nhờ vào việc tối ưu hoá công suất sản xuất thức ăn cho heo nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người chăn nuôi, đồng thời giá hàng hoá đang dần ổn định lại.
  - **Biên lợi nhuận EBITDA giảm 346 điểm cơ bản:** EBITDA trong sáu tháng đầu năm 2017 giảm 31,2% xuống 1.111 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước do việc hỗ trợ người chăn nuôi lẫn nhà phân phối làm tăng chi phí bán hàng.
  - **Biên lợi nhuận thuần giảm 306 điểm cơ bản:** Lợi nhuận sau thuế và lợi ích cổ đông thiểu số của MNS là 356 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2017, giảm 51,5% so

với cùng kỳ năm trước, với biên lợi nhuận là 3,6%. Biên lợi nhuận giảm là do chi phí bán hàng tăng và doanh thu tài chính giảm.

### **Nhu yếu phẩm tiêu dùng: Masan Consumer Holdings**

**Nước tăng lực và thịt chế biến là hai ngành đang mang lại tăng trưởng dài hạn nhưng việc đầu tư để tái cân bằng hàng tồn kho tại các nhà phân phối nhằm chuẩn bị cho các sản phẩm mới sáu tháng cuối năm 2017 và 2018 khiến doanh thu và lợi nhuận giảm trong nửa đầu năm 2017.**

<b>Doanh thu theo ngành hàng (tỷ đồng)</b>	<b>6 tháng năm 2017</b>	<b>6 tháng năm 2016</b>	<b>Tăng trưởng</b>
Gia vị	2.195	2.356	(7)%
Thực phẩm tiện lợi <sup>(1)</sup>	1.468	1.804	(19)%
Thịt chế biến	88	19	359%
Đồ uống và khác <sup>(2)</sup>	1.745	2.166	(19)%
<b>Thực phẩm – Đồ uống</b>	<b>5.496</b>	<b>6.345</b>	<b>(13)%</b>

<sup>(1)</sup> Bao gồm mì ăn liền và cháo ăn liền. Trong các báo cáo quý trước, thịt chế biến được tính gộp vào ngành hàng này nhưng đến nay đã được tách riêng do vai trò ngày càng quan trọng.

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

- **Phân tích và dự báo doanh thu thuần:** Doanh thu thuần trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống của Masan giảm 13,4% trong sáu tháng đầu năm 2017 xuống 5.496 tỷ đồng do những nỗ lực nhằm thúc đẩy tỷ lệ hàng bán đến người tiêu dùng và giảm hàng tồn kho tại nhà phân phối vốn đã được đề cập trong Quý 1/2017. Những ngành hàng bị ảnh hưởng chủ yếu bởi quyết định này bao gồm gia vị, thực phẩm tiện lợi, bia và cà phê hoà tan.
  - Nỗ lực giảm hàng tồn kho đã mang lại kết quả trong Quý 2/2017 với doanh thu thuần chỉ giảm nhẹ 2,3% so với cùng kỳ 2016. Nỗ lực trên không gây ảnh hưởng đến thị phần của MCH trong tất cả các ngành hàng do doanh số bán hàng từ các nhà phân phối đến người tiêu dùng vẫn ở mức ổn định.
  - Nước tăng lực và thịt chế biến đạt tăng trưởng đột phá với tổng doanh thu thuần là hơn 100 triệu USD. Nước tăng lực vị cà phê Wake-Up 247 đem lại doanh thu thuần 560 tỷ đồng, tăng 72% và thịt chế biến mang về 88 tỷ đồng, tăng 359% trong sáu tháng đầu năm 2017 so với cùng kỳ năm trước. Masan kỳ vọng đã tăng trưởng này sẽ tiếp tục nhờ vào việc tăng cường phân phối sản phẩm trên toàn quốc.
  - Doanh thu cả năm dự kiến vẫn sẽ tăng trưởng 3-5% so với doanh thu điều chỉnh năm 2016 sau khi tính vào các nỗ lực giảm hàng tồn kho.
- **Kết quả cải tiến sản phẩm chiến lược:** Nhiều chiến dịch tái tung và tung ra các sản phẩm mới sẽ tái khẳng định sức mạnh các nhãn hiệu của Masan và giúp Công ty chiếm lĩnh thị phần trên toàn quốc. Hệ thống phân phối hoạt động hiệu quả hơn sẽ là đòn bẩy giúp Masan ra mắt các cải tiến sản phẩm chiến lược và đem lại tăng trưởng doanh thu tiềm năng trong sáu tháng cuối năm 2017 và đà tăng trưởng này sẽ tiếp tục trong 2018. Như vậy, các ngành hàng chủ chốt sẽ mang lại những kết quả như sau:
  - Tái tung nhãn hiệu và sản phẩm bia Sư Tử Trắng trong tháng 7/2017 được kỳ vọng sẽ mang lại doanh thu gần 660 tỷ đồng trong sáu tháng cuối năm 2017 và như vậy mang lại 700 tỷ đồng doanh thu cho cả năm, đạt 70% mục tiêu lúc đầu của MCH.



- Thực phẩm tiện lợi được kỳ vọng sẽ mang lại doanh thu thuần từ 1.468 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017 lên 2.145 tỷ đồng trong sáu tháng cuối năm 2017, như vậy doanh thu cho cả năm 2017 đạt 3.163 tỷ đồng và xấp xỉ so với năm 2016.
- Kết quả của chiến lược tung ra các sản phẩm mới được kỳ vọng sẽ giúp doanh thu thuần của MCH đạt 8.534 tỷ đồng trong 6 tháng cuối năm 2017 so với 5.496 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017. Như vậy, dự kiến doanh thu thuần cả năm là 14.030 tỷ đồng, giảm 5% so với cùng kỳ năm 2016. Nếu doanh thu sáu tháng cuối năm 2017 như mong đợi, doanh thu cả năm của MCH sẽ tăng trưởng trong khoảng 3-5% so với năm 2016 sau khi điều chỉnh các nỗ lực giảm tồn kho. Đà tăng trưởng trong nửa cuối năm 2017 được kỳ vọng sẽ kéo dài qua năm 2018. Ban Giám đốc tin tưởng các mục tiêu này có thể thực hiện được trong khi hàng tồn kho chỉ ở mức 1.000-1.200 tỷ đồng.
- Phân tích kết quả lợi nhuận nửa đầu năm 2017: Biên lợi nhuận gộp tăng nhẹ bù vào ảnh hưởng của giá nguyên vật liệu đầu vào tăng, cơ cấu sản phẩm thay đổi và các khoản đầu tư một lần vào chi phí bán hàng nhằm giảm hàng tồn kho.**
  - Biên lợi nhuận gộp tăng 24 điểm cơ bản lên 41,4%:** Biên lợi nhuận gộp tăng do cơ cấu sản phẩm. Doanh số các sản phẩm có biên lợi nhuận thấp hơn như bia giảm.
  - EBITDA sáu tháng đầu năm giảm 749 điểm cơ bản xuống 12,7%** do các khoản đầu tư một lần nhằm giảm hàng tồn kho.
  - Masan Consumer Corporation, công ty con của Masan niêm yết trên sàn UPCoM, đạt lợi nhuận sau thuế và lợi ích cổ đông thiểu số là 618 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017, giảm 36% từ 963 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2016 là do tăng chi phí bán hàng từ việc tái cân bằng hàng tồn kho.
- MCH sẽ tái phân bổ chi quản lý và bán hàng trong nửa cuối năm 2017 để tập trung nhiều hơn vào việc marketing và quảng cáo trên truyền hình nhằm củng cố các thương hiệu sẵn có và xây dựng các thương hiệu mạnh mới. Ban Giám đốc dự kiến sẽ đầu tư 542 tỷ đồng vào marketing và quảng cáo, tăng 103% so với cùng kỳ năm trước và tăng 32% so với ngân sách ban đầu.**

#### Khoáng sản và chế biến sản phẩm giá trị gia tăng: Masan Resources

Mỏ Núi Pháo với năng suất được cải thiện và giá cả hàng hoá tăng giúp đạt kết quả tài chính ấn tượng nửa đầu năm 2017.

Tỷ đồng <sup>(1)</sup>	6 tháng năm 2017	6 tháng năm 2016	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	2.559	1.745	47%
EBITDA	1.275	877	45%
Lợi nhuận thuần <sup>(2)</sup>	63	70	(10)%

<sup>(1)</sup> Số liệu tài chính dựa trên báo cáo của Ban giám đốc

<sup>(2)</sup> Lợi nhuận thuần sau lợi ích thiểu số.

- Doanh thu thuần tăng 47%:** Masan Resources đạt tăng trưởng doanh thu thuần 47% trong 6 tháng đầu năm 2017 nhờ vào việc cải thiện hiệu suất và giá các sản phẩm tăng so với cùng kỳ năm trước.



### **Tầm nhìn chiến lược cho 3 năm sắp tới**

Ban Giám đốc có niềm tin vững chắc rằng các sáng kiến chiến lược và các khoản đầu tư một lần của 6 tháng đầu năm 2017 đã đặt nền tảng hoạt động và chiến lược nhằm giúp Công ty đạt được mục tiêu năm 2020. Masan sẽ chỉ tập trung duy nhất vào việc phát triển các ngành kinh doanh hàng tiêu dùng cốt lõi, nhằm chuyển đổi hoặc làm dẫn dắt thị trường bằng việc tập trung vào phát kiến, thấu hiểu người tiêu dùng một cách sâu sắc và tạo ra các sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng cho mọi người dân Việt Nam. Doanh thu và lợi nhuận trong giai đoạn 2018-2020 tăng trưởng 15-20% mỗi năm là do ba trụ cột tăng trưởng chiến lược: bia, thịt là nền tảng cho chiến lược lớn hơn về dinh dưỡng và đồ uống không cồn.



## **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](mailto:tanveer@msn.masangroup.com)

(Dành cho truyền thông)

Van Nguyen

T: +848 6256 3862

E: [van.nguyen@msn.masangroup.com](mailto: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.*