

Số: 58.../2024

No.:/2024

TP. HCM, ngày 30 tháng 01 năm 2024
Ho Chi Minh City, 30 January 2024

CÔNG BỐ THÔNG TIN BẤT THƯỜNG
EXTRA-ORDINARY INFORMATION DISCLOSURE

Kính gửi: Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
Sở Giao dịch Chứng khoán Hồ Chí Minh
Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
To: State Securities Commission of Vietnam
Ho Chi Minh Stock Exchange
Ha Noi Stock Exchange

- Tên tổ chức: Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
Name of organization: Masan Group Corporation
Mã chứng khoán/Mã thành viên: MSN
Stock code/ Broker code: MSN
Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, phường Bến Nghé, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh
Address: 23 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1, Ho Chi Minh City
Điện thoại liên hệ/Tel.: 28 6256 3862 Fax: 28 3827 4115
- Nội dung thông tin công bố: **Thông cáo báo chí về kết quả kinh doanh Quý 4/2023.**
Contents of disclosure: Immediate release on business results 4Q2023
- Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty vào ngày 30/01/2024 tại đường dẫn <https://www.masangroup.com/investor-relations.html>
This information was disclosed in the folder Corporate Announcements of section Investor Center on the Company's website on 30 January 2024 at <https://www.masangroup.com/investor-relations.html>



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.

We hereby certify that the information provided is true and correct and we bear the full responsibility to the law.

Tài liệu đính kèm/Attached documents:

Tài liệu liên quan đến nội dung thông tin công bố như nêu tại Mục 2.

Documents related to disclosed information at mentioned in Item 2.

ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC
ORGANIZATION REPRESENTATIVE
Người được ủy quyền công bố thông tin
Authorized representative for information disclosure
LUẬT SƯ TRƯỞNG / GENERAL COUNSEL



TRẦN PHƯƠNG BẮC



THÔNG CÁO BÁO CHÍ

MASAN
GROUP



Mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi của Masan ghi nhận lợi nhuận hoạt động kinh doanh tăng trưởng 40%

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 01 năm 2024 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” hoặc “Công ty”) hôm nay công bố báo cáo tài chính chưa kiểm toán của Quý 4/2023 và cả năm 2023.

“WinCommerce đang trên đà gặt hái lợi nhuận bền vững trong năm 2024. Masan Consumer Holdings đang quay trở lại quỹ đạo tăng trưởng. Nền tảng FMCG toàn cầu của Masan đã cho thấy những kết quả tích cực khi tương ớt CHIN-SU nằm trong top 8 sản phẩm bán chạy nhất trên Amazon. MEATDeli đang bắt đầu thu hút được người tiêu dùng trên quy mô lớn. Quá trình số hóa thị trường tiêu dùng Việt Nam đang tăng tốc với việc chương trình hội viên WIN đạt 8 triệu người tiêu dùng tham gia. Masan sẽ tiếp tục “keep going”, không ngừng tạo giá trị cho Việt Nam, người tiêu dùng, cổ đông và Masaners!”, Tiến sĩ Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch Tập đoàn Masan chia sẻ.

Điểm nhấn chiến lược:

- **Mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi¹ của Masan tiếp tục ghi nhận lợi nhuận hoạt động kinh doanh (“EBIT”) tăng trưởng ở mức 40,1% trong năm 2023 so với cùng kỳ nhờ lợi nhuận kỳ lục của Masan Consumer Holdings (“MCH”) và khả năng sinh lời vững bền của WinCommerce (“WCM”) bất chấp tiêu dùng suy yếu ảnh hưởng bởi điều kiện kinh tế vi mô và vĩ mô.**
 - MCH tiếp tục đạt được một quý kỷ lục về lợi nhuận, tạo ra mức tăng trưởng lợi nhuận sau thuế (LNST) ấn tượng 30,5% trong năm 2023 so với cùng kỳ, trong khi vẫn duy trì mức hàng tồn kho lành mạnh. Đây là thành quả của việc luân chuyển sản phẩm có biên lợi nhuận cao hợp lý, chiến lược giá củng cố bởi thương hiệu mạnh và vận hành hiệu quả. Nhằm tăng tốc quá trình đổi mới sản phẩm và nâng cao tỷ lệ thành công, MCH sẽ triển khai mô hình ra mắt sản phẩm mới trên hệ thống chuỗi cửa hàng, siêu thị WCM và các kênh digital.
 - Trong năm 2023, chiến lược “Go Global” với điểm nhấn là thương hiệu CHIN-SU mang lại nhiều kết quả tích cực. Doanh thu xuất khẩu tăng lên 1.005 tỷ đồng trong năm 2023, tăng 13,6% so với cùng kỳ năm ngoái. Đặc biệt, tại thị trường Mỹ, tương ớt CHIN-SU giữ vững vị trí trong top 8 sản phẩm bán chạy nhất trên Amazon. Theo đó, từ năm 2020 đến năm 2023 tổng doanh xuất khẩu đạt tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) mạnh mẽ ở mức 31%. Chiến lược “Go Global” là động lực tăng trưởng trung và dài hạn quan trọng cho MCH khi công ty đặt mục tiêu quảng bá văn hóa F&B Việt Nam đến 8 tỷ người tiêu dùng trên toàn thế giới.
 - Bất chấp môi trường vĩ mô đầy thách thức, WCM thành công bảo vệ lợi nhuận khi mở 312 cửa hàng tiện lợi mới (WinMart+), mang lại 694 tỷ đồng EBITDA (Lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao). Nhóm cửa hàng tiện lợi LFL² ghi nhận biên lợi nhuận LNST 3,7% trong quý 4/2023.
- **Việc cải tạo thành công các cửa hàng của WCM đã giúp cải thiện tăng trưởng LFL, là động lực tăng trưởng chính trong năm 2024:**
 - Tăng trưởng LFL của các cửa hàng WIN đạt -4,8% trong tháng 2/2023 so với cùng kỳ đã tăng lên +4,9% trong tháng 12/2023 so với cùng kỳ, giúp cân bằng lại mức tăng trưởng LFL -3,6% so với cùng kỳ của các cửa hàng chưa được cải tạo. Kết quả tích cực cửa hàng WIN là minh chứng của mô hình thành công, dành cho người tiêu dùng thành thị với nhu cầu trải nghiệm đa dịch vụ (“Point of Life”) và ưa chuộng các sản phẩm tươi sống chất lượng cao. WCM tập trung vào việc chuyển đổi WinMart+ Urban sang mô hình cửa hàng WIN mới và tích hợp các nhu cầu hàng ngày khác tại

¹ Mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi bao gồm TCX (hợp nhất MCH & WCM), MML và PLH.

² LFL cho WCM đề cập đến nhóm cửa hàng được mở trước năm 2022 và vẫn đang hoạt động.

đây để hiện thực hóa mô hình bán lẻ “Point of Life” của Masan, nơi người tiêu dùng có thể tiếp cận 80% nhu cầu hàng ngày của họ.

- Mô hình cửa hàng chi phí thấp, WinMart+ Nông thôn đã cải thiện tăng trưởng LFL từ mức -13,4% so với cùng kỳ trong tháng 2/2023 lên +4,9% trong tháng 12/2023 so với cùng kỳ. Năng suất bán hàng của định dạng cửa hàng này được cải thiện nhờ vào sự chuyển đổi định hướng sản phẩm từ “Tươi Ngon Thượng Hạng!” sang “Rẻ hơn, chất lượng hơn” phù hợp với người tiêu dùng có thu nhập thấp ở khu vực nông thôn. Bên cạnh đó, mô hình mới này còn giúp giảm chi phí vận hành và chi phí vốn (CAPEX), góp phần nâng cao khả năng sinh lời bền vững của WCM trong năm 2024.
- **Masan triển khai nền tảng để số hóa người tiêu dùng thông qua việc mở rộng chương trình hội viên WIN.**
 - Từ tháng 1/2023, MSN đã triển khai thành công chương trình Hội viên WIN trên toàn quốc, mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng khi mua sắm tại hệ sinh thái của Masan. Chương trình đã thu hút 8 triệu hội viên, đóng góp đáng kể 55% vào tổng doanh thu³ của WCM. Chương trình hội viên WIN là cánh cổng giúp MSN kết nối trực tiếp với người tiêu dùng, thấu hiểu hơn những nhu cầu hàng ngày của họ. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho MSN trong việc giao tiếp và cung cấp sản phẩm, dịch vụ được cá nhân hóa đến người tiêu dùng. Trong năm 2024, chương trình hội viên WIN sẽ tập trung vào việc kết nối các nhãn hàng với người tiêu dùng mục tiêu bằng các sản phẩm mang lại giá trị tốt, được cá nhân hóa. Theo đó, tổng chi tiêu hàng tháng của mỗi thành viên cho thấy sự tăng trưởng ổn định, đạt 581.000 đồng vào tháng 12/2023, so với mức 486.000 đồng vào tháng 3/2023.
- **Masan tiếp tục củng cố bảng cân đối kế toán thông qua việc giảm đòn bẩy tài chính và giảm chi phí lãi vay:**
 - Khẳng định niềm tin vào chiến lược và khả năng của Masan để hiện thực hóa “thời điểm vàng” của thị trường tiêu dùng, Bain Capital đã gia tăng khoản đầu tư vào vốn cổ phần Masan thêm 50 triệu USD, nâng mức đầu tư lên 250 triệu USD. Thương vụ dự kiến hoàn tất trong quý 1/2024.
 - Trong quý 4/2023, Công ty đã phòng ngừa thành công 100% rủi ro các khoản nợ dài hạn bằng USD với các điều khoản hợp lý: 950 triệu USD tiền gốc vay được chuyển đổi sang VNĐ ở tỷ giá 23.937 và lãi suất cố định ở mức 8,93% mỗi năm. IRS (Interest Rate Swaps) kết hợp với FX kỳ hạn: 45 triệu USD thanh toán gốc vào năm 2024 với tỷ giá (FX) là 24.005; 300 triệu USD có lãi suất cố định 6,48% mỗi năm trong 5 năm với tỷ giá 1 năm (1-year FX) ở mức 23.790 để giảm thiểu rủi ro liên quan đến tiền tệ và lãi suất.
 - MSN tiếp tục đặt mục tiêu đạt tỷ lệ Nợ ròng trên EBITDA là $\leq 3,5x$

Điểm nhấn kết quả kinh doanh:

- **The CrownX (“TCX”)**, nền tảng tiêu dùng bán lẻ tích hợp của Masan, hợp nhất WCM và MCH, ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu 2,6% so với cùng kỳ năm ngoái, mang lại doanh thu 57.684 tỷ đồng trong năm 2023 bất chấp sự suy yếu của tiêu dùng. Doanh thu ghi nhận 15.980 tỷ đồng trong quý 4/2023, tăng 3,1% so với cùng kỳ.
- **MCH tập trung vào đổi mới, sáng tạo và mang lại mức tăng trưởng biên lợi nhuận gộp mạnh mẽ trong khi vẫn duy trì mức tồn kho lành mạnh.**
 - MCH ghi nhận 29.066 tỷ đồng doanh thu thuần và 7.431 tỷ đồng EBITDA trong năm 2023. Doanh thu tăng 3,4% so với cùng kỳ trong năm 2023 và quý 4/2023. Trên cơ sở LFL⁴, doanh thu của MCH tăng 9,0% trong năm 2023 và 5,4% trong quý 4/2023 so với cùng kỳ năm trước trong khi vẫn duy trì mức hàng tồn kho lành mạnh. Tăng trưởng 2 chữ số của biên lợi nhuận gộp và ở hầu hết các ngành hàng đã giúp LNST của MCH tăng trưởng 31% so với cùng kỳ.
 - Các ngành hàng chủ chốt gồm Chăm sóc sức khỏe gia đình, cá nhân, Gia vị và Thực phẩm tiện lợi tăng trưởng lần lượt 39,4%, 18,2%, 8,8% so với cùng kỳ. Doanh thu đổi mới đạt 1.284 tỷ đồng, tăng 39,0% so với cùng kỳ năm ngoái, đóng góp 54% vào tăng trưởng doanh thu LFL.

³ Đóng góp doanh thu của các hội viên trong tháng 12 năm 2023.

⁴ Khi đề cập đến MCH, LFL loại trừ đóng góp của mảng thịt chế biến trong năm 2022.

- Biên lợi nhuận gộp của MCH đạt mức cao kỷ lục 44,9% trong năm 2023, tăng đáng kể từ 40,1% trong năm 2022 trên cơ sở LFL, nhờ cơ cấu sản phẩm có biên lợi nhuận cao, thương hiệu mạnh, giá nguyên liệu đầu vào thấp và vận hành sản xuất hiệu quả. Trên cơ sở LFL, biên EBITDA được cải thiện từ 24,0% trong năm 2022 lên 25,6% trong năm 2023. Để đảm bảo sự ổn định của biên lợi nhuận trong năm 2024, MCH đã chốt phần lớn giá cho nguyên vật liệu sản xuất cho đến nửa cuối năm 2024.
- **WCM tiếp đà tăng trưởng EBIT và ghi nhận LNST⁵ nhóm sản phẩm hàng bách hóa đạt con số dương trong quý 4/2023, là cột mốc quan trọng cho lộ trình đạt mức hòa vốn LNST cả năm của WCM.**
 - WCM ghi nhận doanh thu 30.054 tỷ đồng trong năm 2023 và 7.653 tỷ đồng trong quý 4/2023, tăng lần lượt 2,3% và 3,0% so với cùng kỳ năm ngoái nhờ tác động tích cực của việc mở cửa hàng mới, sự tăng trưởng mạnh mẽ của các cửa hàng được chuyển đổi và thành công trong việc nâng cấp mô hình cửa hàng.
 - Bất chấp môi trường vĩ mô đầy thách thức, sau khi đạt mức hòa vốn EBIT trong quý 3/2023 (Lần đầu tiên sau giai đoạn COVID-19), WCM vẫn gặt hái lợi nhuận trong quý 4/2023 với EBIT tăng nhẹ trên toàn mạng lưới và biên EBITDA⁶ được cải thiện lên 3,2%. Biên LNST của nhóm cửa hàng tiện lợi LFL đạt 3,7% trong quý 4/2023.
 - Trong năm 2023, WCM tập trung vào công tác tìm ra mô hình phù hợp cho người tiêu dùng khu vực nông thôn và thành thị (Cửa hàng WIN và WinMart+ Nông thôn). Ưu tiên việc cải tạo, nâng cấp cửa hàng hơn mở rộng quy mô mạng lưới, WCM đã mở mới 312 cửa hàng WinMart+ (“WMP”), trong đó có 67 cửa hàng WMP được mở mới trong quý 4/2023. WCM kết thúc năm với tổng số 3.633 cửa hàng, siêu thị trên toàn quốc. Với kết quả vượt trội của mô hình cửa hàng WIN và WinMart+ Nông thôn, WCM cải tạo 309 cửa hàng WIN và 1.100 cửa hàng Nông thôn trong nửa cuối năm 2023, vượt kế hoạch ban đầu là 250 cửa hàng WIN và 676 cửa hàng Nông thôn. Xuyên suốt năm 2023, WCM có tổng cộng 1.615 cửa hàng được nâng cấp, chiếm 46% mạng lưới cửa hàng tiện lợi, đã chứng tỏ khả năng phục hồi và hiệu quả vượt trội. Điều này mang lại niềm tin cho ban lãnh đạo về đà tăng trưởng được tiếp diễn trong năm 2024.
 - Bộ phận logistics nội bộ của Masan, Supra, đã xử lý hiệu quả ~50% hàng hóa của WCM, giúp giảm chi phí đơn vị. Cụ thể, chi phí logistics trên mỗi đơn vị giảm 11% so với cùng kỳ năm ngoái đối với cả sản phẩm khô và hàng tươi sống. Nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, WCM và Supra đang hợp tác triển khai hợp lý hóa và số hóa toàn hệ thống cung ứng.
 - Trong tháng 1/2024, giai đoạn trước Tết Nguyên đán, WCM nhận thấy đà tăng trưởng LFL được cải thiện và tích cực so với giai đoạn trước Tết năm 2023. Trong khi vẫn tự tin về xu hướng tiêu dùng phục hồi, WCM sẽ thận trọng và theo dõi kết quả sau Tết.
- **MML mang lại doanh thu và tăng trưởng EBITDA bền vững cho hầu hết các phân khúc sản phẩm (ngoại trừ gà trang trại) nhờ doanh số tăng mạnh.**
 - Trên cơ sở LFL⁷, doanh thu MML đạt 6.984 tỷ đồng trong năm 2023, tăng 10,9% so với cùng kỳ năm trước, với doanh thu tăng ở tất cả các phân khúc, ngoại trừ gà trang trại. Trên cơ sở báo cáo, doanh thu đã tăng 46,0% so với cùng kỳ năm trước trong năm 2023. Phân khúc gà trang trại bị ảnh hưởng bởi cả giá và doanh số thấp hơn so với năm 2022, tác động được giảm một phần nhờ MML tích cực tối ưu hóa hoạt động vận hành trang trại gà trong quý 4/2023. Trong năm 2023, MML tiếp tục đạt được doanh số và tỉ lệ sử dụng cao hơn nhờ chiến lược giá cả cạnh tranh, giúp thu hẹp khoảng cách giá giữa các sản phẩm MEATDeli và thịt nóng trong các chợ truyền thống (Thực hiện từ đầu năm 2022). Bên cạnh đó, với việc tích hợp vào chương trình hội viên WIN, các sản phẩm MEATDeli tại các cửa hàng của WCM đạt doanh số bán hàng ngày trên mỗi điểm bán

⁵ LNST của hàng bách hóa không bao gồm tác động từ khấu hao của WinEco và các khoản lỗ phát sinh từ hoạt động kinh doanh phi bách hóa.

⁶ EBITDA và EBIT của cửa hàng loại bỏ chi phí văn phòng hỗ trợ và trụ sở chính.

⁷ Khi đề cập đến MML, LFL bao gồm đóng góp của mảng thịt chế biến trong năm 2022.

tăng mạnh 33%, từ mức 1,16 triệu đồng trong tháng 1/2023 lên mức 1,55 triệu đồng trong thời điểm cuối năm.

- EBITDA của MML chuyển biến tích cực lên 266 tỷ đồng nhờ việc tăng thêm 157 tỷ đồng từ thị chế biến và cải thiện đáng kể biên lợi nhuận của thịt lợn tươi có thương hiệu.
- **Doanh thu của Phúc Long Heritage (“PLH”) tiếp tục bị ảnh hưởng do người tiêu dùng cắt giảm chi tiêu bên ngoài, tuy nhiên, lợi nhuận được cải thiện bằng hoạt động luân chuyển các ki-ốt.**
 - Trong năm 2023, Phúc Long ghi nhận doanh thu 1.535 tỷ đồng, giảm 2,8% so với cùng kỳ do chịu tác động bởi môi trường vĩ mô đầy thách thức ảnh hưởng đến tiêu dùng ngoài nhà, mức ảnh hưởng được giảm nhờ kết quả hợp nhất hoạt động kinh doanh⁸ cả năm. PLH đã nâng cao khả năng sinh lời bằng cách tối ưu hóa số lượng ki-ốt, đạt được 255 tỷ đồng EBITDA, đạt tăng trưởng 30,6% trong năm 2023 so với cùng kỳ.
 - Ban lãnh đạo tiếp tục thận trọng và chỉ mở 5 cửa hàng mới ngoài WCM trong quý 4/2023, nâng tổng số cửa hàng mở mới trong năm lên 28 cửa hàng. Cuối năm 2023, PLH có 156 cửa hàng ngoài WCM.
- **Lợi nhuận của MHT giảm trong quý 4/2023 do lợi nhuận APT thấp, tác động bởi sự trì hoãn của hoạt động nổ mìn và nhu cầu suy yếu. Công tác nổ mìn dự kiến sẽ trở lại hoạt động vào quý 1/2024 với sự tham gia của nhà thầu mới.**
 - Trong năm 2023, kết quả kinh doanh của MHT chịu ảnh hưởng bởi nhu cầu khách hàng suy yếu, và việc ngừng hoạt động nổ mìn gây ảnh hưởng đến chất lượng quặng khai thác. Công tác nổ mìn dự kiến sẽ trở lại hoạt động vào quý 1/2024. Doanh thu năm 2023 của MHT đạt 14.093 tỷ đồng, giảm 9,4% so với cùng kỳ.
 - EBITDA của MHT giảm 51,6% trong năm 2023 so với cùng kỳ xuống còn 1.550 tỷ đồng. MHT đã thuê nhà thầu nổ mìn mới và sẽ đưa vào hoạt động bình thường. Hợp đồng nổ mìn mới giúp MHT thuận lợi trong việc giảm chi phí nổ mìn trong dài hạn, chiếm ~7% chi phí vận hành mỏ của MHT.
- **Techcombank (“TCB”), công ty liên kết của Masan, đóng góp 3.826 tỷ đồng vào EBITDA trong năm 2023, giảm 11,2% so với cùng kỳ. Để biết kết quả chi tiết, vui lòng tham khảo trang web của ngân hàng.**

Kết quả kinh doanh hợp nhất

- **Doanh thu thuần:** Doanh thu thuần của Masan trong năm 2023 đạt 78.252 tỷ đồng, tăng 2,7% so với 76.189 tỷ đồng trong năm 2022. Doanh thu quý 4/2023 đạt 20.782 tỷ đồng, tăng nhẹ 0,7% so với cùng kỳ.
- **EBITDA:** EBITDA đạt 13.343 tỷ đồng trong năm 2023 và 3.170 tỷ đồng trong quý 4/2023, giảm lần lượt 7,6% và 12,2% so với cùng kỳ, ảnh hưởng chủ yếu từ kết quả kinh doanh của TCB và MHT, trong khi mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi đạt kết quả tích cực.
- **Lợi nhuận sau thuế:** LNST trước phân bổ cho cổ đông thiểu số (NPAT Pre – MI) giảm 60,7% xuống còn 1.870 tỷ đồng trong năm 2023 theo báo cáo, chủ yếu do không có khoản thu nhập phát sinh một lần trong năm 2022, đóng góp lợi nhuận sụt giảm từ MHT và TCB và chi phí tài chính tăng cao. Trong khi EBIT của mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi cải thiện đáng kể 1.396 tỷ đồng thì lợi nhuận của MHT và TCB giảm lần lượt 1.433 tỷ đồng và 484 tỷ đồng, chi phí lãi thuần và tỷ giá tăng 896 tỷ đồng.
- **Bảng cân đối kế toán:** Nợ ròng⁹ trên EBITDA cho 12 tháng gần nhất ở mức 3,9x vào cuối năm 2023, cải thiện so với mức 4,0x vào cuối quý 3/2023 nhờ sự gia tăng của tiền và các khoản tương đương tiền. Trong bối cảnh thị trường vốn đầy biến động, các doanh nghiệp sở hữu mảng kinh doanh tập trung vào người tiêu dùng tạo ra dòng tiền vững chắc như Masan có nhiều lợi thế tiếp cận thị trường vốn trong nước và quốc tế với những điều kiện rất thuận lợi. Hoạt động kinh doanh không mang tính chu kỳ của Masan giúp ban lãnh đạo tự tin vào những thuận lợi phía trước trong việc gia tăng thanh khoản của Công ty vào những tháng sắp tới:

⁸ PLH được hợp nhất từ cuối tháng 1 năm 2022.

⁹ Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn 3 đến 12 tháng) và các khoản phải thu liên quan đến hoạt động ngân quỹ và đầu tư (bao gồm các khoản phải thu có lãi suất nhất định).

- Số dư tiền và tương đương tiền cuối năm 2023 đạt 16.919 tỷ đồng, thấp hơn so với mức 17.512 tỷ đồng vào cuối năm 2022.
- Nợ ròng giảm xuống 52.653 tỷ đồng vào cuối năm 2023, so với 53.481 tỷ đồng vào cuối năm 2022
- Dòng tiền tự do ("FCF") cải thiện lên 7.454 tỷ đồng trong năm 2023, tăng đáng kể so với 887 tỷ đồng trong năm 2022.

Kế hoạch kinh doanh năm 2024:

Tùy thuộc vào phê duyệt nội bộ của Công ty và điều kiện vĩ mô, năm 2024, Masan dự kiến doanh thu thuần hợp nhất nằm trong khoảng từ 84.000 đến 90.000 tỷ đồng, thể hiện mức tăng trưởng lần lượt từ 7% đến 15% so với cùng kỳ năm trước. Đây là kết quả kinh doanh dự kiến tương ứng với các kịch bản khác nhau về điều kiện vĩ mô. LNST cốt lõi trước phân bổ cho cổ đông thiểu số (Core NPAT Pre – MI) dự kiến sẽ nằm trong khoảng 2.290 đến 4.020 tỷ đồng, tăng trưởng mạnh so với 1.950 tỷ đồng trong năm 2023.

- **Điểm nhấn chiến lược:**
 - Tiếp tục tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận với động lực là mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi:
 - MCH tiếp tục đạt mức tăng trưởng doanh thu hai con số trong khi vẫn duy trì khả năng sinh lời cao, đóng góp vào lợi nhuận chung của MSN.
 - WCM tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận bằng cách thúc đẩy tăng trưởng LFL và cải thiện hơn nữa biên lợi nhuận gộp thông qua việc đẩy mạnh chiến lược nhấn hàng riêng, tối ưu hóa chi phí logistics và giảm hao hụt.
 - Chương trình hội viên WIN giúp tạo giá trị cho hệ sinh thái của Masan và các nhãn hàng đối tác.
 - Giảm đòn bẩy để cải thiện bảng cân đối kế toán.
 - Giảm lợi ích ở các mảng kinh doanh không cốt lõi trong khi vẫn duy trì chiến lược phân bổ vốn chặt chẽ.
- **TCX:** dự kiến đạt doanh thu thuần trong khoảng 63.000 đến 68.000 tỷ đồng, tương ứng mức tăng từ 9% đến 18% so với năm 2023.
 - Doanh thu thuần của **MCH** dự kiến đạt từ 32.500 tỷ đồng đến 36.000 tỷ đồng trong năm 2024, với mức tăng trưởng đóng góp chủ yếu của ngành hàng Thực phẩm tiện lợi, Đồ uống và Chăm sóc gia đình, cá nhân. Bên cạnh các sản phẩm, ngành kinh doanh chủ chốt, MCH còn đang phát triển các năng lực và quy trình đổi mới nhằm hoàn thiện danh mục FMCG trong tương lai. Ban lãnh đạo nhận thấy tiềm năng tăng trưởng của kế hoạch kinh doanh năm 2024 có sự đóng góp không nhỏ của việc mở rộng quy mô các phát kiến thực hiện trong năm 2023 và sự đón nhận của người tiêu dùng cho lộ trình đổi mới sáng tạo trong năm 2024.
 - Trong năm 2024, **WCM** dự kiến đạt doanh thu thuần từ 32.500 đến 34.000 tỷ đồng, tăng lần lượt so với cùng kỳ từ 8% đến 13%. Mức tăng trưởng này được thúc đẩy bởi tốc độ tăng trưởng LFL nhanh hơn, mở rộng mạng lưới, và kết quả tích cực của các cửa hàng mới. Trong kịch bản cơ sở với doanh thu thuần 32.500 tỷ đồng, trong đó thị trường phục hồi với tốc độ chậm hơn dự kiến, tăng trưởng LFL được dự báo thận trọng trong khoảng 0% - 5%, WCM dự kiến mở mới 400 cửa hàng tiện lợi. Trong trường hợp tâm lý người tiêu dùng khởi sắc trở vào đầu năm 2024, tăng trưởng LFL được dự báo sẽ đạt trong khoảng 9% đến 13% và WCM sẽ mở mới 700 cửa hàng tiện lợi. Chương trình hội viên WIN dự kiến sẽ thúc đẩy chi tiêu của thành viên và bắt đầu gặt hái doanh thu thông qua quảng cáo và các giải pháp thấu hiểu người tiêu dùng cho các nhãn hàng.
- **PLH** dự kiến đạt 1.790 đến 2.170 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng 17% đến 41% so với cùng kỳ. PLH dự kiến mở từ 30 đến 60 cửa hàng mới ngoài WCM (bao gồm cửa hàng tiêu chuẩn, cửa hàng Flagship và ki-ốt) tập trung vào Hà Nội và TP.HCM. Phúc Long cũng sẽ bắt đầu tích hợp chương trình loyalty vào hội viên WIN của Masan, mang đến nhiều lợi ích, đồng thời cũng mang lại một nguồn doanh thu khác cho PLH. Ngoài ra, Phúc Long sẽ nâng cao năng suất bán hàng thông qua các dự án marketing các cửa hàng địa phương, triển khai chương trình khuyến mãi trên toàn quốc, và các chương trình theo mùa giúp thu hút lượng khách hàng trẻ mới.
- **MML** dự kiến đạt doanh thu thuần trong khoảng 7.100 và 7.800 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 2% đến 12% so với cùng kỳ nhờ tập trung đầu tư vào mảng kinh doanh thịt chế biến và giảm quy mô trang trại chăn nuôi gà. Trong đó, doanh thu từ mảng thịt lợn có thương hiệu và thịt chế biến dự kiến tăng trưởng

lần lượt từ 15% đến 28% và từ 12% đến 33% so với cùng kỳ. MML đã và đang nỗ lực định vị Ponnice là thương hiệu xúc xích tiết trùng cao cấp. Để tăng doanh số bán hàng hàng ngày tại mỗi điểm bán WCM lên 2,5 triệu đồng, MML có kế hoạch ra mắt các quầy thịt trong WCM, triển khai chiến dịch digital marketing mục tiêu đến các hội viên WIN, đồng thời thiết lập hệ thống tự động bổ sung hàng.

- **MHT** dự kiến đạt doanh thu thuần từ 15.000 đến 15.800 tỷ đồng, tương ứng tăng lần lượt 6% đến 12% so với cùng kỳ. MHT sẽ triển khai hoạt động nỗ lực trong quý 1/2024 và chuyển sang khai thác mở phía Đông. Trọng tâm của MHT là thực hiện các hoạt động tối ưu hóa chi phí, đặc biệt là trong hoạt động vận hành, thu mua, đồng thời giảm đòn bẩy tài chính.
- **Bảng cân đối kế toán:** Masan sẽ tiếp tục tích cực tìm kiếm các phương án thay thế để giảm đòn bẩy tài chính và giảm chi phí lãi vay với mục tiêu Nợ ròng/EBITDA <3,5x.

Điểm nhấn vĩ mô:

- Trong nửa cuối năm 2023, môi trường vĩ mô của Việt Nam bắt đầu ổn định trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu vẫn còn nhiều thách thức. Thanh khoản trong hệ thống ngân hàng đã và đang tạo ra môi trường thuận lợi cho quá trình phục hồi kinh tế. Lãi suất cho vay liên ngân hàng đã chứng kiến sự sụt giảm đáng kể so với mức kỷ lục được ghi nhận vào cuối năm 2022. Tăng trưởng tín dụng đạt 13,5% trong tháng 12, tiệm cận mục tiêu hàng năm là 14%, nhờ thanh khoản thị trường được cải thiện và môi trường lãi suất thấp hơn nhờ những đợt cắt giảm lãi suất chính sách 150 điểm cơ bản kể từ tháng 3. Bên cạnh đó, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam chuyển biến tích cực trong quý 4/2023. Đà tăng tích cực trong quý của Đầu tư Trực tiếp Nước ngoài (FDI) báo hiệu sức hấp dẫn của nền kinh tế Việt Nam và dòng vốn USD mạnh mẽ đổ vào.
- MSN dự đoán thị trường tiêu dùng sẽ dần phục hồi vào năm 2024 nhờ triển vọng kinh tế được cải thiện. Động lực tăng trưởng của GDP năm 2024 được đóng góp bởi sự cải thiện của tiêu dùng nội địa được hỗ trợ bởi các chính sách của Chính Phủ. Tăng trưởng tiêu dùng tư nhân được dự đoán sẽ đạt 7,0% vào năm 2024, mức tăng đáng kể so với mức 5,8% trong năm 2023, đánh dấu mức tăng trưởng cao nhất so với các nước cùng ngành trong khu vực¹⁰. Bên cạnh đó, các mối quan hệ được nâng tầm chiến lược giữa Việt Nam và các nước Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc cũng là động lực tích cực cho dòng vốn FDI chảy vào nước ta trong tương lai.
- Masan tin rằng thị trường tiêu dùng tại Việt Nam sẽ tăng trưởng nhẹ trong nửa đầu năm 2024 và phục hồi nhanh chóng trong nửa năm còn lại. Tuy nhiên, trong bối cảnh triển vọng kinh tế toàn cầu không mấy sáng sủa có thể ảnh hưởng đến lộ trình phục hồi của Việt Nam, Masan sẽ lập kế hoạch cho cả kịch bản thị trường phục hồi chậm và kịch bản tăng trưởng nhanh trong năm 2024.

¹⁰ Nghiên cứu của UBS. Viễn cảnh kinh tế APAC: Châu Á qua những con số. Ngày 30 tháng 11 năm 2023.

Kết quả tài chính hợp nhất¹¹ năm 2023

Tỷ đồng	4Q2023	4Q2022	Tăng trưởng	FY2023	FY2022	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	20.782	20.643	0,7%	78.252	76.189	2,7%
The Crown X	15.980	15.496	3,1%	57.684	56.221	2,6%
Masan Consumer Holdings	8.691	8.409	3,4%	29.066	28.103	3,4%
Masan Consumer Holdings (LFL)	8.691	8.243	5,4%	29.066	26.677	9,0%
WinCommerce	7.653	7.433	3,0%	30.054	29.369	2,3%
Masan MEATLife	1.778	1.553	14,5%	6.984	4.785	46,0%
Masan MEATLife (LFL)	1.778	1.807	-1,6%	6.984	6.300	10,9%
Masan High-Tech Materials	3.188	3.898	-18,2%	14.093	15.550	-9,4%
Phuc Long Heritage	374	436	-14,1%	1.535	1.579	-2,8%
Lợi nhuận gộp	5.768	5.554	3,9%	22.121	21.035	5,2%
The Crown X	5.834	4.936	18,2%	20.106	17.565	14,5%
Masan Consumer Holdings	4.028	3.383	19,1%	13.046	11.214	16,3%
Masan Consumer Holdings (LFL)	4.028	3.332	20,9%	13.046	10.710	21,8%
WinCommerce	1.949	1.782	9,4%	7.240	6.802	6,4%
Masan MEATLife	318	107	197,3%	1.053	344	206,0%
Masan MEATLife (LFL)	318	247	28,6%	1.053	938	12,2%
Masan High-Tech Materials	-385	374	n.m.	784	2.377	-67,0%
Phuc Long Heritage	243	264	-8,2%	993	1.117	-11,1%
Biên lợi nhuận gộp	27,8%	26,9%		28,3%	27,6%	
The Crown X	36,5%	31,9%		34,9%	31,2%	
Masan Consumer Holdings	46,3%	40,2%		44,9%	39,9%	
Masan Consumer Holdings (LFL)	46,3%	40,4%		44,9%	40,1%	
WinCommerce	25,5%	24,0%		24,1%	23,2%	
Masan MEATLife	17,9%	6,9%		15,1%	7,2%	
Masan MEATLife (LFL)	17,9%	13,7%		15,1%	14,9%	
Masan High-Tech Materials	-12,1%	9,6%		5,6%	15,3%	
Phuc Long Heritage	64,8%	60,6%		64,7%	70,7%	
SG&A	-4.848	-4.173	16,2%	-17.942	-16.366	9,6%
The Crown X	-3.957	-3.386	16,9%	-14.374	-13.205	8,8%
Masan Consumer Holdings	-1.885	-1.554	21,3%	-6.525	-5.710	14,3%
WinCommerce	-1.962	-1.837	6,8%	-7.564	-7.273	4,0%
Masan MEATLife	-337	-224	50,3%	-1.277	-800	59,6%
Masan High-Tech Materials	-208	-221	-6,0%	-877	-1.041	-15,8%
Phuc Long Heritage	-208	-280	-25,9%	-908	-1.014	-10,5%
EBITDA	3.170	3.612	-12,2%	13.343	14.437	-7,6%
The Crown X	2.489	2.322	7,2%	8.111	7.369	10,1%
Masan Consumer Holdings	2.388	2.082	14,7%	7.431	6.561	13,3%
Masan Consumer Holdings (LFL)	2.388	2.064	15,7%	7.431	6.407	16,0%
WinCommerce	242	238	1,6%	694	804	-13,7%
Masan MEATLife	102	-2	n.m.	266	-36	n.m.
Masan MEATLife (LFL)	102	45	126,4%	266	148	79,9%
Masan High-Tech Materials	-146	655	n.m.	1.550	3.203	-51,6%
Tecombank contribution	928	749	23,9%	3.826	4.310	-11,2%
Phuc Long Heritage	49	-4	n.m.	255	195	30,6%
Biên EBITDA	15,3%	17,5%		17,1%	18,9%	
The Crown X	15,6%	15,0%		14,1%	13,1%	
Masan Consumer Holdings	27,5%	24,8%		25,6%	23,3%	
Masan Consumer Holdings (LFL)	27,5%	25,0%		25,6%	24,0%	
WinCommerce	3,2%	3,2%		2,3%	2,7%	
Masan MEATLife	5,7%	-0,1%		3,8%	-0,8%	
Masan MEATLife (LFL)	5,7%	2,5%		3,8%	2,3%	
Masan High-Tech Materials	-4,6%	16,8%		11,0%	20,6%	
Phuc Long Heritage	13,0%	-0,9%		16,6%	12,4%	

Kết quả kinh doanh (2/2)

¹¹ Các số liệu tài chính dựa trên các số liệu quản lý chưa được soát xét và phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam. Để ngắn gọn và đơn giản, phân tích phân khúc chỉ bao gồm các mảng kinh doanh hiện có và không hiển thị tất cả các mảng kinh doanh của Masan (chẳng hạn như Phuc Long Heritage, Mobicast, v.v.) nhưng tác động tài chính của chúng được phản ánh trong số liệu tài chính hợp nhất của Masan.

Tỷ đồng	4Q2023	4Q2022	Tăng trường	FY2023	FY2022	Tăng trường
Lợi nhuận / (Chi phí) tài chính thuần	-970	-1.168	-63,6%	-5.724	-3.786	51,2%
Thu nhập tài chính	644	655	-1,6%	2.405	2.576	-6,6%
Chi phí tài chính	-1.615	-1.823	-11,4%	-8.130	-6.362	27,8%
Thu nhập / (Chi phí) khác	55	-59	n.m.	213	-76	n.m.
Thuế TNDN	-431	-100	331,1%	-693	-393	76,3%
Lợi nhuận thuần trước phân bổ Cổ đông thiếu số	517	804	-35,8%	1.870	4.754	-60,7%
Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính trước phân bổ Cổ đông thiếu số¹²	604	942	-35,9%	1.950	3.852	-49,4%

Bảng cân đối kế toán

Tỷ đồng	FY2023	FY2022	FY2021
Tiền và các khoản tương đương tiền¹³	16.919	17.512	22.638
Nợ vay	69.572	70.993	58.178
Nợ vay ngắn hạn	28.030	40.567	18.806
Nợ vay dài hạn	41.542	30.426	39.372
Tổng tài sản	147.383	141.343	126.093
Tổng vốn chủ sở hữu	38.237	36.637	42.337
Tổng vốn chủ không tính cổ đông thiếu số	26.560	26.153	32.811
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)	1.431	1.424	1.181

Các chỉ số tài chính tiêu biểu

Tỷ đồng	FY2023	FY2022	FY2021
Nợ vay ròng/EBITDA¹⁴	3,9x	3,7x	2,2x
ROAA	1%	4%	8%
ROAE	2%	12%	35%
FFO¹⁵ to Debt	4%	7%	11%
LTM FCF¹⁶	7.454	887	3.407
Vòng quay tiền mặt	63	58	38
Số ngày tồn kho ¹⁷	90	90	69
Số ngày phải thu ¹⁸	12	12	9
Payable Days Số ngày phải trả	39	44	41
CAPEX	-2.229	-4.165	-2.805

¹² LNST cốt lõi Pre-MI không bao gồm tác động của thu nhập/chi phí phát sinh một lần.

¹³ Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn 3 đến 12 tháng) và các khoản phải thu liên quan đến hoạt động ngân quỹ và đầu tư (bao gồm các khoản phải thu có lãi suất nhất định).

¹⁴ Tỷ lệ nợ ròng/EBITDA sử dụng "Tiền mặt và các khoản tương đương tiền" như chú thích 8

¹⁵ FFO: Tiền từ hoạt động thuần trong 12 tháng ("LTM") được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho chi phí tài chính thuần và điều chỉnh cho thuế thu nhập doanh nghiệp trong giai đoạn báo cáo.

¹⁶ FCF: Dòng tiền thuần được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho thay đổi trong vốn lưu động, thuế thu nhập doanh nghiệp và chi phí đầu tư CAPEX.

¹⁷ Số ngày tồn kho được tính bằng cách lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán LTM.

¹⁸ Số ngày phải thu và phải trả được tính dựa trên số dư không bao gồm số dư không liên quan đến hoạt động kinh doanh chia cho Doanh thu LTM và COGS LTM tương ứng.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan” hoặc “Tập đoàn”) tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Tập đoàn là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho 100 triệu người dân Việt Nam, để họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu cơ bản hàng ngày. Masan hiện thực hóa tầm nhìn này bằng cách thúc đẩy năng suất thông qua những phát kiến mới, áp dụng công nghệ, 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 lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh, thịt có thương hiệu, bán lẻ, chuỗi F&B, dịch vụ tài chính, viễn thông và sản xuất vật liệu công nghiệp có giá trị gia tăng. Đây là những lĩnh vực đang tăng trưởng cao của nền kinh tế Việt Nam.

Dành cho Nhà đầu tư/Chuyên viên phân tích

Dương Hoàng Phú

T: +84 28 6256 3862

E: ir@msn.masangroup.com

Dành cho Truyền thông

Phạm Vân

T: +84 28 6256 3862

E: pr@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 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 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 có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính hoặc thành tích của Masan 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.

