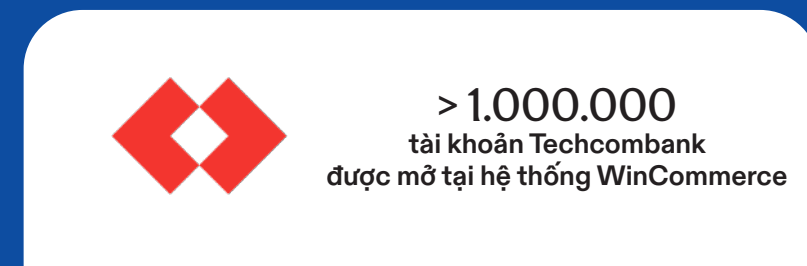
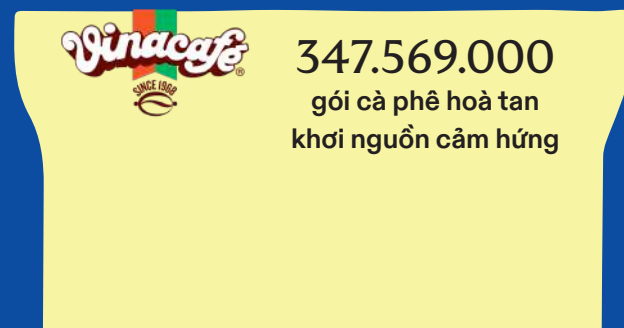
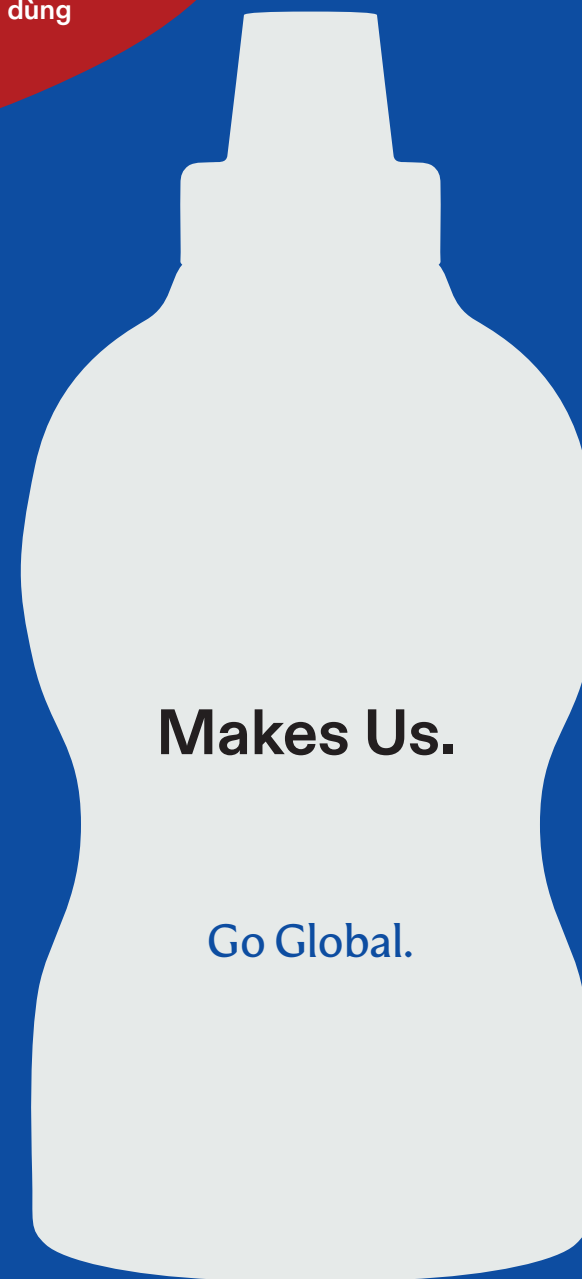


What we
make...

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN





**Điều gì giúp
chúng tôi phục vụ
khách hàng tốt hơn
mỗi ngày?**





750.000 lượt
mua sắm tại
WinCommerce
mỗi ngày

Hàng ngày, chúng tôi phụng sự để
nâng cao đời sống vật chất và
tinh thần của hàng trăm
triệu người tiêu dùng



Không chỉ tạo ra những sản phẩm thiết yếu hàng ngày, chúng tôi còn mang đến trải nghiệm mua sắm toàn diện và chuyên biệt cho bạn ở mọi hình thức và nền tảng



11.000.000 hội viên
sẽ tích điểm dễ dàng
hơn với ứng dụng Win

150 chuyên viên nghiên cứu và nhà phân tích nỗ lực mang đến những phát kiến mới tại Trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng



Go Digital - chúng tôi đầu tư vào tương lai để phục vụ khách hàng tốt hơn trong kỷ nguyên số



Chúng tôi chắt lọc tinh hoa,
nâng niu hương vị Việt
mang ra thế giới

40.000 ly Phúc Long
được thưởng thức mỗi ngày

PHUC LONG
Since 1988
Tea & Coffee

Mô hình đại lý ngân hàng
tại WinCommerce ngày
càng phát triển trên
toàn quốc



Hơn 1.000.000 tài
khoản Techcombank
được mở tại chuỗi
bán lẻ của chúng tôi

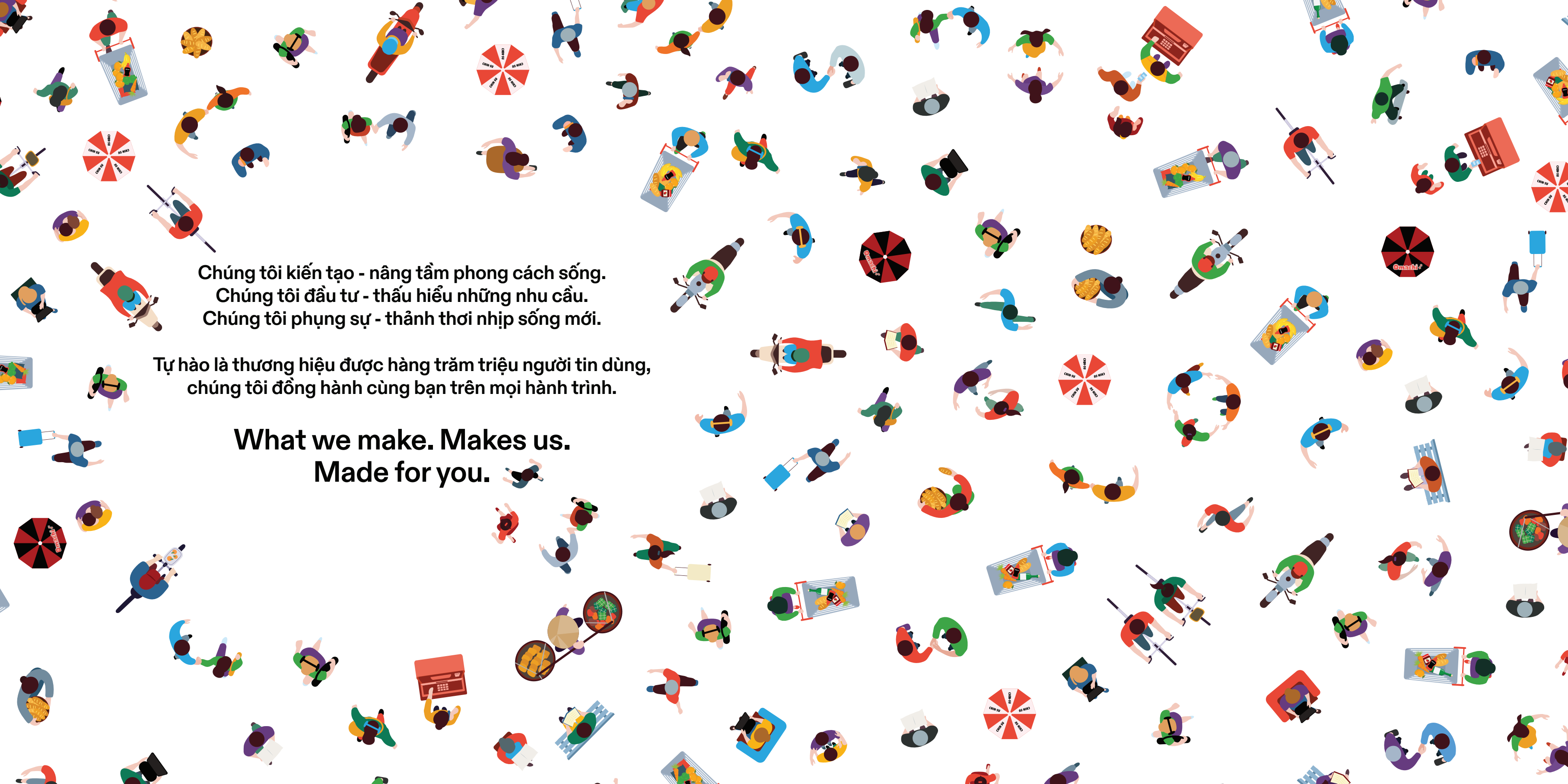
Chúng tôi mang đến
trải nghiệm mua sắm,
thanh toán thuận tiện
và không cần tiền mặt



Go Global – chúng tôi
mang văn hoá ẩm thực
Việt Nam ra thế giới

24.957.000 chai
nước tương CHIN-SU
đồng hành triệu món ngon





Chúng tôi kiến tạo - nâng tầm phong cách sống.
Chúng tôi đầu tư - thấu hiểu những nhu cầu.
Chúng tôi phụng sự - thành thới nhịp sống mới.

Tự hào là thương hiệu được hàng trăm triệu người tin dùng,
chúng tôi đồng hành cùng bạn trên mọi hành trình.

**What we make. Makes us.
Made for you.**

Mục lục	
Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị	22
Câu chuyện của Masan	28
Báo cáo Phát triển bền vững	44
Báo cáo của Ban Điều hành	90
Báo cáo Tài chính	140
Thông tin chung về Công ty	232

Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị



Quý Cổ Đông, Đối Tác, Người Tiêu Dùng và hơn 40.000 Masaner thân mến,

Ngay từ ngày đầu tiên, sứ mệnh “Hàng ngày nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng” đã là kim chỉ nam cho mọi hành động của Masan. Luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm trên hành trình phụng sự, chúng ta bắt đầu từ việc gắn bó, nâng tầm căn bếp của mỗi gia đình. Trong suốt 29 năm qua, Masan đã không ngừng mở rộng để phục vụ mọi nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng.

Chúng ta kiến tạo giá trị bằng cách hàng ngày mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm và dịch vụ thiết yếu luôn được đổi mới với chất lượng tốt hơn ở mức giá hợp lý. Đây là thước đo phản ánh hiệu quả rõ ràng nhất để Masan soi rọi chính mình, và cũng chính là nền tảng tạo ra giá trị bền vững, lâu dài cho xã hội, cổ đông và cho cả chính Masaner.

Hành trình chuyển đổi của Masan có lúc khiến người ngoài nhìn vào cảm thấy khó hiểu. Tuy nhiên, mỗi sự thay đổi đều hướng đến mục tiêu đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và luôn thay đổi của người tiêu dùng. Không phải mọi phát kiến đều thành công. Điều quan trọng là những chiến lược thành công chiếm tỉ trọng lớn trong những bước đi của chúng ta.

Những kết quả mà chúng ta đạt được là minh chứng rõ ràng nhất và nhân dịp này, tôi muốn chia sẻ một cách tường tận vì sao Masan thực sự đang chạm tay vào cánh cửa tạo ra giá trị đột phá cho người tiêu dùng, cho các cổ đông và các Masaner:

- Trong suốt thập kỷ qua, Masan Consumer là công ty hàng tiêu dùng nhanh có tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận nhanh nhất khu vực Châu Á – Thái Bình Dương.
- WinCommerce từ đang lỗ hơn 200 triệu USD/năm đã đạt lợi nhuận sau thuế là con số dương một cách bền vững.
- Masan MEATLife lần đầu tiên ghi nhận lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh kể từ khi thoái vốn mảng thức ăn chăn nuôi.

- Lợi nhuận sau thuế sau lợi ích cổ đông thiểu số hợp nhất năm 2024 của Tập đoàn Masan đạt 1.999 tỷ đồng, tăng 377,5% so với năm trước.

Nhìn từ bên ngoài, Masan Group là sự kết hợp của nhiều mảnh ghép. Với chúng ta, đây là một hệ sinh thái tích hợp và cộng hưởng cùng nhau để phát huy thế mạnh, là động lực cho sự bứt phá. Điều này được minh chứng qua những con số tích cực của hệ sinh thái Masan: Doanh số trung bình mỗi điểm bán của Masan MEATLife đã tăng gấp đôi, và tốc độ tăng trưởng của Masan Consumer trong hệ thống WinCommerce đã tăng 84%.

Dù đã đạt được một số thành tựu nổi bật, nhưng hành trình phía trước của chúng ta vẫn còn dài và đầy hứa hẹn.

Về mặt tài chính, chúng ta đã đạt được những thành quả đáng khích lệ. Tuy nhiên, tốc độ chuyển đổi, tích hợp và kiến tạo giá trị mới chính là thử thách khó khăn nhất, đồng thời mang lại giá trị to lớn nhất.

Chúng ta đã thành công hoàn tất giai đoạn đầu tiên trong hành trình 5 năm xây dựng nền tảng tiêu dùng – bán lẻ tích hợp. Bước sang giai đoạn hai, Masan sẽ tập trung củng cố thị phần chi tiêu và mang về lợi nhuận.

Và con đường duy nhất để chúng ta hiện thực hóa điều này là: **“Chuyển đổi số”**.

“Chuyển đổi số”

Đây sẽ là yếu tố định hình lại toàn bộ ngành tiêu dùng – bán lẻ tại Việt Nam: từ hiệu quả sản xuất, tối ưu chuỗi cung ứng, xây dựng thương hiệu, đổi mới sáng tạo, trải nghiệm người tiêu dùng cho đến hiện đại hóa bán lẻ. Việc tích hợp phần mềm, dữ liệu, AI, tự động hóa và kết nối vào DNA của Masan là điều quan trọng cần phải làm.

Những mô hình kinh doanh truyền thống sẽ dần biến mất. Thị trường sẽ trao phần thưởng chiến thắng cho những nhà tiên phong đổi mới, những người nắm giữ chiếc chìa khóa tạo ra giá trị đột phá: **chuyển đổi số**.

Masan kiến tạo tương lai – Dẫn đầu kỷ nguyên mới

Chúng ta không chỉ bán sản phẩm mà mang đến một **trải nghiệm tiêu dùng – bán lẻ tích hợp, liền mạch**, từ thương hiệu đến dịch vụ cho người tiêu dùng.

Trên hành trình kiến tạo, dữ liệu chính là “trái tim” trong tương lai của Masan, là lợi thế vượt trội để phụng sự người tiêu dùng. Dữ liệu là la bàn, cùng đồng hành giúp chúng ta biết mở cửa hàng ở đâu, sản xuất gì và khi nào, làm sao để tự động hóa và kết nối chuỗi cung ứng, và quan trọng nhất: thấu hiểu nhu cầu của người tiêu dùng.

Việc thu thập, xử lý, phân tích và phân phối các dữ liệu chuyên sâu theo thời gian thực sẽ đẩy nhanh tốc độ đổi mới và nâng cao tỷ lệ thành công của sản phẩm. Tài sản chiến lược nhất của chúng ta sẽ không còn là tài sản vật lý, mà chính là dữ liệu. Cảm nhận và trực giác vẫn quan trọng, nhưng để giải bài toán phức tạp và đổi mới để phục vụ hàng tỷ người tiêu dùng, chúng ta cần dữ liệu.

Đây không còn là sự phỏng đoán mà là khoa học, là sự kết hợp giữa trực giác con người và dữ liệu, để đưa ra những quyết định nhanh hơn, thông minh hơn về những gì chúng ta tạo ra, cách chúng ta phục vụ và nơi chúng ta đầu tư. Masan sẽ phát triển thành một tổ chức vận hành bằng dữ liệu, ra quyết định dựa trên dữ liệu một cách vững vàng, chính xác và tiên phong.

Chuyển đổi số mang đến cho chúng ta cơ hội kết nối trực tiếp với từng người tiêu dùng và phục vụ họ tốt hơn. Các mô hình truyền thống thuần túy như TVC và dịch vụ bán lẻ ngoại tuyến không thể mang lại trải nghiệm tiếp thị và bán lẻ được cá nhân hóa. Hãy tưởng tượng một thế giới nơi người tiêu dùng nhận được những ưu đãi cá nhân hóa mỗi khi họ bước vào khu vực gần cửa hàng nhờ công nghệ định vị địa lý (geo-fencing), hoặc trải nghiệm một hành trình cùng những thương hiệu yêu thích của họ. Một hành trình nơi công nghệ kết nối trực tiếp cảm xúc, nhu cầu và khoảnh khắc tạo nên trải nghiệm tiêu dùng thông minh, sâu sắc và đầy cảm hứng. Người tiêu dùng thời đại mới là

những người am hiểu công nghệ số và họ đòi hỏi một hành trình trải nghiệm liền mạch, sống động và đậm chất cá nhân. Không chỉ mua sắm, họ muốn được kết nối, được thấu hiểu và đồng hành cùng thương hiệu trong từng khoảnh khắc của cuộc sống.

Trải nghiệm của họ không còn giới hạn ở việc xem quảng cáo trên truyền hình hay ghé thăm cửa hàng. Các công cụ kỹ thuật số giúp tạo dựng mối quan hệ ý nghĩa hơn, có định hướng, mang lại sự hài lòng và tăng cường sự gắn bó với từng người tiêu dùng. Bạn không thể trở thành một công ty lấy người tiêu dùng làm trọng tâm nếu thiếu chuyển đổi số trong thế kỷ 21, bạn cần phải đáp ứng nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng theo thời gian thực. Chúng ta muốn trở thành người bạn đồng hành của họ chứ không chỉ là một nhà cung cấp dịch vụ truyền thống.

Là một doanh nghiệp tiêu dùng - bán lẻ tích hợp hướng đến người tiêu dùng, hiệu quả của chuỗi cung ứng quyết định sự thành công hay thất bại của chúng ta. Chuyển đổi số là phương thức duy nhất để tạo ra một chuỗi cung ứng linh hoạt, phản ứng kịp thời trong thời gian thực. Các công cụ kỹ thuật số cho phép chúng ta nhanh chóng truy xuất nguồn gốc sản phẩm tươi sống, giảm thiểu tình trạng hết hàng và hao hụt, đồng thời tối ưu hóa các tuyến giao hàng để

tiết kiệm thời gian. Chuỗi cung ứng trong tương lai đảm bảo độ tươi ngon của sản phẩm, duy trì nguồn cung, tối ưu hóa danh mục hàng hóa và giảm chi phí dịch vụ. Điều này sẽ góp phần mang lại giá cả hợp lý hơn cho người tiêu dùng mỗi ngày.

Chuyển đổi số chính là mảnh ghép còn thiếu để Masan vươn mình từ hình ảnh một tập đoàn truyền thống, xóa bỏ định kiến “đa ngành”, và khẳng định vị thế là một nền tảng trải nghiệm tiêu dùng tích hợp – như Walmart, Amazon, Alibaba, Reliance hay Apple đã làm được. Dữ liệu và công nghệ sẽ tái định hình toàn bộ mô hình kinh doanh của chúng ta, tạo lực đẩy mạnh mẽ để tăng tốc hiện thực hóa tầm nhìn:

- Sở hữu 10.000 điểm Point Of Life – chuỗi cửa hàng bán lẻ và kênh truyền thống hiện đại hóa, phục vụ hơn 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.
- Xây dựng nền tảng hội viên “một chạm” – kết nối thương hiệu, nhà bán lẻ và người tiêu dùng qua mọi dịch vụ thiết yếu hàng ngày, không chỉ là nhu yếu phẩm.

- Tái định vị thị trường FMCG Việt Nam và vươn ra toàn cầu, phục vụ 8 tỷ người tiêu dùng trên thế giới.
- Giảm 10% chi phí tiêu dùng hàng ngày cho người dân mà vẫn giữ vững hiệu quả lợi nhuận.
- Cắt giảm ít nhất 50% các chương trình khuyến mãi đại trà, kém hiệu quả – hướng đến giá trị thực và tăng trưởng bền vững.

Đây là hành trình kiến tạo hệ sinh thái tiêu dùng toàn diện của chúng ta – nơi công nghệ, dữ liệu và sự thấu hiểu người Việt trở thành động lực thay đổi cuộc chơi.

Tương tự như cách Masan đã đầu tư vào các thương hiệu mạnh và mạng lưới bán lẻ truyền thống, chúng ta sẽ tiếp tục đầu tư vào chuyển đổi số: đây chính là điều chúng ta muốn nói khi nhắc đến “Tiêu dùng - Bán lẻ - Công nghệ”.

Chuyển đổi số sẽ là yếu tố phân định rõ ràng giữa những nhà vô địch tương lai và những người thất bại.



What We Make. Makes Us.

“Những gì chúng ta tạo ra sẽ là những gì chúng ta nhận lại. Và chúng ta tồn tại để kiến tạo những giá trị lớn lao và bền vững cho người tiêu dùng, cổ đông, đối tác và gia đình của chính mình.”



Trải qua thời gian, có một sự thật luôn tồn tại: What We Make, Makes Us. Chúng ta phải luôn ghi nhớ nguyên tắc này và tiếp tục dám ước mơ lớn. Triết lý doanh nghiệp lớn nhưng nếu chỉ nằm trong vùng an toàn sẽ chỉ mang lại kết quả khiêm tốn, không có sự đột phá. Và chúng ta tồn tại để kiến tạo những giá trị lớn lao và bền vững cho người tiêu dùng, cổ đông, đối tác và gia đình của chính mình.

Chúng ta có tất cả những yếu tố cần thiết để tạo ra tác động mà Masan Consumer đã đạt được trong suốt 20 năm qua, nhưng với quy mô và tầm ảnh hưởng gấp 10 lần. Tương lai của Masan là của những doanh nhân khao khát tạo dấu ấn lớn trên thế giới. Những gì chúng ta tạo ra sẽ là những gì chúng ta nhận lại. Mục tiêu của chúng ta càng trở nên quan trọng trong bối cảnh đầy biến động. Chúng ta tồn tại để mang lại nụ cười và cuộc sống tốt đẹp hơn cho mọi người.

Đây chỉ là khởi đầu của câu chuyện Masan; thể hệ lãnh đạo tiếp theo có trách nhiệm kiên định hiện thực hóa tầm nhìn to lớn và dài hạn của chúng ta.

Keep going...

Dr. Nguyễn Đăng Quang

Đội ngũ Masan Group



Câu chuyện của Masan



Giới thiệu



Hệ sinh thái tiêu dùng
- bán lẻ - công nghệ
phụng sự những nhu cầu
lớn chưa được đáp ứng
và không ngừng thay đổi
của hơn 100 triệu người
tiêu dùng Việt Nam

Là công ty hàng đầu tại Việt Nam với nền tảng sản phẩm và dịch vụ luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, Masan Group (“Công ty”, “Tập đoàn”, “Masan”, “MSN”) tin tưởng vào triết lý “Doing well by doing good”. Nguyên tắc chủ đạo của chúng tôi là không ngừng chuyển đổi và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và luôn thay đổi của người tiêu dùng, qua đó tạo ra giá trị mang tính đột phá. Cùng với sự phát triển của kinh tế Việt Nam, nhu cầu của người tiêu dùng giờ đây không còn là những nhu cầu thiết yếu hàng ngày, mà mở rộng phạm vi tới các sản phẩm, dịch vụ, trải nghiệm đa dạng, phù hợp với sở thích của từng cá nhân và phong cách sống hiện đại. Bên cạnh đó, công nghệ và sự tiện lợi ngày càng trở thành mối quan tâm hàng đầu và được nhiều người ưa chuộng. Đón đầu xu hướng này, bên cạnh hoạt động sản xuất kinh doanh các sản phẩm có thương hiệu, Masan Group đã xây dựng hệ sinh thái tiêu dùng - bán lẻ - công nghệ tích hợp xuyên suốt từ offline đến online.

Hiện nay, các mảnh ghép trong hệ sinh thái tiêu dùng của chúng tôi bao gồm các công ty thành viên và công ty liên kết hoạt động trong các lĩnh vực như bán lẻ hàng tiêu dùng, FMCG có thương hiệu (bao gồm thực phẩm và đồ uống đóng gói, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”)), thịt có thương hiệu và sản phẩm tươi sống, dịch vụ tài chính, bán lẻ thực phẩm và đồ uống, viễn thông di động. Chúng tôi hoạt động trong một số ngành hàng tiêu dùng lớn nhất tại Việt Nam, trong đó sức tiêu dùng trong nước là thành phần chính đóng góp vào GDP và là động lực tăng trưởng kinh tế. Cụ thể, các doanh nghiệp này bao gồm The CrownX (“TCX”), nền tảng bán lẻ hàng tiêu dùng sở hữu cả Masan Consumer (“MCH”), mảng kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu, và WinCommerce (“WCM”), mảng kinh doanh bán lẻ của chúng tôi. Chúng tôi còn có các mảng kinh doanh tiêu dùng khác như: Masan MEATLife (“MML”), một trong những nền tảng thịt có thương hiệu lớn nhất Việt Nam tập trung vào việc mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu, hợp vệ sinh và có thể truy xuất nguồn gốc; Phúc Long Heritage (“PLH”), thương hiệu trà và cà phê được yêu thích hàng đầu; và Mobicast, nhà khai thác mạng di động ảo (“MVNO”) hoạt động với thương hiệu “Wintel”, trước đây là “Reddi”.

Các lĩnh vực kinh doanh khác của Tập đoàn Masan bao gồm công ty liên kết là Ngân hàng Techcombank (“TCB”), ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu tại Việt Nam với chiến lược tập trung vào thị trường bán lẻ thông qua việc áp dụng công nghệ cao để nắm bắt các cơ hội tăng trưởng trong ngành dịch vụ tài chính, và công ty thành viên Masan High-Tech Materials (“MHT”), một trong những nhà chế biến sản phẩm vonfram cận sâu (midstream) và nguyên liệu chiến lược phục vụ sản xuất công nghiệp lớn nhất thế giới.

CÔNG TY THÀNH VIÊN	
The CrownX (“TCX”)	WinCommerce (“WCM”)
Masan Consumer Corporation (“MCH”)	Masan MEATLife (“MML”)
Phúc Long Heritage (“PLH”)	Mobicast (“MVNO”)
CÔNG TY LIÊN KẾT	
Techcombank (“TCB”)	
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	

Tầm nhìn

Chúng tôi theo đuổi lý tưởng trở thành niềm tự hào của Việt Nam với sự tin yêu của người tiêu dùng.

An illustration on a bright blue background showing various scenes of daily life. At the top left, a person in an orange shirt is pushing a shopping cart filled with fresh produce like bananas, oranges, and carrots. To the right, another person is cooking, with steam rising from a pot. Below them, a person is shown from behind, looking at a large bowl of food. At the bottom, two people are sitting on the floor, one holding a bowl. The overall theme is about the integration of Masan products into everyday life.

Sứ mệnh

Mỗi gia đình Việt Nam, mọi sản phẩm Masan. Mỗi gia đình thế giới, ít nhất một sản phẩm Masan.

A stylized illustration of a globe showing the continents of North and South America in green against a blue ocean. Several red location pins are placed across the map, indicating a global presence or reach.

Niềm tin của chúng tôi:
Tập trung cốt lõi,
tối đa giá trị

Masan thường được nhìn nhận như một tập đoàn đa ngành. Tuy nhiên, ẩn sau đó, chúng tôi được gắn kết bởi một mục tiêu chung: đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và không ngừng thay đổi của người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi theo đuổi mục tiêu này thông qua các trụ cột kinh doanh có tính cộng hưởng, tập trung vào các sản phẩm thiết yếu hằng ngày, giải pháp tài chính toàn diện và nâng tầm phong cách sống.

Chúng tôi vận hành với một tư duy kỷ luật: tập trung vào các cơ hội có thể mở rộng quy mô, xây dựng vị thế dẫn đầu, tạo dòng tiền và thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Niềm tin của chúng tôi được xây dựng dựa trên bốn nguyên lý cốt lõi sau:

A photograph of three young women in a modern kitchen. They are all smiling and laughing, creating a warm and joyful atmosphere. One woman is holding a large metal colander, another is holding a wooden spoon, and the third is holding a small pot. The kitchen counter is cluttered with various ingredients like carrots, tomatoes, and jars, as well as Masan products like soy sauce and chili sauce.

I. Nhu cầu Hàng ngày (FMCG, bán lẻ hàng nhu yếu phẩm và thịt tươi sống/chế biến)

II. Nhu cầu Tài chính (tín dụng, đầu tư và dịch vụ thanh toán)

III. Nhu cầu Phong cách sống (F&B, giải trí, viễn thông, y tế và giáo dục)

A. Đam mê sáng tạo và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn

Masan tin tưởng rằng giá trị đích thực đến từ vị thế và quy mô hoạt động kinh doanh dẫn đầu, đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được phục vụ đúng mức. Khả năng sáng tạo cùng những hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng chính là cách chúng tôi mang đến những sản phẩm và dịch vụ mới đang được ưa chuộng. Masan không giành chiến thắng bằng cách sao chép hoặc chỉ làm tốt hơn việc người khác đang làm, mà chúng tôi muốn dẫn đầu bằng cách thay đổi toàn bộ các quy tắc của cuộc chơi.

Hiện tại, Masan tập trung vào ba ngành hàng tiêu dùng có quy mô thị trường đáng kể mà chúng tôi tin rằng có những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng do việc vận hành kém hiệu quả và thiếu đổi mới. Các ngành hàng này được phân khúc thành Nhu cầu Hàng ngày (FMCG, bán lẻ hàng nhu yếu phẩm và thịt tươi sống/chế biến), Nhu cầu Tài chính (tín dụng, đầu tư và dịch vụ thanh toán) và Nhu cầu Phong cách sống (F&B, giải trí, viễn thông, y tế và giáo dục). Toàn bộ danh mục này đại diện cho khoảng 80% tỷ trọng chi tiêu tiêu dùng của người Việt.

B. Kiến tạo quy mô và vị thế dẫn đầu

Để vươn đến thành công, chúng tôi cần có quy mô lớn. Trở thành người dẫn đầu thị trường về quy mô giúp chúng tôi có thể cạnh tranh thành công trong khu vực kinh tế tư nhân có quy mô nhỏ, còn phân tán và sự cạnh tranh khốc liệt từ các công ty đa quốc gia và doanh nghiệp nhà nước.

Là một trong số những công ty tư nhân lớn nhất Việt Nam, Masan sở hữu nguồn vốn lớn và đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, có quy mô đầu tư lớn vào các ngành đang hoạt động. Điều này giúp chúng tôi thúc đẩy năng suất lao động, có điều kiện tạo ra những sản phẩm với giá cả hợp lý hơn cho người tiêu dùng. Chúng tôi kiến tạo quy mô thông qua chiến lược kinh doanh tập trung và hợp nhất, đẩy mạnh hoạt động kinh doanh hiện hữu, thúc đẩy tăng trưởng bằng các thương vụ mua bán và sáp nhập doanh nghiệp phù hợp với lĩnh vực trọng tâm của chúng tôi. Điều này giúp Masan củng cố lợi thế từ quy mô, quản lý chi phí chặt chẽ, đạt được biên lợi nhuận cao hơn, tạo nền tảng tái đầu tư vào xây dựng thương hiệu và đổi mới sản phẩm.



Nhờ đó, chúng tôi đang nắm giữ vị thế hàng đầu trong hầu hết các thị trường và/hoặc các lĩnh vực mà chúng tôi tham gia:

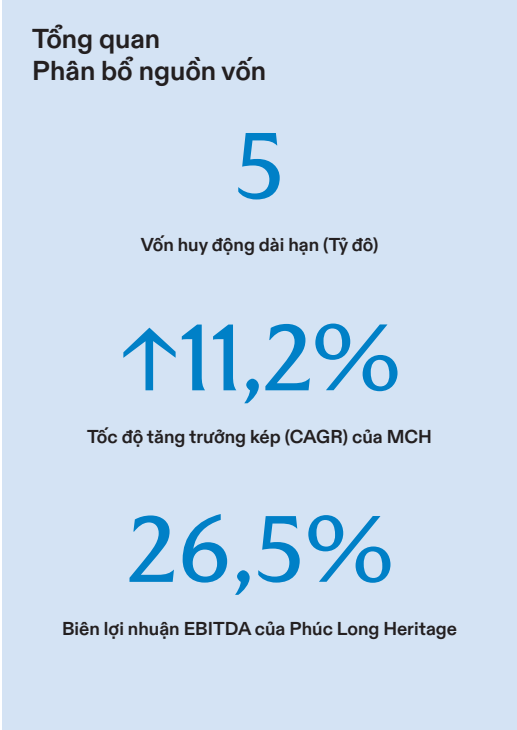
- MCH đang dẫn đầu trong các ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, nước tăng lực và đang mở rộng sang mảng chăm sóc cá nhân và gia đình.
- WCM đang là nhà bán lẻ thực phẩm tiêu dùng hiện đại lớn nhất Việt Nam tính theo số lượng điểm bán.
- MML đang là nền tảng thịt có thương hiệu duy nhất tại Việt Nam, có thể truy xuất nguồn gốc và đang chuyển dịch sang mô hình FMCG.
- PLH đang giữ vị trí số 1 về biên lợi nhuận EBITDA trong số các chuỗi trà/cà phê trong nước.

C. Hoạt động kinh doanh tạo ra dòng tiền vững mạnh

Chúng tôi tin rằng để tăng trưởng bền vững trong một thị trường đang phát triển như Việt Nam đòi hỏi phải xây dựng các hoạt động kinh doanh tạo ra dòng tiền vững mạnh. Masan không tham gia vào hoạt động mua bán tài sản như đầu tư bất động sản hoặc hoạt động đầu cơ ngắn hạn. Chúng tôi chỉ tham gia vào những lĩnh vực có nội lực tăng trưởng mạnh, có mô hình kinh doanh hiệu quả đã được chứng thực từ khối kinh tế tư nhân và có tiềm năng xây dựng doanh nghiệp quy mô lớn. Do đó, chúng tôi xác định hàng tiêu dùng là lĩnh vực trọng điểm của mình.

Mặc dù việc tham gia vào các lĩnh vực và danh mục tiêu dùng mới đòi hỏi đầu tư và thời gian mở rộng quy mô, Masan tin rằng thiết lập hệ sinh thái tiêu dùng tích hợp là cách tốt nhất để đảm bảo tạo ra dòng tiền với tăng trưởng bền vững. Chúng tôi đặt mục tiêu xây dựng The CrownX trở thành nhân tố gia tăng lợi nhuận gấp nhiều lần, song hành cùng triển vọng tăng trưởng tiêu dùng của Việt Nam.

Chúng tôi đã công bố định hướng trở thành một doanh nghiệp đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, phù hợp với chiến lược đơn giản hóa hoạt động của Tập đoàn Masan. Theo đó, Masan High-Tech Materials (MHT) đã thoái vốn khỏi H.C. Starck (HCS) vào năm 2024 nhằm giảm thiểu sự phụ thuộc vào các lĩnh vực ngoài ngành hàng tiêu dùng. Những căng thẳng thương mại kéo dài giữa Mỹ và Trung Quốc, đặc biệt là lệnh cấm xuất khẩu vonfram gần đây từ Trung Quốc, có thể sẽ thúc đẩy các cuộc thảo luận chiến lược diễn ra nhanh hơn. Bằng cách ưu tiên mở rộng mảng tiêu dùng – bán lẻ, Masan đã và đang xây dựng hệ sinh thái tiêu dùng toàn diện và tập trung nhất tại Việt Nam, từ đó tạo ra giá trị bền vững trong dài hạn.



D. Phân bổ nguồn vốn cẩn trọng và hồ sơ năng lực trong việc chuyển đổi mô hình hoạt động kinh doanh của các công ty sáp nhập

Tính từ khi niêm yết trên sàn chứng khoán TP.HCM (HOSE), chúng tôi đã huy động được gần 5 tỷ USD nguồn vốn dài hạn để đầu tư vào các dự án chiến lược giúp tăng trưởng Công ty. Chúng tôi đã phân bổ nguồn vốn cẩn trọng bằng cách sử dụng phần lớn nguồn tiền thu được để đầu tư và tăng tỷ lệ sở hữu trong các hoạt động kinh doanh hiện hữu. Đặc biệt, nguồn vốn này đã giúp Masan phụng sự những nhu cầu chưa được đáp ứng và không ngừng thay đổi của người tiêu dùng thông qua các khoản đầu tư vào Vinacafé Biên Hòa, Nước khoáng Vĩnh Hảo, nhà máy bia, Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, các công ty thức ăn chăn nuôi của Masan MEATLife, Nước khoáng Quảng Ninh, VISSAN, CTCP Bột giặt Net, 3F VIỆT, WinCommerce, Phúc Long Heritage và Mobicast. Khi sở hữu cổ phần kiểm soát của các công ty, chúng tôi áp dụng phương cách chuyển đổi kinh doanh của chúng tôi, “Masan Way”, trong việc xây dựng các doanh nghiệp hàng đầu để chuyển đổi các khoản đầu tư, thúc đẩy tăng trưởng và tạo ra giá trị. Trong thời gian tới, chiến lược phân bổ vốn sẽ tập trung vào chuyển đổi thành một nền tảng tích hợp tiêu dùng – bán lẻ Point Of Life để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn.

Từ năm 2022 đến 2024, MCH ghi nhận tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) doanh thu thuần đạt 11,2%, không bao gồm đóng góp từ mảng thịt chế biến đã thoái hợp nhất vào cuối năm 2022. Đồng thời, mạng lưới bán lẻ hiện đại của WCM và mảng kinh doanh thịt của MML đã chuyển mình mạnh mẽ và ghi nhận lợi nhuận ròng dương trong năm 2024, đánh dấu một cột mốc quan trọng để trở thành các động lực tăng trưởng lợi nhuận trong tương lai của Masan.

Kể từ khi được Masan tiếp quản, Phúc Long Heritage đã mở rộng mạng lưới lên 184 cửa hàng bên ngoài hệ thống WCM, với biên lợi nhuận EBITDA ở cấp độ cửa hàng đạt chuẩn quốc tế ở mức 26,5% trong năm 2024. Chúng tôi đầu tư vào thương hiệu, con người, công nghệ và độ phủ phân phối nhằm đẩy nhanh tốc độ thâm nhập vào các ngành hàng và cơ hội mới. Tiếp theo, chúng tôi tập trung vào việc cải tổ vận hành các doanh nghiệp sau mua lại. Chúng tôi tự hào rằng các thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ và sáng kiến chiến lược mà chúng tôi đã giới thiệu và/hoặc triển khai sau khi tiếp quản hiện đang chiếm phần lớn doanh thu và/hoặc lợi nhuận của các doanh nghiệp được Masan mua lại.

Hành trình của chúng tôi là hành trình phụng sự người tiêu dùng

A. Masan 1.0.

Tái định hình tiêu dùng hàng ngày:
Từ những sản phẩm không thương
hiệu đến các mặt hàng thiết yếu
có thương hiệu được người tiêu
dùng tin yêu

Hành trình của chúng tôi, vốn được bắt đầu gần 30 năm trước, khởi nguồn từ nỗ lực tìm giải đáp cho một câu hỏi: “Chúng ta cần làm gì để đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng?” Từ xuất phát điểm là một công ty thương mại thực phẩm xuất khẩu, đến hành trình chuyển mình trở thành doanh nghiệp FMCG hàng đầu với những thương hiệu được yêu mến tại Việt Nam thông qua Masan Consumer Corporation (“MCH”), chúng tôi đã trả lời câu hỏi ấy bằng việc tạo ra những sản phẩm vượt trội, có thể “nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng.” Trong suốt hai thập kỷ qua, chúng tôi đã tập trung phụng sự cho hơn 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.

Với phong cách chuyển đổi kinh doanh “Masan Way”, Công ty đã tạo ra cuộc cách mạng thị trường bằng cách tận dụng lợi thế vượt trội về sản phẩm, sức mạnh thương hiệu, năng lực bán lẻ vượt trội, vận hành tinh gọn và quản lý tài chính chặt chẽ.

Kết quả là Masan hiện đang giữ vị thế dẫn đầu trong hầu hết các thị trường và/hoặc ngành hàng mà Công ty tham gia. MCH là doanh nghiệp số một trong ngành gia vị (dẫn đầu ở các ngành hàng nước mắm, nước tương, tương ớt và mảng sản phẩm hạt nêm đang tăng trưởng nhanh),

cũng như trong ngành thực phẩm tiện lợi, nơi Masan đang là nhà sản xuất mì ăn liền cao cấp số một – phân khúc chiếm phần lớn lợi nhuận của toàn ngành. Thành công của Masan trong ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi đã tạo nền tảng để mở rộng sang các ngành hàng khác như đồ uống, sản phẩm chăm sóc gia đình và cá nhân – trong đó MCH cũng sở hữu một mảng đồ uống có quy mô đáng kể, đặc biệt là nước tăng lực. Ngày hôm nay, Masan Consumer đã xây dựng được một nền tảng tiêu dùng có thương hiệu hàng đầu trải rộng nhiều ngành hàng, với quy mô thị trường nội địa khoảng 16 tỷ USD.

Với 98% hộ gia đình Việt Nam đang sử dụng ít nhất một sản phẩm của Masan Consumer, Masan đang tiến gần hơn tới tầm nhìn: “Mỗi gia đình Việt Nam, mọi sản phẩm Masan; Mỗi gia đình thế giới, ít nhất một sản phẩm Masan”. Khi bắt đầu triển khai chiến lược “Go Global”, Công ty ước tính quy mô thị trường có thể phục vụ sẽ mở rộng ra 26 thị trường quốc tế, nhờ tiếp tục nhân rộng mô hình phục vụ các nhu cầu lớn chưa được đáp ứng trên quy mô toàn cầu. Song song đó, Masan không ngừng đổi mới và ứng dụng công nghệ nhằm thiết lập kết nối trực tiếp với người tiêu dùng thông qua chương trình hội viên WiN, từ đó thấu hiểu sâu sắc hơn và đáp ứng nhu cầu của họ bằng những sản phẩm phù hợp, vào đúng thời điểm.



B. Masan 2.0.

Cách mạng hóa ngành thịt với sản
phẩm thịt có thể truy xuất, chất lượng
cao và giá cả hợp lý bằng cách nhân
rộng mô hình thành công từ ngành
hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)

Sau khi tạo nên cuộc cách mạng trong ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tại Việt Nam với các thương hiệu được người tiêu dùng tin tưởng, Masan tiếp tục hướng đến một nhu cầu thiết yếu hằng ngày khác: thịt tươi. Thị trường ngành thịt tại Việt Nam từ lâu đã ở tình trạng phân mảnh và kém hiệu quả. Thị trường chủ yếu bị chi phối bởi các sản phẩm không thương hiệu, thiếu tiêu chuẩn an toàn thực phẩm nhất quán và phụ thuộc vào mạng lưới phân phối lạc hậu. Với hơn 95% doanh số thịt heo vẫn được tiêu thụ tại các chợ truyền thống, người tiêu dùng phải đánh đổi đáng kể giữa yếu tố an toàn, giá cả và hương vị. Nhận thấy nhu cầu rõ rệt về nguồn thịt an toàn, chất lượng cao và giá cả hợp lý, chúng tôi đã tham gia thị trường với Masan MEATLife (MML), với mục tiêu nhân rộng mô hình thành công trong ngành FMCG bằng cách tái định nghĩa ngành thịt tại Việt Nam thông qua chất lượng vượt trội, đổi mới, khả năng truy xuất nguồn gốc và cam kết về an toàn thực phẩm với mức giá phù hợp cho đại đa số người dân.

Tập đoàn Masan đã đặt nền móng cho những bước phát triển đầu tiên của Masan MEATLife (“MML”) thông qua việc tham gia vào lĩnh vực thức ăn chăn nuôi. Đây là điểm khởi đầu cho hành trình chuyển đổi ngành thịt tại Việt Nam theo mô hình “từ trang trại đến bàn ăn”. Hiện nay, MML đang tiên phong xây dựng nền tảng ngành thịt có thương hiệu đầu tiên tại Việt Nam với khả năng truy xuất nguồn gốc toàn diện, được vận hành dựa trên mô hình chăn nuôi hiện đại, hệ thống logistics chuỗi lạnh tích hợp và các nhà máy giết mổ quy mô lớn mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm hợp vệ sinh, giá cả hợp lý thông qua hệ thống WinCommerce và các kênh bán lẻ hiện đại khác.

Kể từ cuối năm 2021, MML đã thoái vốn mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi nhằm chuyển đổi MML thành một doanh nghiệp tiêu dùng thuần túy, tiến gần hơn đến trọng tâm là mô hình B2C, đồng thời vẫn duy trì được lợi thế của nền tảng ngành thịt tích hợp thông qua các thỏa thuận cung ứng chiến lược với các đối tác uy tín. Bằng việc đẩy nhanh quá trình chuyển dịch sang các sản phẩm thịt tươi và thịt chế biến có thương hiệu, MML đang từng bước dẫn dắt quá trình chuyển đổi của ngành thịt tại Việt Nam.



C. Masan 3.0.

Chuyển mình để định hình tương lai thị trường bán lẻ thực phẩm Việt Nam

Tập đoàn Masan luôn tin rằng việc xây dựng được những thương hiệu mạnh mới chỉ là điểm khởi đầu. Khi người tiêu dùng Việt Nam ngày càng có mức sống cao hơn, họ không chỉ tìm kiếm những sản phẩm tốt hơn, mà còn mong muốn sự tiện lợi, dịch vụ chu đáo và trải nghiệm mua sắm hiện đại, phù hợp với lối sống đang không ngừng thay đổi của họ. Chính niềm tin đó đã thúc đẩy chúng tôi thực hiện bước ngoặt quan trọng tiếp theo.

Trong phần lớn lịch sử hiện đại của Việt Nam, ngành bán lẻ hàng tiêu dùng vẫn ở tình trạng phân mảnh và kém hiệu quả. Phần lớn người tiêu dùng vẫn phụ thuộc vào các kênh thương mại truyền thống, nơi họ thường phải đối mặt với giá cao hơn, danh mục sản phẩm hạn chế và chất lượng không đồng đều. Ẩn sau trải nghiệm tiêu dùng đó là một thách thức mang tính cấu trúc sâu hơn – hệ thống logistics và chuỗi cung ứng còn chưa phát triển, điều này đã cản trở sự phát triển của kênh bán lẻ hiện đại, vốn hiện chỉ chiếm khoảng 12% tổng thị trường, thấp hơn nhiều so với các tiêu chuẩn trong khu vực. Tuy nhiên, các yếu tố nền tảng đang dần thay đổi. Khi tỷ lệ đô thị hóa tiệm cận 50% và một tầng lớp trung lưu thực sự bắt đầu hình thành, người tiêu dùng Việt Nam đang đòi hỏi nhiều hơn – từ chất lượng sản phẩm họ mua đến sự tiện lợi trong cách họ mua sắm. Khi thu nhập hộ gia đình tăng và hành vi tiêu dùng ngày càng thay đổi, kênh bán lẻ hiện đại được kỳ vọng sẽ tăng trưởng mạnh mẽ, từ mức 12% hiện tại lên 30% tổng thị trường – theo đúng lộ trình đã diễn ra tại Thái Lan, Indonesia và Philippines.

Tại Masan, chúng tôi hiểu rằng quá trình chuyển đổi này sẽ không tự nhiên mà đến. Tương lai của ngành

bán lẻ tại Việt Nam sẽ được định hình bởi những doanh nghiệp không chỉ thấu hiểu nhu cầu ngày càng thay đổi của người tiêu dùng, mà còn có khả năng đáp ứng các nhu cầu đó một cách chính xác – cung cấp đúng sản phẩm, theo đúng định dạng, vào đúng thời điểm. Thay vì chờ đợi sự chuyển dịch này diễn ra, chúng tôi đã đưa ra quyết định có chủ đích: trở thành lực lượng tiên phong dẫn dắt sự chuyển dịch này.

Đó là lý do chúng tôi đã quyết định mua lại WinCommerce vào năm 2019. Kể từ đó, chúng tôi đã mở rộng WinCommerce thành mạng lưới bán lẻ hàng tiêu dùng hiện đại lớn nhất Việt Nam, với 129 siêu thị WinMart và 3.699 cửa hàng WinMart+ tại 62 tỉnh thành trên cả nước tính đến cuối năm 2024. Nhưng không chỉ dừng lại ở việc gia tăng số lượng điểm bán, chúng tôi còn tích hợp sức mạnh từ Masan MEATLife và WinEco để đảm bảo kệ hàng luôn đầy đủ sản phẩm thịt an toàn, có thể truy xuất nguồn gốc và nông sản tươi sạch, chất lượng cao. Đối với người tiêu dùng, điều đó đồng nghĩa với thực phẩm tốt hơn, giá cả hợp lý hơn và sự tiện lợi vượt trội. Dù WinCommerce đã sở hữu mạng lưới bán lẻ hiện đại lớn nhất, nhưng thị phần của Công ty mới chỉ đạt 2,4% toàn thị trường – không phải là dấu hiệu của điểm yếu, mà là minh chứng cho tiềm năng tăng trưởng khổng lồ phía trước.

Masan 3.0 không chỉ là một tầm nhìn về những gì có thể xây đến. Đó là cả một hệ sinh thái đang vận hành thực tế – được thiết kế để mang lại giá trị thiết thực cho người tiêu dùng và khai mở làn sóng tăng trưởng tiếp theo trong cuộc cách mạng bán lẻ hiện đại tại Việt Nam.



D. Masan 4.0.

Nền tảng tiêu dùng Point Of Life kết nối mọi điểm bán đa kênh

Khi nền kinh tế Việt Nam tăng tốc, nhu cầu tiêu dùng đang chuyển dịch vượt ra khỏi các nhu cầu thiết yếu, hướng đến những sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm được cá nhân hóa, phù hợp với lối sống hiện đại và khát vọng vươn lên của người tiêu dùng. Masan 4.0 đang tái định nghĩa cách tiếp cận và gắn kết với người tiêu dùng thông qua việc tích hợp thực phẩm, bán lẻ, dịch vụ tài chính và kết nối số vào một hệ sinh thái đa kênh, liền mạch, phục vụ đến 80% chi tiêu trong ví của người tiêu dùng.

Để nâng tầm trải nghiệm phong cách sống, Masan đã mở rộng sang lĩnh vực ăn uống ngoài gia đình tại Việt Nam bằng cách mua lại 20% cổ phần của Phúc Long Heritage (PLH) vào năm 2021, và tiếp tục nâng tỷ lệ sở hữu lên 85% vào năm 2022. Là một trong những thương hiệu trà và cà phê được yêu thích nhất tại Việt Nam, PLH phục vụ một tập khách hàng lớn, trẻ và trung thành, qua đó củng cố sự hiện diện của Masan trong lĩnh vực giải trí và trải nghiệm ẩm thực cao cấp.

Song song đó, Masan đã mở rộng sang lĩnh vực viễn thông thông qua việc mua lại 70% cổ phần của Mobicast – nhà mạng di động ảo (MVNO) cung cấp dịch vụ đầy đủ, hiện đang hoạt động dưới thương hiệu Wintel (trước đây là Reddi). Mặc dù tỷ lệ sử dụng điện thoại di động tại Việt Nam đã cao, gần 50% thuê bao vẫn sử dụng gói cước 2G (chỉ nghe gọi), trong khi phần lớn người dùng internet di động chủ yếu dùng để gọi và nhắn tin do hạn chế trong các dịch vụ số. Bằng việc cung cấp các gói dữ liệu di động cạnh tranh nhất thị trường và tận dụng mạng lưới bán lẻ toàn quốc của WinCommerce, Masan đang thu hẹp khoảng cách số và mở rộng khả năng tiếp cận kết nối chất lượng cao với chi phí hợp lý cho người tiêu dùng.



What we make. Makes us.

Nền tảng Point Of Life (“POL”) của Tập đoàn Masan sẽ là hệ sinh thái tiêu dùng toàn diện nhất tại Việt Nam, tích hợp liền mạch các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa ngày càng tăng. Trong năm 2025, Tập đoàn Masan đặt mục tiêu tiếp tục triển khai chiến lược POL dựa trên ba trụ cột chính:

(i) **Tăng trưởng thị phần chi tiêu**, thông qua việc đáp ứng hiệu quả các nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng với danh mục sản phẩm đến từ Masan và các đối tác.

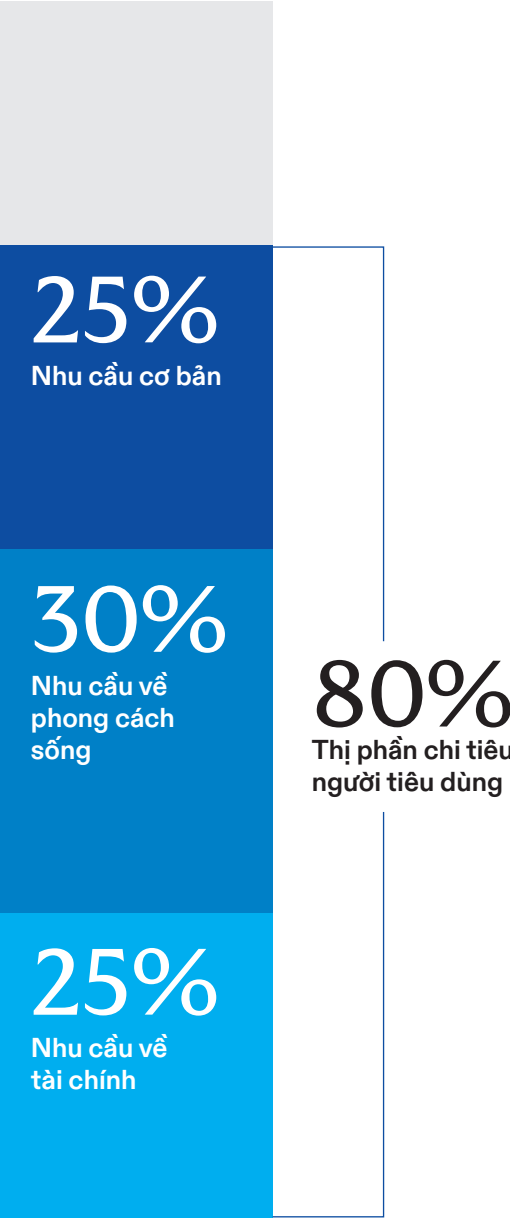
(ii) **Tăng trưởng mạng lưới**, thông qua việc mở rộng có lợi nhuận hệ thống bán lẻ hiện đại của WCM và hiện đại hóa kênh thương mại truyền thống (GT) của MCH.

(iii) **Tăng trưởng hội viên**, thông qua chương trình khách hàng thân thiết Hội viên WiN, mang lại nhiều quyền lợi hấp dẫn trong toàn bộ hệ sinh thái Masan.

(iv) **Logistics và Công nghệ: Kiến tạo hạ tầng tiêu dùng thế hệ mới cho Việt Nam**



(i) **Tăng trưởng thị phần chi tiêu**
Masan sẽ nắm bắt hiệu quả 80% thị phần chi tiêu của người tiêu dùng bằng cách đáp ứng các nhu cầu cơ bản của người tiêu dùng (FMCG, bán lẻ thực phẩm, và thịt tươi/chế biến - 25%), nhu cầu về phong cách sống (F&B, giải trí/ thư giãn, viễn thông, chăm sóc sức khỏe và giáo dục - 30%) và nhu cầu tài chính (tín dụng, đầu tư và dịch vụ thanh toán - 25%).



MCH đáp ứng các nhu cầu cơ bản thông qua danh mục sản phẩm tiêu dùng nhanh (FMCG) có thương hiệu hàng đầu, bao gồm gia vị thiết yếu, thực phẩm tiện lợi, đồ uống, cà phê và các sản phẩm chăm sóc cá nhân – gia đình (HPC), vốn là những mặt hàng quen thuộc trong hầu hết các hộ gia đình Việt Nam. Năm 2024, MCH tiếp tục thúc đẩy đổi mới trên toàn danh mục sản phẩm với các sản phẩm mới như lẩu cầm tay Omachi, cơm tự chín Omachi, trà Bupnon Tea 365, và nhiều hương vị cà phê mới phù hợp với khẩu vị vùng miền. Những sản phẩm này được thiết kế nhằm tăng cường mức độ gắn kết với người tiêu dùng và mở rộng tỷ trọng chi tiêu của Masan trong ngành hàng FMCG.

MML nâng tầm an toàn thực phẩm và dinh dưỡng bằng cách cung cấp các sản phẩm thịt tươi và thịt chế biến có thể truy xuất nguồn gốc, chất lượng cao và hợp vệ sinh, qua đó chuyển mình cho ngành tiêu dùng đậm tại Việt Nam. Trong năm 2024, mảng thịt chế biến của MML tăng trưởng mạnh mẽ nhờ vào đổi mới sáng tạo, đóng góp 20% vào cơ cấu doanh thu của ngành hàng thịt chế biến, đồng thời nâng cao giá trị thành phẩm trên mỗi con heo.

WCM nâng tầm trải nghiệm mua sắm thực phẩm tiêu dùng bằng cách đảm bảo các sản phẩm thiết yếu hàng ngày luôn sẵn có với mức giá hợp lý, cùng danh mục hàng hóa được thiết kế phù hợp riêng cho khu vực nông thôn và đô thị.

Đáp ứng nhu cầu nâng tầm phong cách sống, PLH mang đến trải nghiệm trà và cà phê cao cấp, tích hợp vào các nền tảng bán lẻ hiện đại và số hóa nhằm đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng đang ngày càng thay đổi. Không chỉ đơn thuần là một thương hiệu, PLH còn đóng vai trò như một đại sứ văn hóa của Việt Nam, gìn giữ và lan tỏa di sản trà – cà phê phong phú của đất nước, đồng thời mở rộng hiện diện ra thị trường quốc tế, đưa hương vị Việt Nam vươn tầm thế giới.

TCB đáp ứng nhu cầu tài chính, thúc đẩy tài chính toàn diện thông qua các giải pháp ngân hàng số sáng tạo, thanh toán liền mạch và khả

năng tiếp cận tín dụng, giúp người tiêu dùng quản lý tài chính một cách hiệu quả. Gần đây vào năm 2025, TCB đã hợp tác với WCM triển khai thí điểm mô hình ngân hàng đại lý tại 45 cửa hàng và đặt mục tiêu nhân rộng mô hình thành công này trên toàn bộ mạng lưới bán lẻ của WinCommerce nhằm mở rộng dịch vụ ngân hàng đến các cộng đồng chưa được phục vụ đầy đủ. Mô hình này nâng cao khả năng tiếp cận tài chính, cho phép người tiêu dùng gửi tiền, rút tiền và sử dụng các dịch vụ ngân hàng ngay tại các điểm bán của WCM – từ đó giúp việc tiếp cận ngân hàng trở nên thuận tiện, tiết kiệm chi phí và phổ cập hơn.

Cuối cùng là The CrownX (TCX), nền tảng bán lẻ tiêu dùng tích hợp MCH và WCM – hai doanh nghiệp dẫn đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực FMCG có thương hiệu và bán lẻ thực phẩm tiêu dùng. TCX được thành lập nhằm hiện thực hóa tầm nhìn kết nối các kênh bán hàng trực tiếp và trực tuyến để phục vụ nhu cầu đa dạng về sản phẩm và dịch vụ của người tiêu dùng Việt. Với trọng tâm là đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ trong tương tác với người tiêu dùng và tối ưu chuỗi cung ứng, TCX hướng đến việc tái định nghĩa trải nghiệm bán lẻ bằng cách đảm bảo sự tiện lợi, chất lượng và giá trị cho hàng triệu người tiêu dùng trên khắp Việt Nam.

Cùng với nhau, các lĩnh vực kinh doanh này tạo nên một hệ sinh thái toàn diện, đáp ứng nhu cầu ngày càng thay đổi của người tiêu dùng Việt Nam trên mọi khía cạnh của cuộc sống.

(ii) Tăng trưởng mạng lưới

Từ năm 2023, Masan đã triển khai chiến lược tăng trưởng mạng lưới thông qua nền tảng Point Of Life bằng việc giới thiệu mô hình cửa hàng WiN, cung cấp danh mục tích hợp gồm hàng tiêu dùng, được phẩm, sản phẩm tài chính và các dịch vụ giải trí/viễn thông – tất cả trong cùng một không gian. Mặc dù việc tích hợp ngành hàng trà, cà phê và được phẩm vào mô hình này vẫn đang trong quá trình thử nghiệm, chúng tôi đã nâng cấp thành công trải nghiệm mua sắm, tập trung vào thực phẩm tươi sống và khu vực chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp, giúp đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng tại khu vực thành thị. Mô hình WinMart+ Rural được thiết kế riêng cho người tiêu dùng khu vực nông thôn, tập trung vào danh mục sản phẩm địa phương hóa với giá cả phải chăng, góp phần giúp mạng lưới cửa hàng tiện lợi của WinCommerce ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu LFL 8,6% trong năm 2024. Điều này trở thành động lực chính giúp thúc đẩy lợi nhuận của WinCommerce.

Trong năm 2025, Masan tin rằng WinCommerce có thể tiếp tục mở rộng mạng lưới sau khi hai mô hình trên chứng minh được hiệu quả trong năm 2024, với mục tiêu mở mới từ 400 đến 700 cửa hàng trong năm 2025.

(iii) Tăng trưởng hội viên

Tập đoàn Masan đã thử nghiệm chương trình Hội viên WiN vào quý IV năm 2022 và chính thức triển khai trên toàn quốc vào tháng 1 năm 2023. Tính đến cuối năm 2024, chương trình đã phát triển vượt bậc với hơn 10 triệu hội viên, đóng góp 53% doanh thu của WinCommerce trong năm tài chính 2024. Tốc độ tăng trưởng ấn tượng này cho thấy vai trò then chốt của chương trình trong chiến lược POL của Masan, đặc biệt trong việc thúc đẩy mục tiêu tăng trưởng hội viên.

Khi số lượng hội viên tiến dần đến mục tiêu từ 30 đến 50 triệu người dùng, chương trình Hội viên WiN sẽ phát triển thành một hệ sinh thái dữ liệu mạnh mẽ, cho phép Masan khai thác sâu các hiểu biết hành vi tiêu dùng, từ đó xây dựng hồ sơ khách hàng chi tiết, dự đoán xu hướng mua sắm, nâng cao tỷ lệ thành công trong đổi mới sản phẩm, v.v. Kho dữ liệu phong phú này sẽ mở ra cơ hội lớn trong cá nhân hóa hoạt động tiếp thị, gợi ý sản phẩm phù hợp, cũng như thúc đẩy bán chéo hiệu quả trên toàn danh mục sản phẩm của Masan, bao gồm: FMCG (MCH), bán lẻ tiêu dùng (WCM), thịt có thương hiệu (MML), dịch vụ tài chính (TCB), trà và cà phê (PLH) và dữ liệu di động (Wintel).

Không chỉ đơn thuần là một chương trình khách hàng thân thiết, Hội viên WiN chính là nền tảng cho quá trình chuyển đổi số của Masan, tận dụng tối đa mua sắm hàng tiêu dùng cao để tạo ra trải nghiệm tiêu dùng đa kênh tích hợp. Thông qua việc liên tục kết nối với hội viên bằng các ưu đãi quanh năm, chương trình khuyến mãi theo mùa và các quyền lợi độc quyền, Masan không chỉ củng cố lòng trung thành của khách hàng mà còn mở ra các nguồn doanh thu mới thông qua các chiến lược bán hàng được cá nhân hóa chính xác, từ đó tối đa hóa tỷ trọng chi tiêu và gia tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường tiêu dùng Việt Nam. Năm 2025, chúng tôi đã bắt đầu tích hợp các dịch vụ phong cách sống vào chương trình Hội viên WiN để phục vụ đầy đủ nhu cầu không ngừng thay đổi của người tiêu dùng.

(iv) Logistics và Công nghệ: Kiến tạo hạ tầng tiêu dùng thế hệ mới cho Việt Nam

Siêu thị mini WiN và chương trình Hội viên WiN đánh dấu giai đoạn đầu tiên trong hành trình chuyển đổi số thị trường tiêu dùng Việt Nam của Masan thông qua ứng dụng công nghệ. Tầm nhìn của Masan không dừng lại ở việc hiện đại hóa ngành bán lẻ, mà còn hướng đến số hóa toàn bộ chuỗi giá trị tiêu dùng – từ sản xuất sản phẩm đến khâu giao hàng cuối cùng – đồng thời kết nối kênh bán lẻ hiện đại (MT) và truyền thống (GT) nhằm nâng cao hiệu quả vận hành trong một thị trường bán lẻ vốn còn rất phân mảnh như Việt Nam.

Một bước tiến quan trọng trong hành trình chuyển đổi này chính là WiN AI – hệ thống POS thông minh, giúp nhân viên thu ngân đưa ra gợi ý cá nhân hóa cho người tiêu dùng ngay tại quầy thanh toán. Đây là giai đoạn đầu trong việc triển khai AI vào hệ sinh thái bán lẻ offline của Masan, với lộ trình nâng cấp tiếp theo nhằm tạo ra trải nghiệm đa kênh liền mạch cho người tiêu dùng. Trong năm 2024, WinCommerce đã mở rộng hiện diện sang kênh thương mại truyền thống (GT) thông qua việc hợp tác với hơn 100 cửa hàng bán lẻ truyền thống, như một phần trong mục tiêu dài hạn của Masan nhằm hiện đại hóa ngành bán lẻ truyền thống Việt Nam và tích hợp các tiểu thương vào nền tảng hợp nhất của Masan – được gọi là WiN+.

Nhằm nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng, Masan đang tiên phong số hóa toàn bộ vận hành đầu – cuối thông qua hai nền tảng Retail Supreme và One-Tech, tạo ra sự cộng hưởng giữa Masan Consumer và WinCommerce. Năng lực logistics nội bộ của Masan – The Supra – đóng vai trò trung tâm trong hệ sinh thái này, giúp tinh giản quy trình luân chuyển hàng hóa từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng thông qua các giải pháp logistics ứng dụng công nghệ. Hiện The Supra vận hành 7 trung tâm phân phối hàng khô và 9 trung tâm phân phối hàng tươi sống, cung ứng hàng ngày cho khoảng 3.800+ cửa hàng bán lẻ, đồng thời tận dụng lợi thế quy mô để tối ưu chi phí vận hành. Thông qua mô hình vốn nhẹ, ưu tiên thuê địa điểm thay vì đầu tư sở hữu, The Supra đã xử lý thành công 50% hàng hóa khô của WinCommerce trong năm 2024, đồng thời giúp

giảm chi phí logistics trên mỗi đơn vị xuống 8% so với cùng kỳ năm trước.

Trong tương lai, mạng lưới ngày càng dày đặc cùng với các năng lực tiên tiến của Supra – bao gồm dự báo nhu cầu bằng AI và tự động bổ sung hàng hóa – sẽ tiếp tục tối ưu hóa quản lý tồn kho, giảm chi phí cho người tiêu dùng và nâng cao khả năng sẵn có của sản phẩm. Quan trọng hơn, khi các tiểu thương kênh GT được tích hợp vào hệ sinh thái POL hợp nhất của Masan, Công ty đang tiến gần hơn đến mục tiêu phục vụ toàn bộ người tiêu dùng Việt Nam, dù họ mua sắm tại kênh bán lẻ hiện đại hay truyền thống. Hệ thống logistics ứng dụng công nghệ và nền tảng tích hợp tiêu dùng – bán lẻ của Masan không chỉ đang thay đổi cách Masan vận hành – mà còn đang tái định hình toàn bộ bức tranh ngành bán lẻ tại Việt Nam.

Trung tâm của hành trình chuyển đổi của Masan là sự tích hợp các doanh nghiệp tiêu dùng và bán lẻ thành một nền tảng đồng bộ, mạnh mẽ và quá trình chuyển đổi vẫn còn rất nhiều việc phải làm và đầy hứa hẹn. Chương tiếp của Masan đòi hỏi một bước nhảy vọt, quyết định vào chuyển đổi số, tích hợp dữ liệu, trí tuệ nhân tạo (AI), tự động hóa và những thông tin thời gian thực vào mọi góc ngách của doanh nghiệp để cá nhân hóa trải nghiệm người tiêu dùng, tối ưu hóa chuỗi cung ứng, giảm chi phí và mở khóa sự tăng trưởng toàn cầu. Tầm nhìn của Masan là tiến xa hơn một tập đoàn đa ngành thành một doanh nghiệp tiêu dùng được hỗ trợ bởi công nghệ, đứng ngang hàng với các ông lớn như Walmart, Amazon và Reliance, với niềm tin rằng những gì chúng ta tạo ra cuối cùng sẽ hình thành nên chính chúng ta.

Tầm nhìn của chúng tôi rất rõ ràng:

- Sở hữu 10.000 điểm Point Of Life – chuỗi cửa hàng bán lẻ và kênh truyền thống hiện đại hóa, phục vụ hơn 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.
- Xây dựng nền tảng hội viên “một chạm” – kết nối thương hiệu, nhà bán lẻ và người tiêu dùng qua mọi dịch vụ thiết yếu hàng ngày, không chỉ là nhu yếu phẩm.



- Tái định nghĩa thị trường FMCG Việt Nam và vươn ra toàn cầu, phục vụ 8 tỷ người tiêu dùng trên thế giới.

- Giảm 10% chi phí tiêu dùng hàng ngày cho người dân mà vẫn giữ vững hiệu quả lợi nhuận.

- Cắt giảm ít nhất 50% các chương trình khuyến mãi đại trà, kém hiệu quả – hướng đến giá trị thực và tăng trưởng bền vững.

Đây là hành trình kiến tạo hệ sinh thái tiêu dùng toàn diện của chúng tôi, nơi công nghệ, dữ liệu và sự thấu hiểu người Việt trở thành động lực thay đổi cuộc chơi. Tương tự như cách Masan đã đầu tư vào các thương hiệu mạnh và mạng lưới bán lẻ truyền thống, chúng tôi sẽ tiếp tục đầu tư vào chuyển đổi số - Đây là nền tảng của mô hình “Tiêu dùng – Bán lẻ – Công nghệ”, nhằm phục vụ không chỉ 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam, mà còn vươn xa ra thế giới.

Báo cáo Phát triển bền vững



Tổng quát



Cam kết phát triển bền vững

Tại Tập đoàn Masan (“Tập đoàn Masan”, “Masan”, “MSN” hoặc “Công ty”), phát triển bền vững không chỉ là một nghĩa vụ mà còn là động lực cốt lõi cho hoạt động kinh doanh của chúng tôi. Với triết lý “Doing well by doing good”, chúng tôi cam kết phục vụ người tiêu dùng với sứ mệnh rõ ràng, tạo ra những tác động bền vững vượt lên trên những thành công tài chính.

Là Tập đoàn Tiêu dùng - Bán lẻ hàng đầu Việt Nam, hoạt động trên nhiều lĩnh vực bao gồm hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), bán lẻ thực phẩm và đồ uống, thịt có thương hiệu, dịch vụ tài chính và vật liệu công nghiệp công nghệ cao, chúng tôi theo đuổi một sứ mệnh rõ ràng: trở thành “Niềm tự hào Việt Nam” và hiện thực hóa điều này bằng cách nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho hơn 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam và trên thế giới, mang đến khả năng tiếp cận các nhu yếu phẩm với giá cả hợp lý, các dịch vụ tiện ích, sản phẩm cao cấp và trải nghiệm tiêu dùng vượt trội, đồng thời đặt phát triển bền vững làm trọng tâm trong mọi hoạt động.

Khung phát triển bền vững

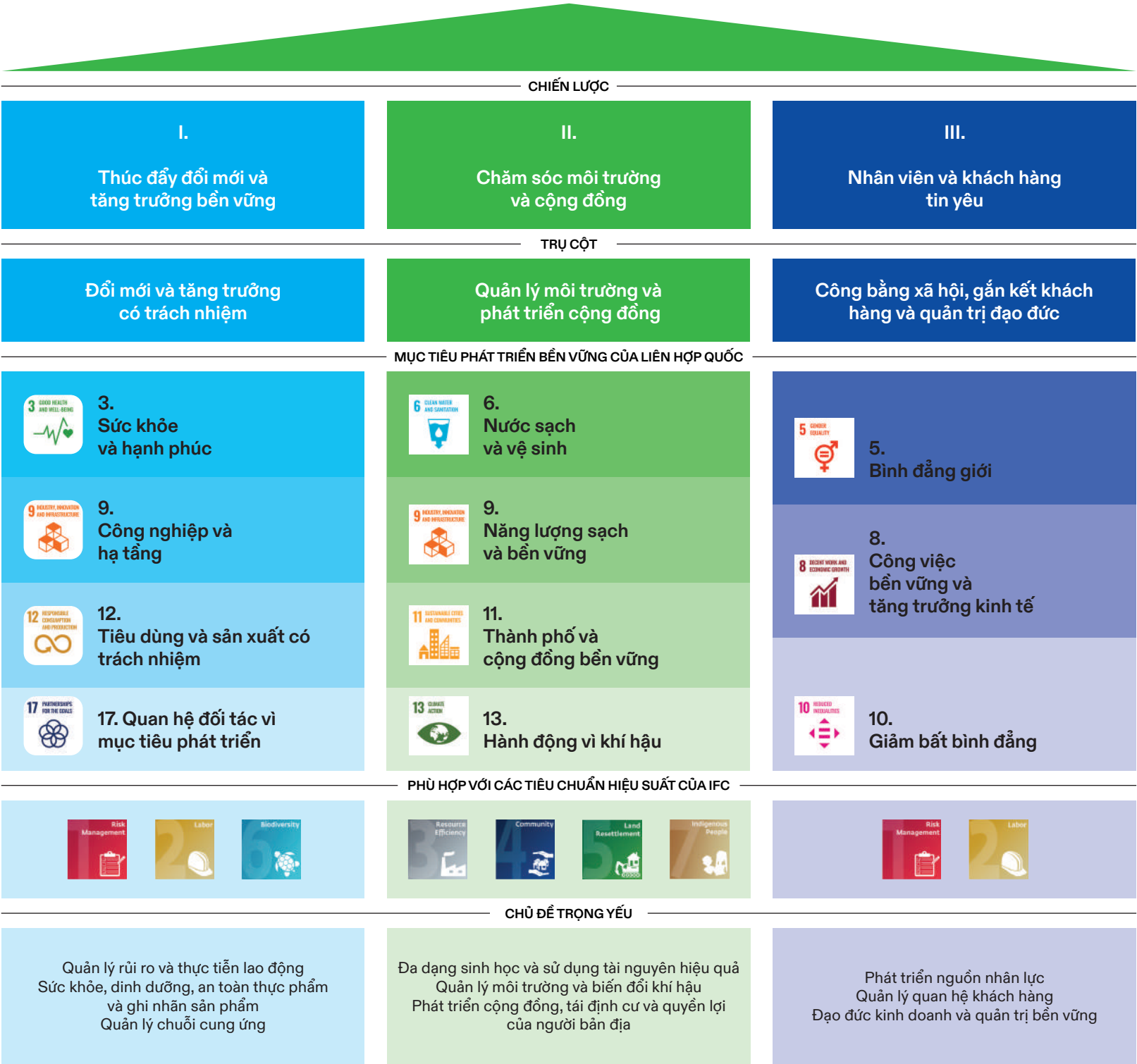
Khung phát triển bền vững của Masan Group được thiết kế để tích hợp các thực tiễn kinh doanh có trách nhiệm vào mọi khía cạnh hoạt động. Được xây dựng trên ba trụ cột chiến lược, khung này không chỉ phù hợp với các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc (SDGs) mà còn tuân thủ các Tiêu chuẩn Hoạt động về Môi trường và Xã hội nghiêm ngặt của Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC), nhằm thúc đẩy đổi mới, bảo vệ môi trường và công bằng xã hội.

Khung phát triển bền vững này định hướng các nỗ lực của Masan trong việc giảm phát thải khí nhà kính (GHG), nâng cao quản lý chất thải và tài nguyên nước, cung cấp các sản phẩm an toàn và lành mạnh, đồng thời hỗ trợ cộng đồng địa phương thông qua các phát kiến ý nghĩa như chương trình “Một triệu bữa cơm có thịt”. Masan cam kết thúc đẩy đa dạng và hòa nhập, nâng cao phúc lợi cho nhân viên và duy trì các tiêu chuẩn quản trị vững chắc. Bên cạnh đó, Masan cũng nhấn mạnh tính bền vững trên toàn chuỗi giá trị, từ việc tăng cường các phương thức thu mua có trách nhiệm đến hợp tác với các nhà cung cấp thực thi các phát kiến nhằm mang lại sự phát triển bền vững. Cách tiếp cận này đảm bảo rằng sự tăng trưởng của Masan không chỉ khả thi về mặt kinh tế mà còn có trách nhiệm với môi trường và toàn diện về mặt xã hội.

Bằng cách đưa phát triển bền vững vào chiến lược cốt lõi, Masan Group hướng đến đóng góp thiết thực, lâu dài vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam, đồng thời góp phần giải quyết những thách thức bền vững trên toàn cầu.

Tầm nhìn bền vững của chúng tôi: Trở thành niềm tự hào của Việt Nam với sự tin yêu của người tiêu dùng, kiên định với triết lý “Doing well by doing good”

Năm 2023, Masan Group đã thực hiện một quy trình toàn diện nhằm xác định các chủ đề trọng yếu trên toàn tập đoàn. Dựa trên nền tảng này, năm 2024, chúng tôi tập trung vào bốn lĩnh vực cốt lõi nhất: Kiểm kê phát thải khí nhà kính (GHG) hướng đến mục tiêu Net Zero; Sức khỏe và Dinh dưỡng, Quản lý chuỗi cung ứng; Giảm sử dụng nước; và Kinh tế tuần hoàn trong quản lý chất thải. Đối với từng lĩnh vực, chúng tôi triển khai các kế hoạch hành động chi tiết với những phát kiến trọng điểm, thúc đẩy tiến trình hiện thực hóa các mục tiêu phát triển bền vững một cách mạnh mẽ và hiệu quả.



Quản trị bền vững

Năm 2023, Tổng giám đốc (CEO) của Tập đoàn Masan đã bổ nhiệm và thành lập Ủy ban ESG toàn Tập đoàn để quản lý các vấn đề liên quan đến phát triển bền vững. Ủy ban này chịu trách nhiệm giám sát việc thực hiện các chính sách, chiến lược và sáng kiến phát triển bền vững của Tập đoàn, đồng thời đảm bảo đạt được các mục tiêu đã đề ra.

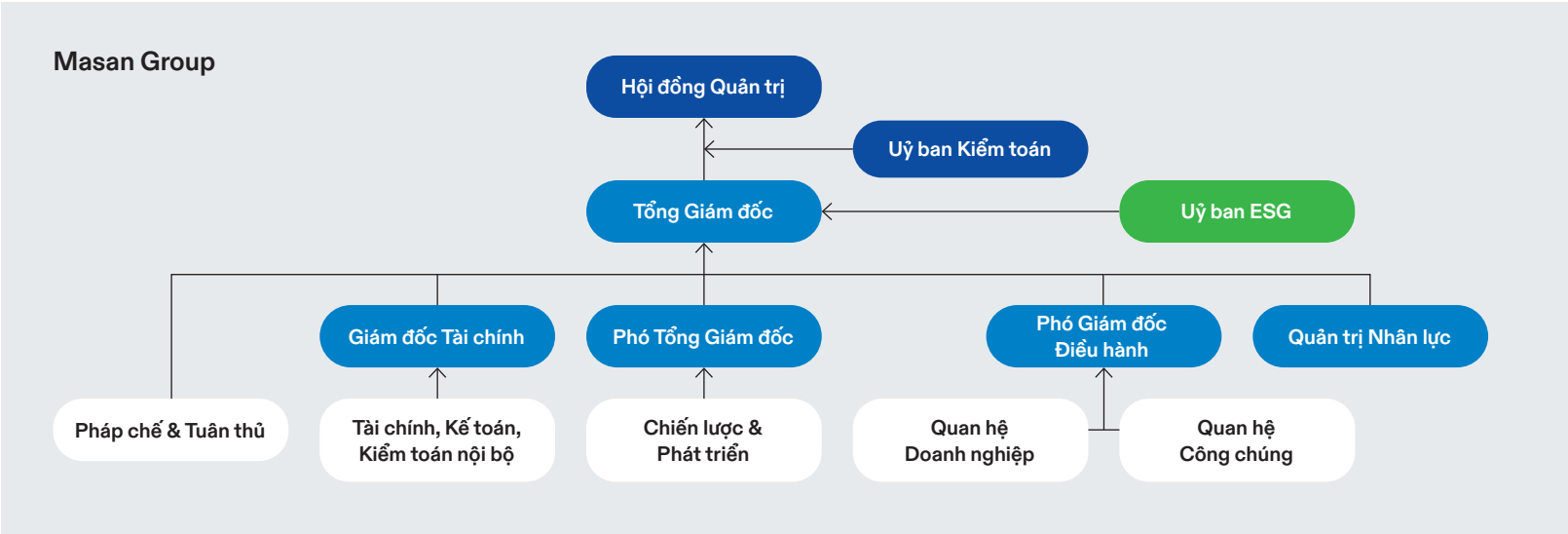
Vai trò và trách nhiệm cụ thể trong quản trị phát triển bền vững được xác định như sau:

Masan Group – Tổng Giám đốc và Hội đồng Quản trị

Tổng Giám đốc và Hội đồng Quản trị (HĐQT) đóng vai trò then chốt trong việc định hướng chiến lược hoạt động kinh doanh của Tập đoàn, phê duyệt và giám sát việc thực hiện chiến lược phát triển bền vững, cũng như theo dõi tiến độ đạt được các mục tiêu bền vững.

Masan Group – Ủy ban ESG

Ủy ban ESG bao gồm các lãnh đạo từ nhiều bộ phận và công ty trực thuộc, có nhiệm vụ tư vấn cho Tổng Giám đốc về chiến lược phát triển bền vững của công ty, cũng như các xu hướng, rủi ro và cơ hội liên quan đến ESG. Ủy ban chịu trách nhiệm thúc đẩy chương trình ESG ở cấp Tập đoàn, đồng thời phối hợp chặt chẽ với các mảng kinh doanh và bộ phận chức năng nội bộ để triển khai và tích hợp chiến lược bền vững vào hoạt động kinh doanh, bao gồm chính sách, quy trình, sáng kiến, chương trình, và tham gia các hệ thống xếp hạng ESG cũng như các chương trình chứng nhận. Các thành viên Ủy ban ESG làm việc với các bộ phận liên quan và các chuyên gia ESG để thực hiện các sáng kiến theo kế hoạch hành động và mục tiêu bền vững, đồng thời thu thập dữ liệu để theo dõi tiến độ. Ủy ban ESG họp định kỳ hàng quý để đánh giá tiến độ và điều chỉnh kế hoạch hành động khi cần thiết.



Những điểm nhấn về phát triển bền vững năm 2024

Thúc đẩy đổi mới để phát triển bền vững

100%

100% nhà máy sản xuất được chứng nhận theo các tiêu chuẩn quốc tế – Hệ thống Chứng nhận An toàn Thực phẩm (FSSC) 22000, ISO 22000 và HACCP về Quản lý An toàn Thực phẩm.

100%

100% danh mục sản phẩm hoặc dịch vụ quan trọng được đánh giá về mức độ tuân thủ thông tin sản phẩm.



Bộ quy tắc chuỗi cung ứng bền vững được ban hành và công bố, thiết lập các nguyên tắc và yêu cầu rõ ràng về thu mua có trách nhiệm và thực hành chuỗi cung ứng.

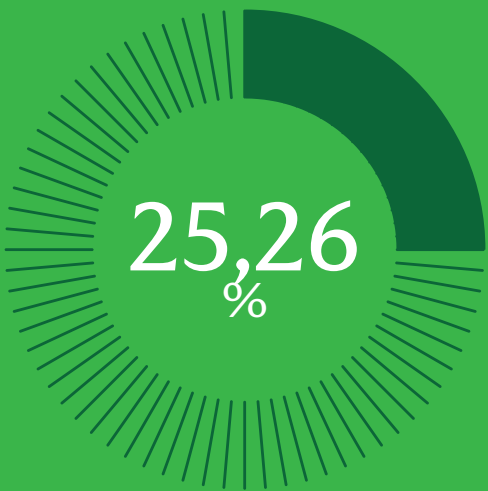
Chăm sóc môi trường và cộng đồng



Giảm được 2,76% lượng phát thải khí nhà kính (GHG) phạm vi 1 và 2 so với mức cơ sở năm 2023.



Lộ trình khử carbon đã được xây dựng cho MSN, bao gồm tất cả các lĩnh vực kinh doanh với các biện pháp giảm thiểu ưu tiên cho phát thải GHG phạm vi 1-2.



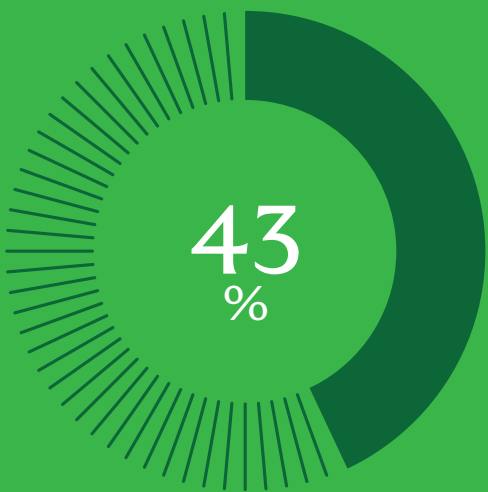
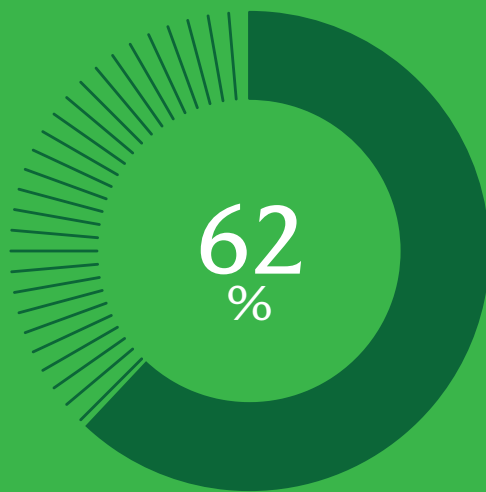
25,26% năng lượng tái tạo được sử dụng tại tất cả các nhà máy sản xuất của chúng tôi.



Hơn 144 tỷ đồng được đóng góp cho các sáng kiến phát triển cộng đồng.

Những điểm nhấn về phát triển bền vững năm 2024

Nhân viên và Khách hàng tin yêu



Phụ nữ chiếm 62% tổng số lượng nhân viên và 43% các vị trí quản lý cấp trung trở lên.



2.555 lớp đào tạo được tổ chức hoặc phối hợp bởi Masan Growth Center trên toàn Tập đoàn, thu hút 58.654 người tham gia.



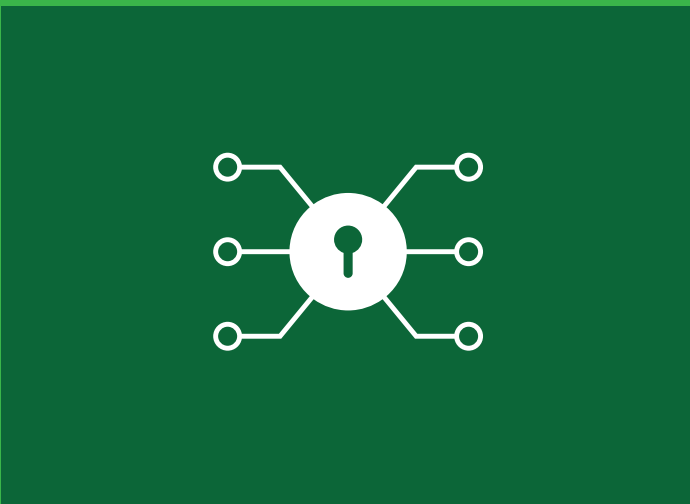
Không phát sinh khiếu nại được xác minh liên quan đến quyền riêng tư của khách hàng.



Bộ Quy tắc Ứng xử và Chính sách Phòng chống Rửa tiền, Hối lộ, Chống Tài trợ Khủng bố của Tập đoàn Masan được thực hiện đầy đủ.



Chính sách Nhân quyền của Tập đoàn đã được xây dựng.



Chính sách An ninh Thông tin của Tập đoàn Masan được áp dụng đầy đủ.



Chỉ phát sinh 1 khoản phạt hành chính phát sinh tại các công ty con do vi phạm không liên quan đến thuế.

Thành tựu và giải thưởng về Bền vững trong năm 2024

Tập đoàn Masan

Doanh nghiệp có môi trường làm việc bền vững

Giải thưởng của HR Asia 2024

Đa dạng, Công bằng và Hòa nhập

Giải thưởng HR Asia trong 2 năm liên tiếp (2023 và 2024)

Top 50 Doanh nghiệp Phát triển Bền vững

do Tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư bình chọn trong 3 năm liên tiếp. Trong năm 2023 và 2024, chiến thắng ở ba hạng mục: “Quản lý tài nguyên bền vững”, “Chiến lược nhân sự vì phát triển bền vững”, và “Quản trị doanh nghiệp xuất sắc”

Top 50 Công ty Kinh doanh Hiệu quả nhất Việt Nam

do Tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư bình chọn, chiến thắng ở ba hạng mục: “Quản lý tài nguyên bền vững”, “Chiến lược nhân sự vì phát triển bền vững”, và “Quản trị doanh nghiệp xuất sắc”

Doanh nghiệp Tỷ đô

do Tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư bình chọn, chiến thắng ở ba hạng mục: “Quản lý tài nguyên bền vững”, “Chiến lược nhân sự vì phát triển bền vững”, và “Quản trị doanh nghiệp xuất sắc”

Masan Consumer

Nơi làm việc tuyệt vời

Trong 2 năm liên tiếp, Masan Consumer được công nhận là “Nơi làm việc tuyệt vời” bởi Great Place to Work – tổ chức toàn cầu uy tín chuyên đánh giá và công nhận văn hóa doanh nghiệp

Nhà tuyển dụng được yêu thích nhất ngành FMCG

“Top 2 Nhà tuyển dụng được yêu thích nhất” trong ngành FMCG, do Career Builder công nhận

Thương hiệu Vàng của giới trẻ 2023-2024

Giải thưởng cho nhãn hàng CHIN-SU

Top 5 Thương hiệu được lựa chọn nhiều nhất năm 2024

Kantar Brand Footprint
CHIN-SU, Nam Ngư, Kokomi

Thương hiệu Quốc gia 2024-2026

Vinacafé Biên Hòa
Công ty CP Nước khoáng Vĩnh Hảo

WeChoice Awards – Dự án Vì Việt Nam Tôi

Chương trình “CHIN-SU Một triệu bữa cơm có thịt”;
Tương ớt CHIN-SU – Thương hiệu được giới trẻ yêu thích

Masan High-Tech Materials

Top 50 doanh nghiệp xuất sắc Việt Nam

do Vietnam Report JSC bình chọn và trao tặng

Top 10 Thương hiệu xuất sắc - Tiên phong đổi mới

do Vietnam Economic Times bình chọn và trao tặng

Top 100 Doanh nghiệp Phát triển Bền vững

tại Việt Nam 2024 dành cho Masan High-Tech
Materials, do Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp
Việt Nam (VCCI) bình chọn và trao tặng

Great Place to Work Vietnam 2024

được khảo sát và chứng nhận bởi
Great Place to Work®

Doanh nghiệp tiên
phong vì phát triển
bền vững

được vinh danh bởi Vietnam Investment Review (VIR)

Top 100 Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt

do Trung ương Đoàn Thanh niên Việt Nam và Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam bình chọn và trao tặng

Thành tích xuất sắc trong phong trào thi đua

Bằng khen do Ủy ban Nhân dân
tỉnh Thái Nguyên trao tặng

Thành tích xuất sắc trong Chuyển đổi số 2024

Bằng khen do Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh
Thái Nguyên trao tặng

Đóng góp ý nghĩa cho các hoạt động nhân đạo và từ thiện tại huyện Đại Từ

Bảng khen do Hội Chữ thập đỏ
huyện Đại Từ trao tặng

Masan MEATLife

Top 10 Thương hiệu được người tiêu dùng tin dùng tại Việt Nam

Giải thưởng cho MEATDeli thuộc các hạng mục
Nông sản, Thực phẩm & Đồ uống, và Chuỗi bán lẻ,
do Tạp chí Kinh tế Việt Nam bình chọn

WinCommerce

Nhà bán lẻ nông sản của năm

do Asia Fruit Logistica & Tạp chí Asiafruit trao tặng

Top 10 Thương hiệu nổi tiếng Việt Nam 2024 - Ngành Bán lẻ

do Hiệp hội Sở hữu Trí tuệ Việt Nam trao tặng

Thúc đẩy đổi mới để tăng trưởng bền vững

Sức khỏe thực phẩm, dinh dưỡng,
an toàn và ghi nhãn sản phẩm
Chất lượng và an toàn sản phẩm

Kiểm soát chất lượng nguyên liệu đầu vào
MSN cam kết cung cấp các sản phẩm an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng. Để đảm bảo chất lượng, chúng tôi lựa chọn nguyên liệu đầu vào kỹ lưỡng và áp dụng các biện pháp kiểm soát chất lượng cụ thể cho từng loại nguyên liệu.

Tập đoàn duy trì hệ thống quản lý chất lượng tuân thủ các yêu cầu kỹ thuật của Việt Nam và các tiêu chuẩn quốc tế, đồng thời tham khảo hướng dẫn từ các tổ chức trong ngành.

Chúng tôi ưu tiên thu mua nguyên liệu có trách nhiệm nhằm đảm bảo chuỗi cung ứng tuân thủ các tiêu chuẩn đạo đức và bền vững. Điều này bao gồm việc lựa chọn nguyên liệu tái tạo và tái chế khi có thể, giảm sự phụ thuộc vào tài nguyên không tái tạo. Các sáng kiến của chúng tôi bao gồm hợp tác với nhà cung ứng để nâng cao hiệu quả sử dụng nguyên liệu, giảm thiểu rác thải bao bì và triển khai các chương trình tái chế.

Chúng tôi chủ động đánh giá và lựa chọn nhà cung ứng dựa trên các tiêu chí bền vững, đặc biệt là các tiêu chuẩn môi trường và chính sách lao động có đạo đức. Ngoài ra, chúng tôi thực hiện kiểm toán và đánh giá định kỳ để đảm bảo sự tuân thủ với các tiêu chí phát triển bền vững, thúc đẩy tính minh bạch và trách nhiệm trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Thông qua các hoạt động thu mua có trách nhiệm này, chúng tôi hướng tới việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội, đồng thời đóng góp tích cực cho các cộng đồng mà chúng tôi phục vụ.



Tuân thủ các tiêu chuẩn về chất lượng và an toàn sản phẩm
Chúng tôi xây dựng văn hóa mạnh mẽ về chất lượng và an toàn thực phẩm. MSN tuân thủ tất cả các quy định về sức khỏe và an toàn áp dụng cho ngành của mình. Sản phẩm của chúng tôi được chứng nhận theo các tiêu chuẩn quốc tế như FSSC 22000, ISO 22000 và hệ thống quản lý an toàn thực phẩm HACCP. Quy trình sản xuất ở mọi giai đoạn đều được kiểm soát chặt chẽ bằng các biện pháp kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt.

Tại các nhà máy sản xuất và trang trại của Tập đoàn, chúng tôi đã thiết lập quy trình kiểm soát chất lượng chặt chẽ bao phủ mọi giai đoạn sản xuất. Quy trình này bao gồm kiểm tra nội bộ nguyên liệu môi trường, giám sát chặt chẽ quá trình sản xuất và thực hiện các bài kiểm tra chất lượng đối với sản phẩm hoàn thiện. Toàn bộ quy trình được giám sát nghiêm ngặt bởi đội ngũ Đảm bảo chất lượng/Kiểm soát chất lượng (QA/QC) giàu kinh nghiệm. Những biện pháp này đảm bảo rằng tất cả sản phẩm đều tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn và chất lượng cao nhất.

Ghi nhãn sản phẩm
Masan Group đặt tính minh bạch trong hoạt động làm ưu tiên hàng đầu và đảm bảo rằng khách hàng có đầy đủ thông tin về sản phẩm để đưa ra quyết định mua hàng một cách sáng suốt. Để thực hiện cam kết này, MSN đã triển khai các sáng kiến sau:

- Ghi nhãn sản phẩm chi tiết**
Mỗi sản phẩm đều có nhãn rõ ràng và đầy đủ thông tin, bao gồm thành phần, hướng dẫn sử dụng, nguồn gốc và các chứng nhận an toàn áp dụng, giúp khách hàng dễ dàng nắm bắt chính xác những gì họ đang mua.
- Mã QR để tăng cường truy xuất nguồn gốc**
Trong ngành “chăn nuôi đến thực phẩm” (Feed to Food), công ty thành viên-Masan MEATLife đã triển khai thành công hệ thống truy xuất nguồn gốc cho các sản phẩm thịt gà, thịt heo và sản phẩm chế biến sẵn, cho phép khách hàng quét và truy cập thông tin về hành trình của sản phẩm từ khâu sản xuất đến phân phối, từ đó củng cố niềm tin vào sản phẩm của chúng tôi.
- Đổi mới sản phẩm**
Đổi mới sản phẩm đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo thành công dài hạn của MSN. Các hoạt động đổi mới của Công ty bao gồm thu mua nguyên liệu, sản xuất thực phẩm và đồ uống, giúp nâng cao hiệu quả sản xuất, đảm bảo an toàn thực phẩm, đồng thời giảm thiểu tổn thất và lãng phí thực phẩm. Chúng tôi đã thành lập đội ngũ R&D Sức khỏe và Dinh dưỡng nhằm phát triển các sản phẩm lành mạnh, giàu dinh dưỡng, thông qua việc cải tiến liên tục công thức sản phẩm, đảm bảo phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và các quy định pháp lý.

Công ty thành viên	Chứng nhận đạt được	
	HACCP	Phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn
	ISO 9001	Quản lý chất lượng
	ISO 22000	An toàn thực phẩm
	SA8000	Trách nhiệm xã hội
	BRC	Danh tiếng thương hiệu thông qua tuân thủ
	FSSC	Chương trình chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm
	ISO 14001	Quản lý môi trường
	ISO 45001	An toàn và sức khỏe nghề nghiệp
	HALAL	
	BRCS	Tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm
	VietGAP	GLOBAL G.A.P
	Luật và quy định Việt Nam về an toàn thực phẩm	
	Luật và quy định Việt Nam về an toàn thực phẩm hữu cơ	
	VietGAP	GLOBAL G.A.P
	Luật và quy định Việt Nam về an toàn thực phẩm	
	HACCP	Phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn

**Ngành thực phẩm và đồ uống
Masan Consumer (MCH)**

Chúng tôi có bề dày kinh nghiệm trong việc đổi mới và phát triển các sản phẩm an toàn, hợp túi tiền, thơm ngon và tốt cho sức khỏe. Kể từ khi thành lập vào tháng 6 năm 2023, Trung tâm “Thấu hiểu người tiêu dùng” đã tích cực kết nối với cộng đồng “Consumers in Love” – Là nhóm khách hàng trung thành, tin yêu các sản phẩm của chúng tôi. Thông qua các buổi gặp gỡ và thảo luận, chúng tôi khám phá những ý tưởng mới và tìm ra cơ hội tiềm năng để đáp ứng nhu cầu của họ bằng những sản phẩm phù hợp hơn.



Ngoài ra, với động thái không ngừng cập nhật công nghệ và sở hữu đội ngũ chuyên gia hàng đầu trong nhiều lĩnh vực, chúng tôi đã đạt được những bước đột phá đáng kể trong công tác phát triển, đổi mới sản phẩm. Năm 2024, Masan Consumer (MCH) đã xây dựng bộ tiêu chí “đinh dưỡng lành mạnh” nhằm đánh giá mức độ cải thiện dinh dưỡng trong danh mục sản phẩm hiện có, bao gồm:

- Giảm hàm lượng muối (natri), chất béo bão hòa, chất béo chuyển hóa và đường.
- Bổ sung các dưỡng chất thiết yếu.
- Tăng cường sử dụng nguyên liệu tự nhiên và giảm chất bảo quản.

Trong năm 2023-2024, chúng tôi đã đặt mục tiêu và ra mắt 5 cải tiến sản phẩm trong nhiều danh mục khác nhau, bao gồm:

- Nước mắm Nam Ngư và nước mắm CHIN-SU (CHIN-SU Nước Mắm Cá Cơm Biển Đông, CHIN-SU Nước Mắm Vị Cá Hồi) đã giảm 20% hàm lượng muối.
- Ngũ cốc ăn liền B'Fast có lượng đường giảm 60% so với phiên bản truyền thống.
- Nước tăng lực EnerZ có lượng đường giảm 70% so với Compact (hương Cherry đỏ).

**Ngành khai thác và chế biến vonfram
Masan High-Tech Materials (MHT)**

Masan High-Tech Materials vận hành trung tâm nghiên cứu tiên tiến hàng đầu đặt tại Việt Nam, tập trung vào phát triển công nghệ trong toàn bộ chuỗi chế biến khoáng sản và kim loại. Đây là nền tảng quan trọng giúp MHT thành công trong nhiều lĩnh vực kinh doanh, đồng thời đóng vai trò cốt lõi trong việc đảm bảo tính bền vững dài hạn. Với cam kết mạnh mẽ và đầu tư liên tục vào công nghệ và đổi mới trên toàn bộ chuỗi sản xuất, MHT giữ vững vị thế dẫn đầu trong ngành chế biến và sản xuất vonfram, fluorite, bismut, đồng và các vật liệu khác. Việc thực thi cam kết đổi mới này không chỉ giúp nâng cao tính bền vững của công ty, giảm tác động môi trường mà còn hỗ trợ quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế xanh.

Kết quả hoạt động trong năm 2024

- Duy trì thành công 0 sự cố nghiêm trọng liên quan đến tuân thủ an toàn thực phẩm và ghi nhãn sản phẩm.
- Nâng cao quy trình kiểm tra và giám sát chất lượng sản phẩm tại tất cả các công ty con.
- Tiếp tục phát triển lộ trình sản phẩm “Tốt cho sức khỏe”.



Quản lý chuỗi cung ứng

Năm 2024, Masan Group đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong việc nâng cao tính bền vững của chuỗi cung ứng bằng cách ban hành Bộ quy tắc chuỗi cung ứng bền vững. Bộ quy tắc này thiết lập các nguyên tắc và yêu cầu rõ ràng về thu mua có trách nhiệm và thực hành chuỗi cung ứng trên tất cả các công ty thành viên. Ngoài ra, Masan đã phát triển khung tiêu chí phân loại và đánh giá nhà cung ứng, điều chỉnh phù hợp với từng ngành để đảm bảo quản lý chuỗi cung ứng theo đúng mục tiêu bền vững của tập đoàn.

Những sáng kiến này khẳng định cam kết của Masan trong việc duy trì các tiêu chuẩn cao về chất lượng, đạo đức và phát triển bền vững trên toàn mạng lưới chuỗi cung ứng. Nhìn về năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu tăng cường quản lý nhà cung ứng thông qua việc phát triển và triển khai bộ tiêu chí phân loại nhà cung ứng trên tất cả các công ty trực thuộc. Masan sẽ hoàn thành việc phân loại nhà cung ứng để xác định nhà cung ứng quan trọng cấp 1 (Key Tier 1), đảm bảo cách tiếp cận có hệ thống trong việc giám sát chuỗi cung ứng. Ngoài ra, chúng tôi hướng đến đánh giá nhà cung ứng quan trọng cấp 1 (Key Tier 1), với mục tiêu ít nhất 50% số nhà cung ứng quan trọng cấp 1 tuân thủ Bộ quy tắc chuỗi cung ứng bền vững của Masan vào cuối năm 2025.



Quan tâm đến môi trường và cộng đồng

Masan Group cam kết ưu tiên phát triển bền vững trong tất cả hoạt động sản xuất và kinh doanh. Chúng tôi nỗ lực đảm bảo rằng sản phẩm không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt mà còn góp phần bảo vệ môi trường, bằng cách tuân thủ các quy định pháp lý về khí thải, tối ưu hóa sử dụng năng lượng và thúc đẩy các biện pháp tái sử dụng và tái chế.

Biến đổi khí hậu

Phát thải khí nhà kính (GHG)

Bắt đầu từ năm 2023, Tập đoàn đã phát triển hướng dẫn và công cụ tính toán phát thải khí nhà kính (GHG) phù hợp với phương pháp luận của GHG Protocol, nhằm đo lường phát thải trực tiếp (Scope 1) và phát thải gián tiếp (Scope 2). Đồng thời, chúng tôi đã tổng hợp dữ liệu để cung cấp cái nhìn tổng quan trên toàn Tập đoàn về tổng lượng phát thải GHG phạm vi 1-2.

Trong hoạt động sản xuất của Tập đoàn, phát thải khí nhà kính (GHG) trực tiếp được tạo ra từ việc sử dụng và tiêu thụ xăng, khí tự nhiên, dầu diesel, dầu nhiên liệu và than cho phương tiện, thiết bị, lò hơi, máy phát điện dự phòng, hoạt động nổ mìn, sử dụng môi chất làm lạnh, hệ thống xử lý nước thải và các hoạt động nông nghiệp. Phát thải GHG gián tiếp phát sinh từ việc sử dụng điện và hơi nước mua vào cho tất cả các hoạt động sản xuất và vận hành tại các nhà máy thuộc các công ty thành viên của MSN.

Kết quả hoạt động năm 2024 của Tập đoàn được tóm tắt trong bảng dưới đây:

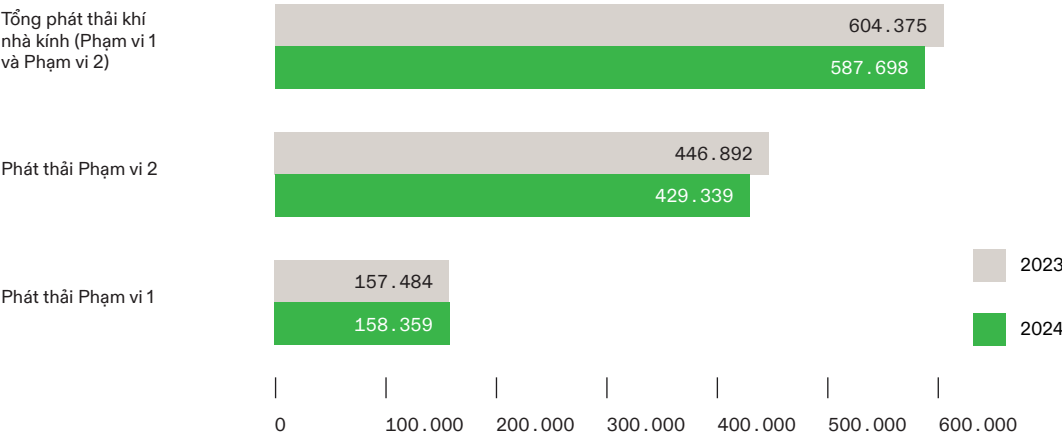
Phát thải GHG (Phát thải phạm vi 1 và phạm vi 2) (tCO₂e)(2023-2024)

2023	157.484	446.892	Tổng 604.375	Phát thải phạm vi 1
2024	158.359	429.339	Tổng 587.698	Phát thải phạm vi 2

Thông tin chi tiết sẽ được cung cấp trong Báo cáo Phát triển Bền vững MSN 2024 sắp tới.

	2023	2024
Phát thải sinh học (tCO ₂ e)	167.165	150.519
Cường độ phát thải khí nhà kính (GHG)(tCO ₂ e/tỷ đồng)	7,72	3,43

So sánh kết quả hoạt động năm 2024 với mức cơ sở năm 2023
Phát thải khí nhà kính của Masan(tCO₂e)(2023-2024)



Năm 2024 tổng lượng phát thải khí nhà kính (GHG) của MSN giảm 16.677 tấn CO₂eq so với mức cơ sở năm 2023 tương đương giảm 2,76%. Mức giảm này đến từ việc gia tăng sử dụng năng lượng tái tạo tại các đơn vị sản xuất triển khai các sáng kiến nâng cao hiệu quả năng lượng và giảm hệ số phát thải của lưới điện quốc gia.

Hồ sơ phát thải khí nhà kính (GHG) của hệ sinh thái MSN 2023 - 2024

Các công ty của MSN	2023		2024	
	Phạm vi 1 (tCO ₂ e)	Phạm vi 2 (tCO ₂ e)	Phạm vi 1 (tCO ₂ e)	Phạm vi 2 (tCO ₂ e)
MCH	9.100	95.674	7.402	77.992
Masan Brewery	3.970	4.787	924	3.485
Masan MEATLife (MML)	59.181	40.347	65.492	38.213
WinCommerce (WCM)	26.392	155.198	44.149	166.892
WinEco (WEC)	17.742	6.951	15.451	7.491
Masan High-Tech Materials (MHT)	37.503	137.072	6.932	126.937
Phúc Long Heritage (PLH)	3.547	6.785	13.652	8.323
MSN Head Office	48	78	4.357	6
Tổng lượng phát thải khí nhà kính (GHG) theo phạm vi (tCO ₂ e)	157.484	446.892	158.359	429.339
Tổng lượng phát thải phạm vi 1 và phạm vi 2 theo năm (tCO ₂ e)	604.375		587.698	

Năm 2024, công ty MHT của chúng tôi đã thực hiện tính toán sơ bộ dấu chân carbon của sản phẩm, tuân theo hướng dẫn của Ủy ban Liên chính phủ về Biến đổi Khí hậu (IPCC). Đánh giá này sẽ giúp MHT xác định các chiến lược quản lý phát thải khí nhà kính (GHG) cho từng sản phẩm khi xuất khẩu ra thị trường quốc tế. Dưới đây là kết quả tính toán dấu chân carbon của sản phẩm (phạm vi 1 và phạm vi 2) của Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPMC”) và Công ty Masan Tungsten (MTC), thuộc Masan High-Tech Materials:

Dấu chân carbon của sản phẩm (Phạm vi 1 và Phạm vi 2) của NPMC và MTC

Dấu chân carbon trong các sản phẩm của NPMC				
Sản phẩm	WO ₃	CaF ₂	Bi	Cu
Đơn vị (tCO ₂ eq/tấn sản phẩm)	1,33	0,41	48,2	1,27

Dấu chân carbon trong các sản phẩm của MTC				
Sản phẩm	Sodium Tungsten (ST)	Ammonium Paratungstate (APT)	Oxit Tungsten Xanh (BTO)	Oxit Tungsten Vàng (YTO)
Đơn vị (tCO ₂ eq/mtu)	0,071	0,071	0,076	0,076

Tiêu thụ năng lượng – Sử dụng năng lượng tái tạo và hiệu quả năng lượng

Hiện tại, MSN chủ yếu sử dụng điện, xăng, dầu diesel và hơi nước làm nguồn năng lượng chính. Là một phần trong lộ trình khử carbon đến năm 2030, Masan Group đang tập trung chuyển đổi hoạt động sang nguồn năng lượng tái tạo. Hiện nay, hơn 25,39% tổng năng lượng tiêu thụ tại các cơ sở của Masan và các công ty con đến từ nguồn tái tạo, bao gồm sinh khối và nhiên liệu sinh học, đặc biệt là hơi nước được tạo ra từ sinh khối có nguồn gốc từ hoạt động sản xuất của chúng tôi và các nhà cung ứng.

Tiêu thụ năng lượng tại MSN trong hai năm

Loại năng lượng	Đơn vị	2023	2024	% Tiến độ
Năng lượng không tái tạo	GJ/năm	3.442.142	2.861.811	(-) 16,89%
Năng lượng tái tạo	GJ/năm	881.106	966.754	(+) 9,72%
Tổng tiêu thụ năng lượng	GJ/năm	4.323.248	3.827.565	(-) 11,47%
Cường độ tiêu thụ năng lượng	GJ/tỷ đồng	41,89	22,35	(-) 46,65%

Tiêu thụ năng lượng của các công ty của Masan trong năm 2023 và 2024

Loại năng lượng/ Công ty	Đơn vị	Năng lượng không tái tạo		Năng lượng tái tạo		Tổng năng lượng tiêu thụ	
		2023	2024	2023	2024	2023	2024
MCH	(GJ/năm)	567 . 988	476 . 763	737 . 716	884 . 818	1 . 305 . 704	1 . 361 . 581
Masan Brewery	(GJ/năm)	37 . 432	26 . 807	42 . 025	3 . 941	79 . 456	30 . 747
MML	(GJ/năm)	287 . 978	295 . 688	101 . 366	81 . 936	389 . 344	377 . 623
MHT	(GJ/năm)	863 . 645	998 . 088	0	0	863 . 645	998 . 088
WEC	(GJ/năm)	46 . 430	51 . 986	0	0	46 . 430	51 . 986
WCM	(GJ/năm)	829 . 324	888 . 583	0	0	829 . 324	888 . 583
PLH	(GJ/năm)	38 . 179	48 . 247	0	0	38 . 179	48 . 247

Lưu ý:

- Năng lượng không tái tạo: Năng lượng được tạo ra từ quá trình đốt cháy nhiên liệu như than điện, xăng, dầu diesel, khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG), khí tự nhiên hóa lỏng (LNG).
- Năng lượng tái tạo: Năng lượng được tạo ra từ nguồn sinh khối (trấu, mùn cưa).



Masan Group cam kết nâng cao quản lý năng lượng bằng cách giải quyết các vấn đề liên quan đến tiết kiệm năng lượng, sử dụng năng lượng và hiệu quả năng lượng. Chúng tôi đã áp dụng nhiều thực tiễn quản lý năng lượng nhằm đảm bảo sử dụng tài nguyên một cách hiệu quả. Một trong những nỗ lực quan trọng của chúng tôi là duy trì hệ thống quản lý hiệu quả năng lượng theo nguyên tắc của ISO 50001:2018. Tính đến nay, 93% nhà máy sản xuất của chúng tôi đã đạt chứng nhận ISO 50001:2018 về quản lý năng lượng trong ngành sản xuất hàng tiêu dùng.

Lộ trình hướng tới Net-Zero 2050 của Tập đoàn Masan

Khử carbon là một trọng tâm quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của Tập đoàn Masan. Tập đoàn cam kết đạt Net Zero vào năm 2050, phù hợp với Đóng góp do quốc gia tự quyết định (NDC) của Việt Nam theo Hiệp định Paris về biến đổi khí hậu. Kể từ năm 2023, Tập đoàn Masan đã xây dựng lộ trình khử carbon cho cả Tập đoàn và từng công ty thành viên, đề ra các biện pháp giảm thiểu cụ thể để hướng tới phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Thành công của Tập đoàn trong việc giảm phát thải carbon phụ thuộc vào tiến độ khử carbon của từng công ty thành viên, với trách nhiệm triển khai kế hoạch khử carbon riêng và đảm bảo sự nhất quán với các mục tiêu phát triển bền vững chung của Tập đoàn.

Ở cấp đơn vị kinh doanh

Phân tích khử carbon của MSC	Hoàn thiện thiết lập mục tiêu khí carbon, hướng tới phát thải ròng bằng 0 với các mục tiêu trung gian cho phạm vi 1 & 2	Cập nhật lộ trình với các mục tiêu và phương hướng khử carbon phạm vi 3		Mục tiêu tối thiểu giảm 42% phát thải GHG (theo SBTi)		
Kiểm kê phát thải khí nhà kính (GHG) phạm vi 1&2	Bắt đầu tính toán phát thải khí nhà kính (GHG) phạm vi 3	Xem xét tích hợp tiêu chuẩn công trình xanh vào quản lý năng lượng (ISO 50001)	Khởi động chiến lược giảm lãng phí thực phẩm và bao bì	Xem xét mua REC và bù đắp carbon bổ sung khi cần thiết để hỗ trợ đạt mục tiêu	Tất cả cơ sở được chứng nhận công trình xanh LEED hoặc tương đương) cho các công trình xanh hoặc vận hành và bảo trì khí phù hợp	Phát thải ròng bằng 0 GHG
2024	2025	2026	2027	2030	2035	2050
Triển khai giai đoạn 1 điện mặt trời tại MSI và MHG (~0,25MWp)	Thực hiện kiểm toán năng lượng chi tiết tại từng cơ sở, bao gồm kiểm toán khí nên để tối ưu hoá hiệu suất	Thực hiện nghiên cứu khả thi về địa điểm mặt trời và điện bao gồm các trạm sạc	Tất cả cơ sở được chứng nhận ISO 50001 hoặc tương đương	Tổng quát hóa sản xuất hơi nước hoặc nhiệt độ thấp bằng bơm nhiệt	100% điện khí hóa các thiết bị gia nhiệt còn lại (hơi nước nhiệt độ cao, lò nướng, bếp chiên)	
Triển khai giảm phát thải GHG (hấp thụ carbon và giảm phát thải trong quy trình)	Đánh giá rủi ro môi trường và xã hội trong chuỗi cung ứng đối với nhà sử dụng tài nguyên và các cơ sở liên quan (nhà cung cấp hơi nước)	Hoàn thành thay thế hệ thống chiếu sáng bằng 100% LED, tích hợp công nghệ chiếu sáng thông minh (cảm biến)	Nâng cấp thiết bị chính, bao gồm máy nén khí, bộ làm lạnh và thiết bị hơi	100% phương tiện sử dụng điện	Loại bỏ dần việc sử dụng sinh khối bên ngoài cho sản xuất năng lượng khi có các giải pháp điện thay thế có chi phí hợp lý	
			Bắt đầu loại bỏ môi chất làm lạnh có tiềm năng làm nóng toàn cầu (GWP) cao			
			Thực hiện chuyển đổi sang bơm nhiệt với các nghiên cứu chuyên sâu, bao gồm xác định tiềm năng thu hồi nhiệt thải.		Tất cả bộ làm lạnh và máy nén khí đã được nâng cấp thành công nghệ tiết kiệm năng lượng, đồng thời loại bỏ môi chất làm lạnh có GWP cao	

Ở cấp nhà máy

100%

Chuyển đổi từ xe nâng chạy dầu diesel sang 100% xe nâng điện

3.667.159 m³

khí sinh học được tạo ra từ quá trình phân hủy kỵ khí chất thải chăn nuôi, sử dụng để sản xuất điện

20%

diện tích nhà máy của Masan Consumer dành cho không gian xanh

21.920

cây đã được trồng nhằm phục hồi đất thoái hóa và tăng cường khả năng phục hồi của hệ sinh thái tại trang trại S2 Nghệ An

Các hoạt động chính trong hệ sinh thái Tập đoàn Masan về giảm phát thải GHG và các phát kiến tiết kiệm năng lượng

Để củng cố cam kết của chúng tôi trong việc đạt mục tiêu giảm phát thải GHG và đóng góp vào các mục tiêu khí hậu, năm 2024, chúng tôi đã tích cực triển khai các sáng kiến giảm phát thải GHG, tập trung vào cải tiến quy trình và ứng dụng công nghệ carbon thấp.

Các sáng kiến tiêu biểu bao gồm:

Masan Consumer (MCH)

Chuyển đổi từ xe nâng chạy dầu diesel sang 100% xe nâng điện tại một trong các nhà máy sản xuất. Hoạt động này có thể giúp giảm 66% CO₂ từ việc sử dụng xe nâng điện, đồng thời tiết kiệm thực tế 173.425.521 đồng mỗi năm.

Masan High-Tech Materials (MHT)

Từ năm 2016, Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo và Viện Độc lập về Vấn đề Môi trường UFU (Đức) đã hợp tác trong dự án trồng cây năng lượng tại khu vực khai thác mỏ Núi Pháo, nhằm hỗ trợ bảo vệ môi trường tại Việt Nam. Dự án kéo dài 8 năm, với mục tiêu xác định các loài cây phù hợp để phục hồi đất, giảm phát thải GHG và đánh giá khả năng hấp thụ CO₂. Đến năm 2024, dự án đã xác định thành công keo lai và cỏ VA06 là những loài cây hiệu quả trong phục hồi môi trường và tăng cường đa dạng sinh học. Đáng chú ý, 1 ha keo lai (1.300 cây/ha) có thể hấp thụ khoảng 172 tấn CO₂ khi đạt 6 năm tuổi.

Masan MEATLife (MML)

Trang trại heo công nghệ cao của MML tại Nghệ An (Farm S1 và Farm S2) được xem là trang trại hiện đại nhất Việt Nam, có khả năng sản xuất và thu hồi khí sinh học (methane) từ chất thải chăn nuôi, sau đó chuyển hóa thành năng lượng phục vụ sản xuất. Năm 2024, ước tính ban đầu cho thấy khoảng 3.667.159 m³ khí sinh học được tạo ra từ quá trình phân hủy kỵ khí chất thải chăn nuôi, sử dụng để sản xuất điện. Quá trình này không chỉ giúp giảm lượng chất thải ra môi trường mà còn tạo ra nguồn năng lượng tái tạo bền vững, giúp giảm chi phí năng lượng cho trang trại.

Masan Group – Dự án Greening Our Workplace

Cam kết phát triển bền vững của chúng tôi bắt đầu ngay từ nội bộ, với trọng tâm là thực hành xanh tại nơi làm việc. Cụ thể, chúng tôi đã trồng cây xanh xung quanh nhà máy và các khu vực lân cận, với 20% diện tích nhà máy của Masan Consumer dành cho không gian xanh. Ngoài ra, các cơ sở chế biến thịt mát của Masan MEATLife đã đạt 24% - 31% diện tích phủ xanh. Chúng tôi cũng tích cực đầu tư vào việc trồng rừng và phủ xanh tại các cơ sở vận hành. Tại trang trại S1 Nghệ An, hơn 24 hecta đã được phủ xanh bằng cây keo, góp phần cải thiện chất lượng đất, tăng cường đa dạng sinh học và hấp thụ carbon lâu dài. Bên cạnh đó, tại trang trại S2 Nghệ An, khoảng 4 hecta đã được trồng lại với 21.920 cây, chủ yếu là cây keo, nhằm phục hồi đất thoái hóa và tăng cường khả năng phục hồi của hệ sinh thái.

Trách nhiệm bảo vệ môi trường

Chính sách và thực hành môi trường

Tập đoàn đặt mục tiêu vận hành và mở rộng hoạt động kinh doanh một cách có trách nhiệm bằng cách giảm thiểu tác động môi trường và thúc đẩy phát triển bền vững trong mọi hoạt động. Cách tiếp cận này bao gồm phát triển các hướng dẫn môi trường tuân thủ luật pháp, quy định tại địa phương nơi các công ty thành viên hoạt động. Chiến lược này bao quát toàn bộ chuỗi giá trị, bao gồm hoạt động sản xuất, cơ sở kinh doanh, phân phối và logistics, quản lý bao bì và quản lý rác thải và tiêu thụ nước.

Quản lý tiêu thụ nước

Các cơ sở sản xuất của Tập đoàn Masan lấy nước từ hệ thống cấp nước địa phương, khai thác nước ngầm và nguồn nước sông. Nguồn nước này được sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau, bao gồm hoạt động sản xuất, vận hành máy móc, tưới tiêu nông nghiệp, chăn nuôi và nhu cầu sinh hoạt hàng ngày của nhân viên. Kể từ năm 2024, Tập đoàn đã thúc đẩy các chương trình tiết kiệm nước trên tất cả các công ty trực thuộc và nhà máy sản xuất thuộc phạm vi quản lý của Tập đoàn Masan. Chương trình này yêu cầu các công ty thành viên giám sát chặt chẽ lượng tiêu thụ nước theo tháng và năm bằng cách triển khai các sáng kiến sử dụng nước hiệu quả và giảm thiểu lãng phí nước trong hoạt động vận hành hàng ngày.

Dữ liệu tiêu thụ nước của Tập đoàn Masan qua các năm

Tổng lượng nước sử dụng (Megalít)		Giảm 27,36% lượng tiêu thụ nước so với năm 2023.
2023	2024	
24 . 627	17 . 889	

Tỷ lệ khai thác nước theo nguồn năm 2024

Nguồn nước	Tổng lượng nước ngọt tiêu thụ (ML)	% lượng nước ngọt tiêu thụ theo nguồn
Tổng lượng nước ngọt tiêu thụ (ML)	28 . 618	
Nước bề mặt	14 . 806	51 , 74%
Nước ngầm	2 . 733	9 , 55%
Nước sản xuất	8 . 049	28 , 13%
Nước từ bên thứ ba	2 . 871	10 , 58%

Nhìn về tương lai, mục tiêu dài hạn của chúng tôi là giảm tiêu thụ nước từ 5% đến 10% mỗi năm trên mỗi nhà máy sản xuất thông qua việc tăng cường các biện pháp tái sử dụng nước.

Nước thải

Về xử lý nước thải, tất cả các cơ sở sản xuất của Masan Consumer, Masan MEATLife và MHT đã đạt xếp hạng tuân thủ loại A, thể hiện sự tuân thủ đầy đủ các quy định quốc gia và vượt trên các tiêu chuẩn ngành. Hệ thống xử lý nước thải của MHT tại Thái Nguyên là một minh chứng cho cam kết của Tập đoàn Masan đối với sản xuất bền vững thông qua việc tái sử dụng nước đã qua xử lý. Bên cạnh đó, các tổ hợp chế biến thịt của MML tái chế toàn bộ nước thải từ sản xuất xúc xích để sử dụng trong các trang trại chăn nuôi heo. Ngoài ra, các tổ hợp chế biến này còn tự hào sở hữu chứng nhận môi trường ISO 14001, khẳng định cam kết của Masan đối với trách nhiệm bảo vệ môi trường và quản lý tài nguyên bền vững.

Quản lý chất thải

Tại Tập đoàn Masan, chúng tôi cam kết quản lý chất thải có trách nhiệm bằng cách giảm thiểu chất thải, tối đa hóa tái chế và áp dụng các giải pháp bao bì bền vững. Chúng tôi đảm bảo tuân thủ các quy định địa phương và các thông lệ quốc tế tốt nhất bằng cách thúc đẩy hiệu quả sử dụng tài nguyên và hợp tác với các đơn vị quản lý chất thải bền vững nhằm hỗ trợ kinh tế tuần hoàn và giảm tác động sinh thái.

Cách tiếp cận của chúng tôi đối với quản lý chất thải tập trung vào tối ưu hóa quy trình xử lý chất thải bằng cách giảm thiểu và tái định hướng chất thải trong hoạt động vận hành. Các thực tiễn quản lý chất thải của chúng tôi bao gồm các bước sau, đồng thời phù hợp với minh họa thứ bậc quản lý chất thải dưới đây.

Các thực tiễn quản lý chất thải

1.

Ngăn ngừa
Xác định các loại chất thải khác nhau như chất thải rắn, lỏng, hữu cơ, hóa chất và các loại chất thải môi trường khác để triển khai các biện pháp ngăn chặn chất thải ngay từ nguồn.
2.

Giảm thiểu
Thiết lập hệ thống giám sát chất thải để theo dõi số lượng, chất lượng và thành phần chất thải, giúp xác định các cơ hội giảm thiểu chất thải trong quy trình sản xuất.
3.

Tái sử dụng
Khuyến khích tái sử dụng vật liệu khi có thể. Điều này có thể bao gồm phân tích dữ liệu thu thập được để tìm kiếm cơ hội tái sử dụng chất thải trong quy trình sản xuất hoặc các lĩnh vực khác của tổ chức.
4.

Tái chế
Thu gom và xử lý các vật liệu chưa sử dụng để tạo ra sản phẩm mới.
5.

Phục hồi
Tận dụng chất thải hoặc vật liệu chưa sử dụng để chuyển đổi thành nguồn năng lượng có giá trị như điện.
6.

Xử lý
Áp dụng các phương pháp xử lý chất thải an toàn và có trách nhiệm để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Ngăn ngừa

Giảm thiểu

Tái sử dụng

Tái chế

Phục hồi

Xử lý



Kết quả hoạt động trong năm 2024

Tại MCH, 81,72% lượng chất thải, bao gồm chất thải thực phẩm, đã được tái sử dụng thay vì thải bỏ, phục vụ cho các mục đích khác (ví dụ: vụn cá, mì vụn).

Năm 2024, chúng tôi đã hợp tác với các công ty xử lý bùn thải để tái chế bùn thải thành phân bón. Trong năm nay, chúng tôi đã thu gom và chuyển đổi 4.241 tấn bùn thải thành phân bón, giúp nông dân và người làm vườn sử dụng, qua đó hỗ trợ các phương thức canh tác nông nghiệp bền vững. Tại MHT, các sản phẩm phụ từ quá trình sản xuất thường giàu kim loại và được tái chế bởi các công ty khác để làm nguyên liệu đầu vào. Tỷ lệ tái chế tại nhà máy Goslar và Sarnia đạt trung bình 47%, trong khi nhà máy MTC đã đạt mức ấn tượng trên 70%.

Quản lý bao bì bền vững

Tập đoàn hướng đến mục tiêu giảm thiểu rác thải nhựa và bao bì đưa vào bãi chôn lấp bằng cách thúc đẩy kinh tế tuần hoàn thông qua sáng kiến “Giảm thiểu và Tái chế”. Cách tiếp cận trong quản lý bao bì của chúng tôi tập trung vào các mục tiêu chính:

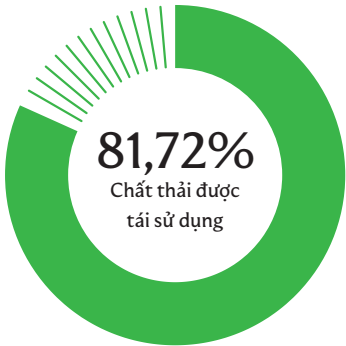
- Giảm lượng nguyên liệu sử dụng trong bao bì, giúp tối ưu hóa chi phí vận hành.
- Tăng cường sử dụng vật liệu bao bì bền vững, bao gồm tăng tỷ lệ nhựa tái chế trong bao bì nhựa.
- Thiết kế bao bì có khả năng tái chế.

Nỗ lực này bao gồm hợp tác với các bên liên quan, bao gồm đối tác kinh doanh, khách hàng, tổ chức phi chính phủ (NGO), cộng đồng, cơ quan chính phủ và các tổ chức trong nước và quốc tế. Chúng tôi cũng đã thành lập đội ngũ Nghiên cứu và Phát triển (R&D) chuyên trách về Giải pháp Bao bì Bền vững và đầu tư vào hoạt động R&D để tạo ra bao bì xanh đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về sản phẩm thân thiện với môi trường. Các sáng kiến của chúng tôi hướng đến toàn bộ vòng đời sản phẩm—from giai đoạn thiết kế đến thu mua nguyên liệu, ưu tiên sử dụng vật liệu tái tạo, tái sử dụng, có thể tái chế hoặc phân hủy sinh học. Ngoài ra, chúng tôi tham gia vào các dự án thiết kế sinh thái để tạo ra giải pháp bao bì bền vững, chẳng hạn như giảm trọng lượng phôi nhựa từ 13,5 gram xuống 12,15 gram đối với sản phẩm chai nhựa. Sáng kiến này giúp tối ưu hóa việc sử dụng nguyên liệu, giảm lượng tiêu thụ nhựa trên mỗi đơn vị sản phẩm, đồng thời đảm bảo chất lượng và tính toàn vẹn của sản phẩm.

Tại WinCommerce, chúng tôi nâng cao nhận thức của nhân viên, nhà cung ứng và khách hàng thông qua các chiến dịch truyền thông hiệu quả. Điều này bao gồm cung cấp thông tin chi tiết về lợi ích của túi phân hủy sinh học và túi tái sử dụng, không chỉ giúp giảm tác động tiêu cực đến môi trường mà còn tiết kiệm chi phí nhờ việc sử dụng túi trong dài hạn.

Tuân thủ các quy định pháp luật về môi trường

Tập đoàn Masan cam kết tuân thủ các quy định pháp luật về môi trường bằng cách triển khai hệ thống quản lý môi trường hiệu quả. Hệ thống này bao gồm chương trình đào tạo nhân viên về quy định môi trường, thực hiện giám sát và đánh giá định kỳ để kiểm tra mức độ tuân thủ, đồng thời ứng dụng công nghệ tiên tiến nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Nhờ đó, các công ty của chúng tôi không gặp bất kỳ vi phạm nào liên quan đến quy định môi trường trong năm 2024.



Phát triển cộng đồng và trách nhiệm xã hội

Đã đóng góp

144.000.000.000+ đồng

Dự án tiêu biểu

1

Quỹ vay phục hồi kinh tế

2

Dự án xây cầu

3

Dự án tưới tiêu nông nghiệp

4

Nâng cấp hạ tầng nông thôn

5

Sáng kiến “Một triệu bữa cơm có thịt”

6

Chương trình phẫu thuật tim

7

Chương trình học bổng cho con em ngư dân

8

Chương trình đào tạo cộng đồng

9

Hỗ trợ Tết Nguyên đán

10

Cứu trợ thiên tai do bão Yagi

11

Hoạt động tặng bánh trung thu

Năm 2024, Tập đoàn Masan đã đạt được những bước tiến quan trọng trong trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) thông qua các sáng kiến có tác động mạnh mẽ, tập trung vào phát triển kinh tế, cơ sở hạ tầng, y tế và dinh dưỡng, giáo dục và hỗ trợ cộng đồng, với tổng đóng góp tài chính ước tính hơn 144 tỷ đồng. Những nỗ lực này không chỉ góp phần vào sự phát triển địa phương mà còn cung cấp hỗ trợ tài chính và hiện vật đáng kể cho các cộng đồng trên khắp Việt Nam.

Các dự án trọng điểm đóng góp vào phát triển địa phương

Phát triển kinh tế

1. **Quỹ vay phục hồi kinh tế**
MHT đã giải ngân 1,2 tỷ đồng cho 24 hộ gia đình nhằm hỗ trợ mô hình phát triển kinh tế hộ, thúc đẩy tự chủ tài chính và sinh kế bền vững.

Phát triển cơ sở hạ tầng

2. **Dự án xây cầu**
MCH và Quỹ Nam Phương đã khánh thành cây cầu thứ 8 tại tỉnh Bạc Liêu, nằm trong sáng kiến dài hạn trị giá hơn 1 tỷ đồng nhằm cải thiện giao thông nông thôn và cơ sở hạ tầng tại Đồng bằng sông Cửu Long.
3. **Dự án tưới tiêu nông nghiệp**
MCH đã đầu tư 1 tỷ đồng để mở rộng hệ thống tưới tiêu tại huyện Lý Sơn, tỉnh Quảng Ngãi, đảm bảo nông dân địa phương có nguồn nước giá rẻ phục vụ hoạt động sản xuất nông nghiệp.

4. **Nâng cấp hạ tầng nông thôn**
Masan đã đóng góp 100 tỷ đồng cho tỉnh Lào Cai trong khuôn khổ sáng kiến quốc gia nhằm xóa bỏ nhà tạm, nhà dột nát. Chương trình có tên “Mái ấm cho đồng bào tôi”, do Chính phủ và Đoàn Chủ tịch Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tổ chức. Ngoài ra, MHT đã hoàn thành 5 dự án trọng điểm tại các xã Tân Linh và Phúc Linh, góp phần nâng cao tiêu chuẩn nông thôn mới nâng cao và cải thiện chất lượng cuộc sống người dân địa phương. MHT cũng hỗ trợ lắp đặt hệ thống cấp nước sạch và chi trả chi phí nước sinh hoạt cho 71 hộ dân/310 người tại thôn Suối Cát, xã Hà Thượng.

Chăm sóc sức khỏe và dinh dưỡng

5. **Sáng kiến “Một triệu bữa cơm có thịt”**
Tiếp nối chương trình do CHIN-SU phối hợp cùng Quỹ Trò Nghèo Vùng Cao thực hiện, sáng kiến này nhằm cung cấp dinh dưỡng thiết yếu cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, với ngân sách 10 tỷ đồng cho giai đoạn 2024-2025. Chương trình đã được vinh danh tại We Choice Awards 2024.
6. **Chương trình phẫu thuật tim**
Hợp tác với Hội Bảo trợ Bệnh nhân nghèo TP.HCM, Masan Consumer đã tài trợ 35 ca phẫu thuật tim trong năm 2024 cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn tại TP.HCM, đóng góp hơn 5 tỷ đồng vào các sáng kiến chăm sóc sức khỏe.



Giáo dục

7. Chương trình học bổng cho con em ngư dân
Phối hợp với Bộ Tư lệnh Vùng 4 Hải quân, Masan Consumer đã trao học bổng trị giá 500 triệu đồng để hỗ trợ con em ngư dân có hoàn cảnh khó khăn dọc bờ biển từ Phú Yên đến Bình Thuận.

8. Chương trình đào tạo cộng đồng
MHT đã tổ chức 19 chương trình đào tạo cho 3.000 học sinh và người dân, với nội dung về an toàn, bảo vệ môi trường và kỹ năng mềm. Các chương trình này giúp nâng cao nhận thức và trang bị kiến thức thiết yếu cho cộng đồng địa phương nhằm hướng tới phát triển bền vững.

Hỗ trợ cộng đồng

9. Hỗ trợ Tết Nguyên đán
MCH đã quyên góp 3 tỷ đồng để hỗ trợ hơn 3.000 gia đình có hoàn cảnh khó khăn tại tỉnh Nghệ An, đảm bảo họ có thể đón Tết ấm áp và tràn đầy niềm vui. MCH cũng đã trao tặng 10.000 chai nước mắm CHIN-SU, 2.000 thùng mì Omachi và 1.000 lẩu tự sôi Omachi cho cộng đồng tại Trường Sa, đồng thời gửi 80.000 chai nước mắm Nam Ngư Ớt tỏi Lý Sơn đến người dân trên đảo Lý Sơn, góp phần tạo không khí lễ hội với các sự kiện nấu ăn truyền thống và hoạt động văn hóa. Ngoài ra, phối hợp cùng Hội Chữ thập đỏ Việt Nam, WCM đã tổ chức chương trình “Gửi quà – Trao Tết”, khuyến khích đóng góp từ khách hàng và nhân viên. Tổng cộng 165 suất quà thiết yếu (gồm gạo, dầu ăn, nước mắm, v.v.) đã được Hội Chữ thập đỏ mua từ WinMart/WinMart+/WiN, với tổng giá trị tương đương 82,5 triệu đồng.

10. Cứu trợ thiên tai do bão Yagi
Để ứng phó với bão Yagi, Masan đã đóng góp 2 tỷ đồng cho Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam (VFF) nhằm hỗ trợ những người bị ảnh hưởng bởi lũ lụt. Bên cạnh đó, nhân viên Masan cũng đóng góp hơn 2 tỷ đồng từ quỹ công đoàn để hỗ trợ đồng nghiệp tại các khu vực chịu ảnh hưởng trực tiếp của bão Yagi. Ngoài ra, MCH đã cung cấp hàng cứu trợ trị giá 5 tỷ đồng, bao gồm nước uống, sữa, mì ăn liền và lẩu tự sôi, hỗ trợ các cộng đồng bị ảnh hưởng tại các tỉnh miền núi phía Bắc như Lào Cai, Lạng Sơn, Hà Giang và Thái Nguyên. MHT cũng trao tặng 1.000 gói nhu yếu phẩm trị giá 300 triệu đồng cho các hộ gia đình tại huyện Đại Từ và tỉnh Thái Nguyên, giúp đỡ những người bị ảnh hưởng nặng nề bởi bão và lũ lụt. WCM đã triển khai chương trình tặng 10 tấn thực phẩm cho tỉnh Thái Nguyên, bao gồm 950 thùng mì Kokomi, 950 gói (mỗi gói 4 lốc) sữa ngũ cốc B'Fast, và 950 gói (mỗi gói 6 chai) nước Vivant 500ml, với tổng giá trị tương đương 200 triệu đồng. Bên cạnh đó, WCM cũng dành 1,28 tỷ đồng để trao quà trực tiếp và hỗ trợ các gia đình nhân viên bị ảnh hưởng bởi bão và lũ lụt.

11. Hoạt động tặng bánh trung thu
Phúc Long đã trao tặng hơn 33.000 bánh trung thu đến các em nhỏ có hoàn cảnh khó khăn, bao gồm con em của các chiến sĩ đang công tác tại đảo xa, trẻ em tại các vùng nông thôn và cộng đồng dân tộc thiểu số, cùng các bệnh nhi đang điều trị tại Bệnh viện Nhi Đồng 3 (TP. HCM), Bệnh viện E (Hà Nội) và Bệnh viện Đa khoa Bình Thuận.



Đóng góp tài chính và tác động có thể đo lường được

Lĩnh vực hỗ trợ	Công ty thành viên	Sáng kiến	Đóng góp tài chính	Tác động có thể đo lường được
VND				
Phát triển kinh tế	MHT	Quỹ vay phục hồi kinh tế	1 . 200 . 000 . 000	24 hộ gia đình nhận hỗ trợ tài chính để tự chủ kinh tế.
	MHT	Cải thiện cơ sở hạ tầng nông thôn	100 . 000 . 000 . 000	Hỗ trợ khoảng 150.000 hộ gia đình có thu nhập thấp và gặp khó khăn về nhà ở nhằm xóa bỏ nhà tạm, nhà dột nát vào năm 2025.
	MCH	Xây cầu	1 . 000 . 000 . 000+	Cây cầu thứ 8 được xây dựng tại Bạc Liêu, góp phần cải thiện giao thông tại Đồng bằng sông Cửu Long.
	MCH	Tưới tiêu nông nghiệp	1 . 000 . 000 . 000	Hệ thống tưới tiêu được mở rộng, giúp nông dân địa phương tiếp cận nguồn nước giá rẻ.
	MHT	Dự án cơ sở hạ tầng trọng điểm	N / A	Cải thiện chất lượng sống nông thôn tại các xã Tân Linh và Phúc Linh.
Chăm sóc sức khỏe và dinh dưỡng	MHT	Dự án lọc nước	459 . 000 . 000	Hỗ trợ lắp đặt hệ thống cấp nước sạch và chi trả chi phí nước sinh hoạt cho các hộ gia đình tại thôn Suối Cát, xã Hà Thượng.
	MCH	Chương trình phẫu thuật tim	5 . 000 . 000 . 000	35 ca phẫu thuật tim được tài trợ cho trẻ em nghèo.
Giáo dục	MCH	“Một triệu bữa cơm có thịt”	10 . 000 . 000 . 000 (2024 - 2025)	Cung cấp dinh dưỡng thiết yếu cho trẻ em nghèo; được vinh danh tại We Choice Awards 2024.
	MCH	Chương trình học bổng cho con em ngư dân	500 . 000 . 000	Học bổng được trao cho con em ngư dân từ Phú Yên đến Bình Thuận.
Hỗ trợ cộng đồng	MHT	Chương trình đào tạo cộng đồng	N / A	Đào tạo 3.000 học sinh và người dân về an toàn, bảo vệ môi trường và kỹ năng mềm.
	MCH	Hỗ trợ cộng đồng cư dân Trường Sa	N / A	10.000 chai nước mắm CHIN-SU, 2.000 thùng mì Omachi, 1.000 lẩu tự sôi Omachi được quyên tặng.
	MCH	Hỗ trợ Tết Nguyên đán với người dân đảo Lý Sơn	N / A	80.000 chai nước mắm Nam Ngư Ớt tỏi Lý Sơn được tặng cho các hoạt động lễ hội và văn hóa địa phương.
	MSN	Cứu trợ thiên tai	2 . 000 . 000 . 000	Đóng góp 2 tỷ đồng cho Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam (VFF) để hỗ trợ những người bị ảnh hưởng bởi lũ lụt.
	MCH	Cứu trợ thiên tai	5 . 000 . 000 . 000	Hàng cứu trợ thiết yếu được cung cấp cho các tỉnh miền núi phía Bắc sau bão Yagi.
	MHT	Cứu trợ thiên tai	300 . 000 . 000	1.000 gói quà thiết yếu được phân phát tại huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên sau bão Yagi.
	WCM	Cứu trợ thiên tai	200 . 000 . 000	950 thùng mì Kokomi, 950 gói sữa B'Fast và 950 gói nước Vivant 500ml được quyên tặng cho tỉnh Thái Nguyên.
	MCH	Hỗ trợ Tết Nguyên đán	3 . 000 . 000 . 000	Hỗ trợ hơn 3.000 gia đình nghèo tại Nghệ An trong dịp Tết.
	WCM	Hỗ trợ Tết Nguyên đán	82 . 500 . 000	165 gói quà thiết yếu (bao gồm gạo, dầu ăn, nước mắm, v.v.) được quyên tặng.
	PLH	Hỗ trợ cộng đồng	4 . 500 . 000 . 000	Tặng hơn 33.000 chiếc bánh trung thu cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn.

Những nỗ lực CSR toàn diện này nhấn mạnh cam kết của Tập đoàn Masan cho triết lý “Doing well by doing good”, góp phần phát triển và mang đến những đóng góp thiết thực cho cộng đồng trên khắp Việt Nam.

Nhân viên và Khách hàng tin yêu



Nguồn nhân lực

Tại Tập đoàn Masan, chúng tôi tin rằng thành công đến từ một đội ngũ đa dạng và tài năng , tuy có những khác biệt nhưng đều cùng chung một khát vọng – phụng sự người tiêu dùng và kiến tạo giá trị cho nền kinh tế, cho môi trường và xã hội. Chúng tôi cam kết thúc đẩy một văn hóa hòa nhập, nơi mọi người đều cảm thấy được trân trọng, mang đến cơ hội công bằng không phân biệt chủng tộc, quốc tịch, tôn giáo, giới tính, độ tuổi hay khả năng.

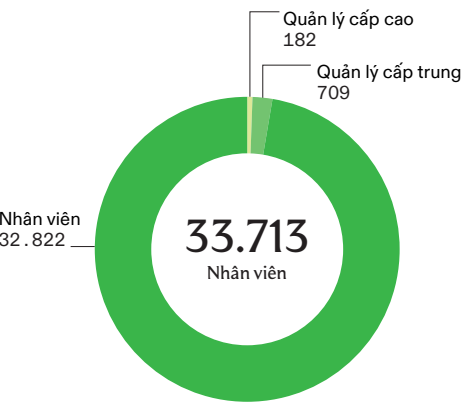
Cam kết và hành động của chúng tôi đã được các tổ chức uy tín quốc tế công nhận vào năm 2024, khi Tập đoàn Masan một lần nữa được vinh danh là “Nơi làm việc tốt nhất Châu Á”, đánh dấu năm thứ hai liên tiếp nhận giải thưởng quốc tế danh giá này. Thêm vào đó, Masan cũng nhận được hai giải thưởng đặc biệt: Giải thưởng “Đa dạng, Công bằng và Hòa nhập” và Giải thưởng “Nơi làm việc Bền vững” của HR Asia. Những danh hiệu này phản ánh nỗ lực liên tục của Masan trong việc tạo ra một môi trường làm việc bình đẳng, đa dạng và bền vững.

Cơ cấu nhân sự

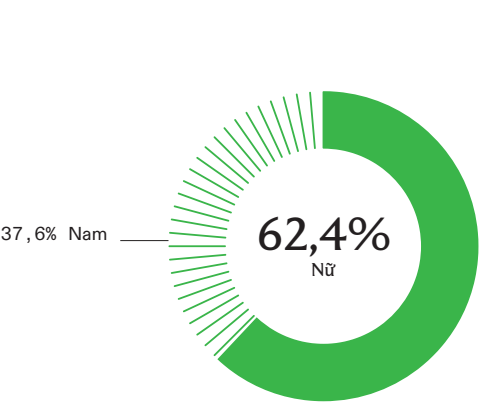
Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024, Tập đoàn Masan có tổng cộng 33.713 nhân viên chính thức và 1.793 nhân viên tạm thời và bán thời gian, trong đó phụ nữ chiếm hơn 62% tổng số lao động và 43% nhân viên ở các cấp quản lý. Tổng số nhân viên năm 2024 giảm nhẹ 1% so với năm 2023.

Trong năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu duy trì tỷ lệ 38% phụ nữ so với nam giới ở các cấp quản lý, vượt qua mức trung bình của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương.

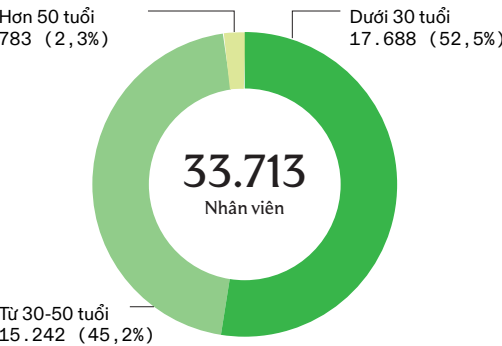
Cơ cấu nhân viên chính thức theo cấp bậc



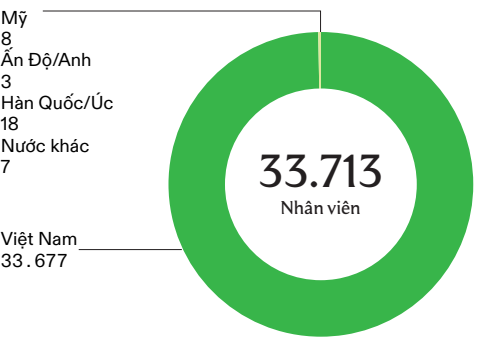
Cơ cấu nhân viên chính thức theo giới tính



Cơ cấu nhân viên chính thức theo độ tuổi



Cơ cấu nhân viên chính thức theo quốc tịch



Đào tạo nhân viên và phát triển tài năng

Masan Group ghi nhận những đóng góp quý giá của nhân viên và cam kết năng cao năng lực cho họ - nguồn tài sản quý giá của Tập đoàn. Chúng tôi đầu tư vào các chương trình giáo dục và đào tạo liên tục cho nhân viên có trình độ và/hoặc năng lực phù hợp. Những chương trình này tạo cơ hội cho nhân viên nâng cao kỹ năng và kiến thức chuyên môn của họ, đảm bảo họ luôn sẵn sàng đối mặt với tương lai trong một môi trường kinh doanh năng động.

Ra mắt vào năm 2023, Masan Growth Center là biểu tượng cho cam kết của Tập đoàn Masan đối với sự phát triển của nhân viên, tạo ra một nền tảng quan trọng để khai phá tiềm năng cá nhân và nuôi dưỡng tài năng sẵn sàng cho tương lai. Kể từ khi thành lập, trung tâm đã tổ chức hàng nghìn buổi đào tạo, trở thành trung tâm phát triển chuyên môn tại Masan.

Vào năm 2024, trung tâm đã tổ chức 2.555 lớp đào tạo cho toàn bộ Tập đoàn và công ty thành viên với các chủ đề đa dạng như Lãnh đạo, Lập kế hoạch chiến lược, Marketing, Dịch vụ khách hàng, Quản lý cửa hàng, Nhân sự và Quan hệ nhân viên. Các chương trình này đã thu hút 58.654 người tham gia, giúp họ nâng cao kỹ năng và kiến thức trên nhiều lĩnh vực khác nhau.

Số lượng các lớp đào tạo cho nhân viên toàn Tập đoàn Masan năm 2024

Danh mục	Số lớp đào tạo
Tập đoàn	10
Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)	322
Bán lẻ	405
Khai khoáng và vật liệu	1 . 383
Nông nghiệp và sản xuất thực phẩm	252
Thực phẩm và đồ uống	183
Tổng cộng	2 . 555

Mục tiêu của chúng tôi cho năm 2025 là 100% nhân viên liên quan đến việc triển khai ESG và những nhân viên ở các cấp quản lý sẽ nhận được đào tạo hàng năm về Bộ quy tắc ứng xử của Tập đoàn Masan.

Sức khỏe, an toàn và phúc lợi của nhân viên

Tại Tập đoàn Masan, nhân viên là tài sản quý giá nhất của chúng tôi, và sức khỏe của họ là ưu tiên hàng đầu. Chúng tôi đầu tư vào đào tạo an toàn nghề nghiệp và liên tục cải tiến quy trình sản xuất để duy trì các tiêu chuẩn an toàn cao nhất. Cam kết của chúng tôi còn thể hiện qua việc cung cấp thiết bị bảo vệ, thực hiện nghiêm ngặt các quy trình an toàn và vệ sinh, và đảm bảo điều kiện làm việc thoải mái. Các nhà máy của Masan đều được chứng nhận với các tiêu chuẩn quốc tế như HACCP, ISO 9001, ISO 22000, SA8000, FSSC, HALAL và ISO 45001, đảm bảo quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm, và sức khỏe nghề nghiệp và an toàn lao động trong tất cả các hoạt động.



Chính sách và quy trình an toàn

Mỗi đơn vị của Masan tuân thủ các quy định an toàn và sức khỏe nghề nghiệp (OHS) riêng biệt phù hợp với môi trường làm việc của mình, đồng thời đảm bảo tuân thủ các luật pháp Việt Nam. Trong các lĩnh vực có rủi ro cao như sản xuất và khai thác mỏ, chúng tôi chủ động xác định các rủi ro và triển khai các biện pháp an toàn đạt chuẩn quốc tế.

- Tại MHT, hệ thống quản lý sức khỏe và an toàn nghề nghiệp bao quát đầy đủ công nhân, hoạt động và nơi làm việc. Nhân viên mới nhận được đào tạo an toàn bắt buộc, và đánh giá rủi ro được thực hiện hàng năm và trước khi bắt đầu công việc. Kiểm tra hàng ngày tại công trường và quy trình 5S được thực hiện nghiêm ngặt, kèm theo các cuộc họp an toàn định kỳ. Năm 2024, MHT đã cập nhật Hướng dẫn PPE, thiết lập quy định rõ ràng về thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE) cho nhân viên, khách và nhà thầu, nhằm tăng cường an toàn tại nơi làm việc.
- Tại MCH, hệ thống quản lý OHS đã được thiết kế và triển khai tại tất cả các cơ sở, hoàn toàn tuân thủ các yêu cầu pháp lý của Việt Nam, tiêu chuẩn ISO 45001, và hệ thống Quản lý Sức khỏe, An toàn và Môi trường (SHE) của Masan Consumer. Hệ thống quản lý OHS được thiết kế để xác định và giảm thiểu các mối nguy và rủi ro liên quan đến công việc, theo phương pháp Đánh giá Rủi ro được quy định trong ISO 45001 và Quy trình Đánh giá Rủi ro. Đến cuối năm 2024, hơn 60% nhà máy sản xuất của Masan Consumer đã đạt chứng nhận ISO 45001.
- Tại MML, hệ thống quản lý OHS đã được triển khai theo khung pháp lý và quy định, cùng với quy trình OHS riêng của MML. Đặc biệt, ba nhà máy hoạt động theo tiêu chuẩn ISO 45001:2018. MML sử dụng quy trình được thiết lập để xác định và đánh giá các yếu tố môi trường, mối nguy và rủi ro đồng nhất tại các nhà máy và cơ sở của mình.
- Tại PLH, hệ thống quản lý OHS đã được thiết lập tuân thủ các khung pháp lý của Việt Nam. Hệ thống áp dụng trên toàn bộ các khu vực sản xuất, bao gồm cả nhân viên chính thức, công nhân tạm thời và nhà thầu bên ngoài. PLH đã phát hành quy định về an toàn nơi làm việc, yêu cầu an toàn đối với nhà thầu và nhà cung cấp, quy trình phản ứng khẩn cấp và hướng dẫn vận hành nghiêm ngặt đối với các thiết bị có nguy cơ cao. PLH cũng tổ chức khám sức khỏe hàng năm cho tất cả nhân viên theo yêu cầu pháp lý.
- Tại WCM, hệ thống quản lý OHS đã được triển khai phù hợp với khung pháp lý của Việt Nam, áp dụng cho tất cả nhân viên. Quy trình an toàn nghề nghiệp bao gồm xác định mối nguy và đánh giá rủi ro, tập trung vào các cảnh báo an toàn và biện pháp phòng ngừa. Khám sức khỏe hàng năm được cung cấp với dịch vụ y tế mở rộng, và tư vấn sức khỏe bảo mật được cung cấp bởi các bệnh viện đối tác.

Đào tạo về an toàn và sức khỏe

Để thúc đẩy văn hóa ý thức an toàn trên toàn Tập đoàn Masan và các đơn vị, công ty cung cấp đào tạo toàn diện về sức khỏe và an toàn cho tất cả nhân viên. Các chương trình đào tạo bao gồm từ đào tạo an toàn cơ bản cho nhân viên mới đến các buổi đào tạo chuyên biệt nhằm vào các mối nguy cụ thể trong công việc.

Năm 2024, tại các đơn vị của Tập đoàn Masan, đào tạo về an toàn nghề nghiệp và vệ sinh đã được thực hiện đầy đủ cho nhân viên, tuân thủ các quy định của Việt Nam. Bên cạnh đó, các khóa học chuyên ngành phù hợp với nhu cầu đặc thù của từng công ty thành viên cũng đã được cung cấp, bao gồm:

- MCH: Chương trình giới thiệu Quản lý Sức khỏe, An toàn và Môi trường (SHE) cho tất cả nhân viên, bao gồm cả nhân viên không phải là nhân viên chính thức; Cuộc họp an toàn hàng ngày do trưởng ca phụ trách.
- MHT: Giới thiệu An toàn Chung; Nhận thức về Mối nguy; Quản lý Rủi ro; An toàn Hóa học; Làm việc ở độ cao; An toàn Cháy nổ; Quy tắc Giao thông; An toàn Mỏ; Vận hành Thiết bị; An toàn Điện cao áp và các khóa học khác.
- MML: Nhận thức về sức khỏe và vệ sinh nghề nghiệp cho nhân viên mới; Đào tạo định kỳ về các mối nguy và rủi ro trong quá trình làm việc; Đào tạo nghề cho nhân viên vận hành thiết bị có yêu cầu an toàn và sức khỏe nghiêm ngặt.
- WCM: Cảnh báo An toàn nội bộ, bao gồm xử lý sự cố; Tuân thủ OHS; và các biện pháp an toàn mùa vụ.

Những chương trình đào tạo này giúp nhân viên chuẩn bị tốt, duy trì tiêu chuẩn an toàn, và đóng góp vào môi trường làm việc an toàn, hiệu quả và năng suất.



Quản lý quan hệ khách hàng



Trong năm 2024, Tập đoàn Masan tiếp tục ghi nhận không có bất kỳ khiếu nại xác thực nào liên quan đến vi phạm quyền riêng tư của khách hàng, chứng tỏ cam kết của Tập đoàn đối với minh bạch và trách nhiệm giải trình

Khách hàng đóng vai trò then chốt và là trọng tâm trong hoạt động kinh doanh bền vững của chúng tôi. Sứ mệnh cao nhất của Masan Group là cung cấp các dịch vụ chất lượng phù hợp với nhu cầu của khách hàng, cam kết luôn đảm bảo sức khỏe, an toàn và quyền riêng tư dữ liệu của khách hàng. Chúng tôi tin rằng duy trì mối quan hệ bền chặt với khách hàng là điều cần thiết để hiện thực hóa tầm nhìn và sứ mệnh của Tập đoàn.

Nhận thức được tầm quan trọng của an ninh thông tin trong bối cảnh kỹ thuật số hiện nay, Tập đoàn Masan đã triển khai các biện pháp nghiêm ngặt để bảo vệ dữ liệu của khách hàng và các bên liên quan. Hiểu rõ các rủi ro liên quan đến quản lý dữ liệu, Masan đã ban hành Chính sách An ninh Thông tin toàn diện, phù hợp với luật pháp Việt Nam và tiêu chuẩn ISO/IEC 27001:2022. Chính sách này không chỉ điều chỉnh các thực hành bảo mật dữ liệu, mà còn củng cố cam kết của Tập đoàn Masan trong việc bảo vệ dữ liệu khách hàng, nâng cao mức độ hài lòng và thích ứng với các nhu cầu người tiêu dùng đang thay đổi.

Trong năm 2024, Tập đoàn Masan tiếp tục ghi nhận không có bất kỳ khiếu nại xác thực nào liên quan đến vi phạm quyền riêng tư của khách hàng, chứng tỏ cam kết của Tập đoàn đối với minh bạch và trách nhiệm giải trình. Các công ty trực thuộc của Tập đoàn Masan đã triển khai hệ thống phản hồi khách hàng riêng biệt, kết hợp cả kênh kỹ thuật số và kênh vật lý để giải quyết hiệu quả các vấn đề về sản phẩm và dịch vụ. Các kênh kỹ thuật số, bao gồm website công ty, hotline, email, fanpage, và tài khoản chính thức Zalo, là các nền tảng chính để tương tác với khách hàng. Trong khi đó, các kênh phản hồi vật lý có sẵn tại các đơn vị có địa điểm cố định, chẳng hạn như PLH và WCM, đảm bảo tương tác trực tiếp với khách hàng. Đặc biệt, WCM đã phát triển và triển

khai Point Of Life, một hệ sinh thái kỹ thuật số tiêu dùng tích hợp từ offline sang online, kết nối ba yếu tố chính: sản phẩm và dịch vụ đa dạng của Masan, hệ thống thương mại của WinCommerce, liên kết tất cả các đối tác trong hệ sinh thái, và nền tảng công nghệ sử dụng Trí tuệ Nhân tạo (AI) và Máy Học (ML), nâng cao trải nghiệm người tiêu dùng thông qua việc tích hợp liền mạch công nghệ, con người và tổ chức Masan.

Trong năm 2025, chúng tôi dự định ra mắt phiên bản mới của chương trình hội viên WiN nhằm tích hợp tất cả các sản phẩm, dịch vụ của Tập đoàn Masan, mang đến trải nghiệm liền mạch, nhiều khuyến mãi hấp dẫn cho khách hàng trong toàn bộ hệ sinh thái.

Đạo đức kinh doanh

Tập đoàn Masan kiên định trong cam kết duy trì đạo đức kinh doanh và thúc đẩy cạnh tranh công bằng trên tất cả các thị trường mà Tập đoàn hoạt động. Vào năm 2024, Tập đoàn Masan đã củng cố cam kết của mình đối với đạo đức kinh doanh bằng cách giới thiệu các chính sách và thực tiễn quan trọng nhằm nâng cao các tiêu chuẩn đạo đức và sáng kiến bền vững trong toàn tổ chức. Xây dựng trên nền tảng của Chính sách Quản lý Rủi ro hiện có và đặt nền móng cho Bộ quy tắc Chuỗi cung ứng Bền vững, Masan đã ban hành một Bộ quy tắc ứng xử mới toàn diện, đóng vai trò là khung cơ bản hướng dẫn hoạt động cho Tập đoàn và các công ty thành viên. Bộ quy tắc ứng xử này quy định các quy tắc thiết yếu và nguyên tắc hành động, đảm bảo rằng mọi hoạt động đều phù hợp với các giá trị cốt lõi của Masan và thúc đẩy tuân thủ trong các hoạt động kinh doanh, cả nội bộ và trong các quan hệ đối tác.

Bộ Quy tắc ứng xử năm 2024 được xây dựng dựa trên 8 quy tắc cốt lõi:

Bộ quy tắc ứng xử năm 2024

1	2	3	4
Tuân thủ pháp luật và cạnh tranh lành mạnh	Trách nhiệm với cộng đồng và xã hội	Trách nhiệm đối với đối tác kinh doanh	Tính chính xác và trung thực trong hồ sơ và tài liệu
5	6	7	8
Truyền thông với báo chí và nhà đầu tư	Bảo vệ dữ liệu thông tin	Đối xử công bằng và xây dựng môi trường làm việc an toàn	Xung đột lợi ích

1.

Tuân thủ pháp luật và cạnh tranh lành mạnh
Masan hoạt động kinh doanh một cách trung thực, minh bạch và tuân thủ mọi quy định pháp luật tại các thị trường mà Tập đoàn có mặt. Masan cam kết tuân thủ các quy định về phòng chống rửa tiền, đồng thời áp dụng chính sách không khoan nhượng đối với hành vi tham ô, tham nhũng hay hối lộ.
2.

Trách nhiệm với cộng đồng và xã hội
Masan luôn ý thức rõ vai trò và trách nhiệm của mình đối với cộng đồng, xã hội và môi trường. Tập đoàn cam kết hỗ trợ các tiêu chuẩn phát triển bền vững thông qua việc đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả, đồng thời bảo vệ môi trường tự nhiên, an toàn lao động, bình đẳng giới, quyền lợi người lao động, an toàn thực phẩm, quyền lợi người tiêu dùng và phúc lợi cộng đồng.
3.

Trách nhiệm đối với đối tác kinh doanh
Masan cam kết xây dựng quan hệ hợp tác bình đẳng với tất cả các đối tác, hướng đến lợi ích hài hòa cho các bên. Masan kỳ vọng đối tác tôn trọng và thực hiện các nguyên tắc kinh doanh minh bạch, trung thực và cạnh tranh công bằng của Tập đoàn.
4.

Tính chính xác và trung thực trong hồ sơ và tài liệu
Mọi nhân sự Masan đều có trách nhiệm đối với thông tin, hồ sơ và tài liệu mà họ cung cấp, bao gồm nhưng không giới hạn ở báo cáo, thuyết trình và sổ sách.
5.

Truyền thông với báo chí và nhà đầu tư
Masan đảm bảo cung cấp thông tin minh bạch, chính xác và công bằng đến truyền thông, công chúng, nhà đầu tư và cổ đông theo đúng quy định của pháp luật.
6.

Bảo vệ dữ liệu và thông tin
Masan đảm bảo quá trình thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân (bao gồm thông tin của nhân viên, khách hàng và người tiêu dùng) tuân thủ các tiêu chuẩn ngành và quy định pháp luật về bảo vệ dữ liệu.
7.

Đối xử công bằng và xây dựng môi trường làm việc an toàn
Masan cam kết tạo dựng môi trường làm việc an toàn, hòa nhập và tôn trọng, mang đến cơ hội phát triển bình đẳng cho mọi nhân sự, đồng thời ghi nhận và tôn trọng sự khác biệt cá nhân.
8.

Xung đột lợi ích
Nhân sự Masan không được sử dụng thông tin nội bộ để thực hiện các giao dịch cá nhân, bao gồm giao dịch cổ phiếu niêm yết của Masan. Đồng thời, nhân sự không được tham gia vào các hoạt động kinh doanh có thể gây xung đột lợi ích với Masan hoặc ảnh hưởng đến trách nhiệm của họ đối với Tập đoàn.

Trong năm 2024, Masan đã ban hành Chính sách Phòng chống Rửa tiền, Chống Hối lộ và Tài trợ Khủng bố, quy định các nguyên tắc chung, nghĩa vụ và hành vi bị nghiêm cấm đối với mọi hoạt động và giao dịch liên quan.

Năm 2024, toàn bộ các công ty thành viên của Masan chỉ phát sinh một khoản phạt hành chính trong lĩnh vực F&B do biển quảng cáo vượt quá kích thước đăng ký. Biện pháp khắc phục đã được triển khai kịp thời. Việc giảm đáng kể các vi phạm trong năm 2024 so với năm 2023 phản ánh cam kết mạnh mẽ của Masan trong việc tuân thủ quy định và cải tiến liên tục.

Hướng đến năm 2025, Masan đặt mục tiêu thành lập Ủy ban Rủi ro, tổ chức đào tạo nhân sự về chính sách chống hối lộ và tham nhũng, đồng thời duy trì số lượng Thành viên Hội đồng Quản trị độc lập phù hợp tại các công ty đại chúng, nhằm nâng cao hiệu quả quản trị và củng cố niềm tin từ các bên liên quan.



Hướng đến tương lai

Với triết lý “Doing well by doing good”, chúng tôi tích hợp chặt chẽ Trách nhiệm bảo vệ môi trường, Trách nhiệm xã hội và Thành công trong kinh doanh

Tại Masan, phát triển bền vững không chỉ là một cam kết mà còn là nguyên tắc cốt lõi định hướng chiến lược kinh doanh của chúng tôi. Với triết lý “Doing well by doing good”, chúng tôi tích hợp chặt chẽ Trách nhiệm bảo vệ môi trường, trách nhiệm xã hội và thành công trong kinh doanh. Dựa trên những thành tựu đạt được trong năm 2024, chúng tôi sẵn sàng nâng cao hiệu suất bền vững, đưa các thực hành bền vững vào mọi khía cạnh của hoạt động. Hướng tới năm 2025, Tập đoàn Masan sẽ đẩy mạnh chương trình nghị sự về phát triển bền vững, tiếp tục tạo dấu ấn trên ba trụ cột chiến lược: Thúc đẩy đổi mới để tăng trưởng bền vững, Quan tâm đến môi trường và cộng đồng, Nhân viên và khách hàng tin yêu.

Trong khuôn khổ Thúc đẩy đổi mới để tăng trưởng bền vững, chúng tôi sẽ đẩy mạnh tập trung vào an toàn thực phẩm và dinh dưỡng bằng cách tích hợp các sáng kiến “Tốt cho sức khỏe” vào hoạt động nghiên cứu và phát triển. Đồng thời, chúng tôi sẽ nâng cao hơn nữa quản lý chuỗi cung ứng nhằm đảm bảo tính liên chính trong kinh doanh và đánh giá mức độ tuân thủ Bộ quy tắc chuỗi cung ứng bền vững.

Trong khuôn khổ Bảo vệ môi trường và cộng đồng, chúng tôi sẽ đẩy mạnh lộ trình giảm phát thải carbon bằng cách tiếp tục theo dõi lượng phát thải Phạm vi 1 và Phạm vi 2, đồng thời mở rộng nỗ lực để định lượng Phạm vi 3. Là một phần trong lộ trình hướng đến Net Zero, chúng tôi sẽ nâng cao tính minh bạch trong các công bố liên quan đến khí hậu, đồng thời cải thiện chiến lược quản lý nước và chất thải. Cam kết tạo tác động xã hội của chúng tôi cũng sẽ được mở rộng với các sáng kiến hướng đến cộng đồng như “Một triệu bữa cơm có thịt”, cùng với sự hỗ trợ mạnh mẽ hơn dành cho ngành nông nghiệp Việt Nam.

Để hiện thực hóa khuôn khổ Nhân viên và khách hàng tin yêu, chúng tôi tiếp tục khẳng định cam kết đối với phát triển nhân tài, đa dạng và hòa nhập. Những ưu tiên hàng đầu bao gồm nâng cao phúc lợi nhân viên, tăng tỷ lệ lãnh đạo nữ, và thúc đẩy văn hóa xuất sắc. Để nâng cao trải nghiệm khách hàng, chúng tôi sẽ ra mắt chương trình Hội viên mới, tích hợp tất cả các sản phẩm và dịch vụ trong hệ sinh thái của Tập đoàn nhằm mang đến trải nghiệm tiêu dùng vượt trội. Củng cố quản trị doanh nghiệp vẫn là ưu tiên hàng đầu với việc thành lập Ủy ban quản lý rủi ro, triển khai đào tạo chống hối lộ và chống tham nhũng, đồng thời tăng số lượng thành viên độc lập trong Hội đồng Quản trị.

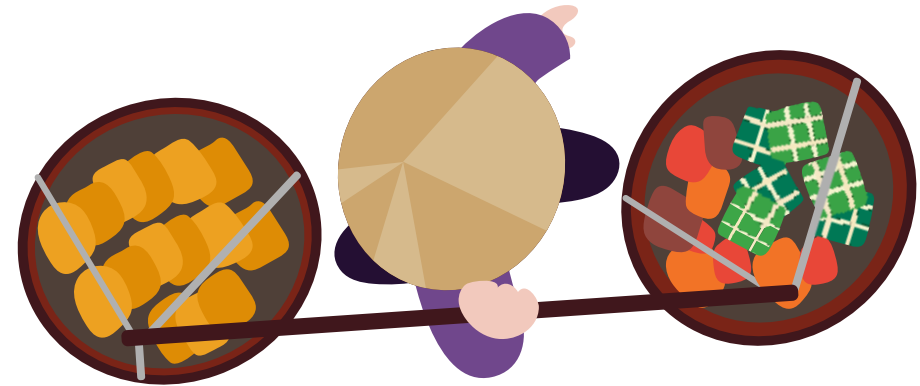
Với cam kết nhất quán về tính minh bạch, Masan sẽ tiếp tục nâng cao công tác báo cáo phát triển bền vững, khẳng định vai trò tiên phong và cập nhật rõ ràng những tiến bộ của Tập đoàn đến các bên liên quan. Hướng về tương lai, Masan kiên định theo đuổi sứ mệnh thúc đẩy tăng trưởng bền vững, tạo dựng giá trị dài hạn và đóng góp thiết thực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam.



Báo cáo của Ban điều hành



Tổng quan Kinh tế vĩ mô



Tổng quan Kinh tế Vĩ mô

632

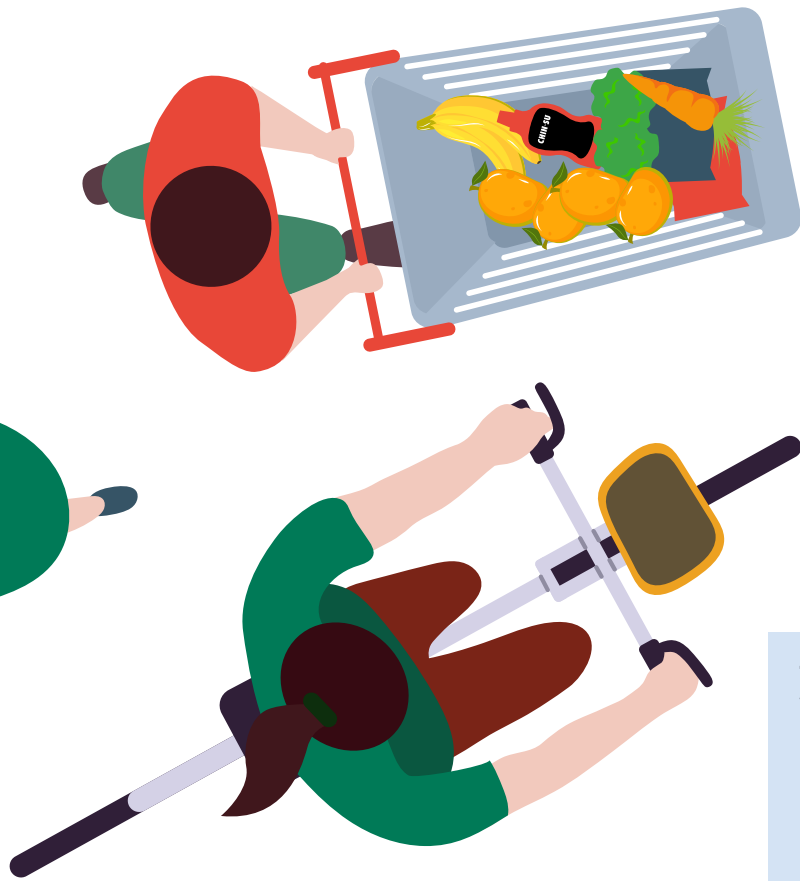
Chi tiết toàn cầu cho AI (Tỷ đô)

↑29%

CAGR trong giai đoạn 2024 - 2028

Năm 2024, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ bất chấp những bất ổn toàn cầu đang diễn ra. Nền kinh tế toàn cầu vẫn biến động do căng thẳng địa chính trị, lãi suất cao tại các nền kinh tế lớn và đứt gãy chuỗi cung ứng. Các xung đột kéo dài ở khu vực Đông Âu và Trung Đông cũng làm gia tăng biến động giá hàng hóa và tâm lý né tránh rủi ro, ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại và tâm lý đầu tư chung trên toàn cầu. Đồng thời, kết quả các cuộc bầu cử quan trọng trên thế giới cũng làm gia tăng rủi ro địa chính trị, góp phần khiến bối cảnh thương mại toàn cầu thêm bất ổn. Xu hướng lãi suất cao kéo dài trên toàn cầu, kết hợp với lạm phát cao ở Mỹ, tiếp tục tác động tiêu cực lên thị trường vốn thế giới, gia tăng áp lực cho các hoạt động kinh doanh.

Trong bối cảnh đầy thách thức như vậy, đổi mới sáng tạo tiếp tục là động lực mạnh mẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nhờ cải thiện năng suất. Năm 2024, những đột phá về công nghệ trong lĩnh vực máy học (Machine Learning) và trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence) đã đánh dấu một thời kỳ mới, buộc giới lãnh đạo doanh nghiệp phải tư duy lại về kế hoạch phát triển dài hạn. Theo Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế (International Data Corporation), chi tiêu toàn cầu cho AI được dự báo đạt 632 tỷ USD vào năm 2028, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) 29,0% trong giai đoạn 2024 – 2028. Mức độ gia tăng đầu tư này sẽ thúc đẩy quá trình chuyển đổi dựa trên AI rộng khắp trên nhiều lĩnh vực, tái định hình hoạt động kinh doanh, nâng cao tự động hóa và đẩy nhanh đổi mới với tốc độ chưa từng có trong tiền lệ.



Tổng quan Việt Nam

↑7,1%

Tốc độ tăng trưởng GDP 2024

38,2

Vốn đầu tư nước ngoài (Tỷ đô)

25,3

FDI giải ngân (Tỷ đô)

16,4%

Nhập khẩu hàng tiêu dùng tăng so với cùng kỳ

↑6,8%

Dự báo tăng trưởng GDP 6,8% năm 2025 bởi Ngân hàng Thế giới

Là nền kinh tế dựa vào xuất khẩu, Việt Nam đã và đang đối mặt nhiều thách thức do nhu cầu suy giảm từ các đối tác thương mại lớn như Mỹ và Liên minh Châu Âu (EU). Sản lượng sản xuất bị ảnh hưởng tiêu cực trong các ngành dệt may, giày dép và điện tử. Bên cạnh đó, lo ngại của người dân đối với ổn định việc làm, cùng với sự giảm sút trong tăng trưởng thu nhập thực tế, cũng tác động không tốt đến niềm tin tiêu dùng và khả năng chi tiêu.

Bất chấp những áp lực từ bên ngoài, nền kinh tế Việt Nam vẫn thể hiện sự bền bỉ mạnh mẽ khi đạt tốc độ tăng trưởng GDP ước tính 7,1% trong năm tài chính 2024, tăng so với mức 5,05% của năm 2023. Kết quả này có được nhờ dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) mạnh mẽ, sự phục hồi trong thương mại và các biện pháp kích thích kinh tế mang mục tiêu cụ thể từ Chính phủ.

1. Dòng vốn FDI mạnh mẽ

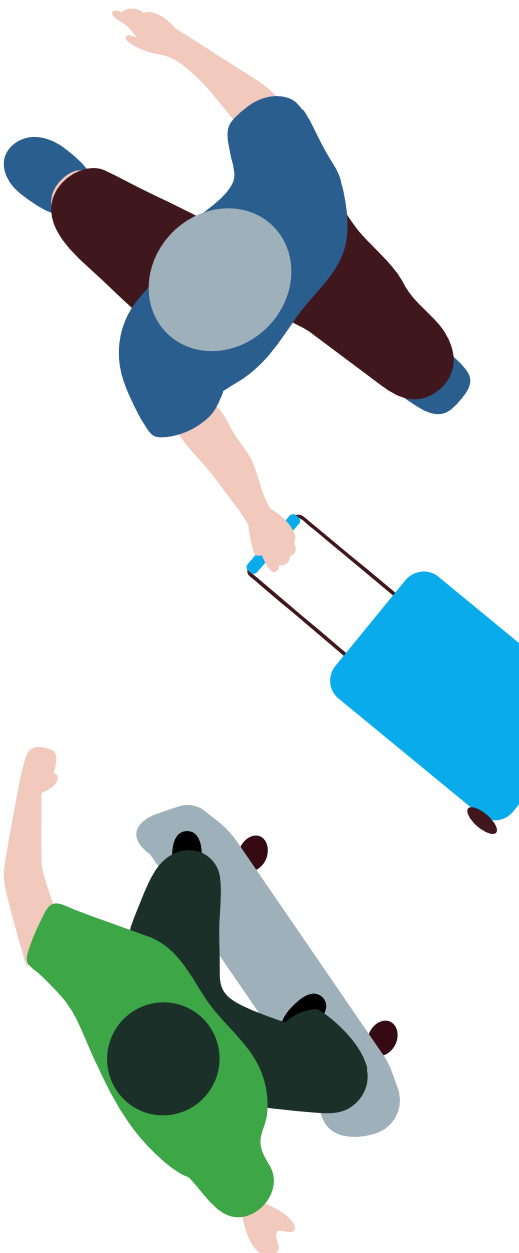
Việt Nam đã thu hút 38,2 tỷ USD vốn đầu tư nước ngoài mới, một trong những mức tăng trưởng FDI cao nhất kể từ năm 2020. FDI giải ngân cũng đạt mức kỷ lục 25,3 tỷ USD, khẳng định sức hút của Việt Nam trong vị thế trung tâm sản xuất và chuỗi cung ứng quan trọng tại châu Á. Sản xuất và bất động sản tiếp tục là hai lĩnh vực chủ đạo, trong đó FDI đổ vào bất động sản tăng 18,8% so với cùng kỳ năm trước.

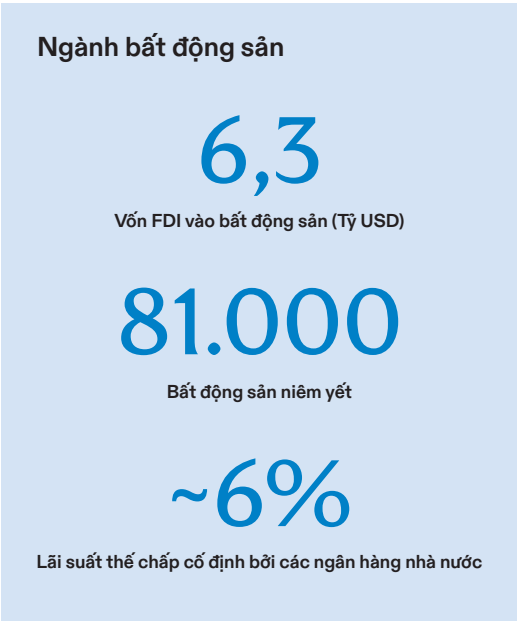
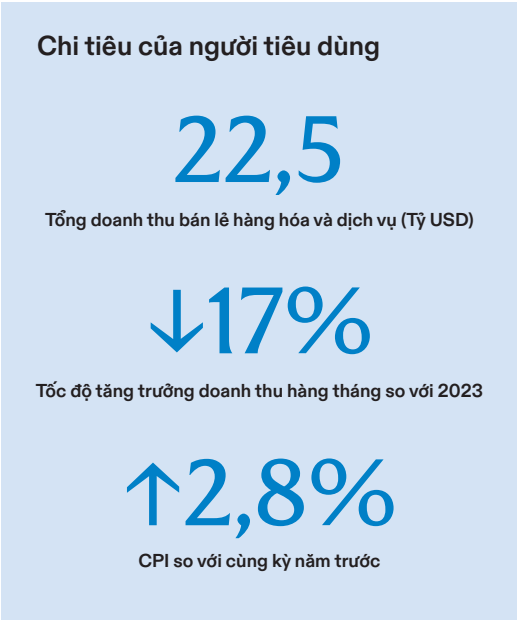
2. Phục hồi thương mại

Kim ngạch thương mại Việt Nam lần lượt tăng 14,3% (xuất khẩu) và 24,2% (nhập khẩu) so với cùng kỳ năm trước, phản ánh sự phục hồi của hoạt động thương mại. Nguyên liệu sản xuất tiếp tục chiếm ưu thế, chiếm 94% tổng kim ngạch nhập khẩu, trong khi nhập khẩu hàng tiêu dùng tăng 16,4% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy nhu cầu tiêu dùng nội địa đang dần phục hồi.

3. Hỗ trợ chính sách từ Chính phủ

Chính phủ Việt Nam đã triển khai nhiều sáng kiến nhằm ổn định nền kinh tế, bao gồm đẩy mạnh giải ngân đầu tư công và tiến hành ưu đãi thuế cho doanh nghiệp. Giải ngân đầu tư công đã đạt 52% kế hoạch năm tính đến tháng 10/2024, và dự kiến sẽ tăng gấp đôi trong năm tài chính 2025 nhằm hỗ trợ tăng trưởng kinh tế.





Chi tiêu của người tiêu dùng tuy được cải thiện nhưng còn chậm do bất ổn thu nhập và áp lực lạm phát. Cụ thể, nhu cầu đối với hàng tiêu dùng yếu hơn so với mảng dịch vụ và đã chứng lại vào cuối năm 2024 do tác động của bão Yagi đến lòng tin của người tiêu dùng.

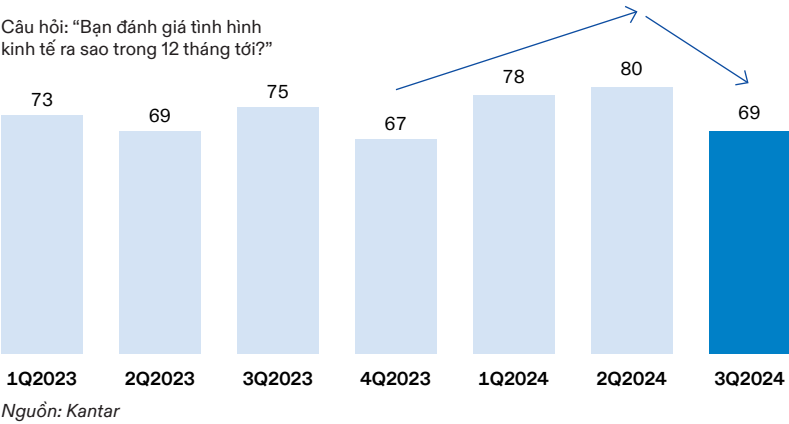
- 1. Tăng trưởng doanh thu bán lẻ**
Tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ đạt 22,5 tỷ USD trong tháng 12, tăng 9,3% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng doanh thu hàng tháng trung bình thấp hơn 17% so với năm 2023, phản ánh tâm lý chi tiêu thận trọng. Ngành du lịch, dịch vụ và lưu trú tiếp tục là động lực chính thúc đẩy doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ.
- 2. Chính sách can thiệp từ Chính phủ**
Chính phủ đã triển khai các biện pháp như giảm thuế VAT, cắt giảm phí và tăng 30% lương cơ bản cho nhân viên khu vực công nhằm thúc đẩy sức mua của các hộ gia đình trong năm 2025.

- 3. Kiểm soát lạm phát**
Bất chấp những biến động kinh tế vĩ mô, lạm phát vẫn được kiểm soát, với CPI tăng 2,8% so với cùng kỳ năm trước. Giá xăng dầu trong nước giảm giúp dịu bớt áp lực chi phí cho các hộ gia đình.

- 4. Tác động tiêu cực ngắn hạn của thiên tai**
Bão Yagi đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến tình hình kinh tế của các khu vực nông thôn ở miền Bắc, gây ra suy giảm lòng tin tiêu dùng ngắn hạn trong quý 4/2024.

Ngành bất động sản giữ vai trò chủ đạo trong ổn định kinh tế năm 2024 và được kỳ vọng sẽ giúp thúc đẩy sự phục hồi tiêu dùng trong năm 2025. Việt Nam đã thu hút 6,3 tỷ USD vốn FDI vào bất động sản, tăng 19% so với cùng kỳ năm trước, củng cố cho đà phục hồi của toàn ngành. Thị trường bất động sản nhà ở ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ, với 81.000 bất động sản niêm yết, tăng 40% so với cùng kỳ năm trước, và hơn 47.000 giao dịch thành công trong năm tài chính 2024. Đồng thời, các ngân hàng nhà nước đã cắt giảm lãi suất thế chấp cố định xuống khoảng 6%, mức thấp nhất trong một thập kỷ qua, giảm từ mức ~10% của năm 2023. Động thái này được kỳ vọng sẽ kích thích nhu cầu mua nhà và thúc đẩy sự phục hồi kinh tế toàn diện.

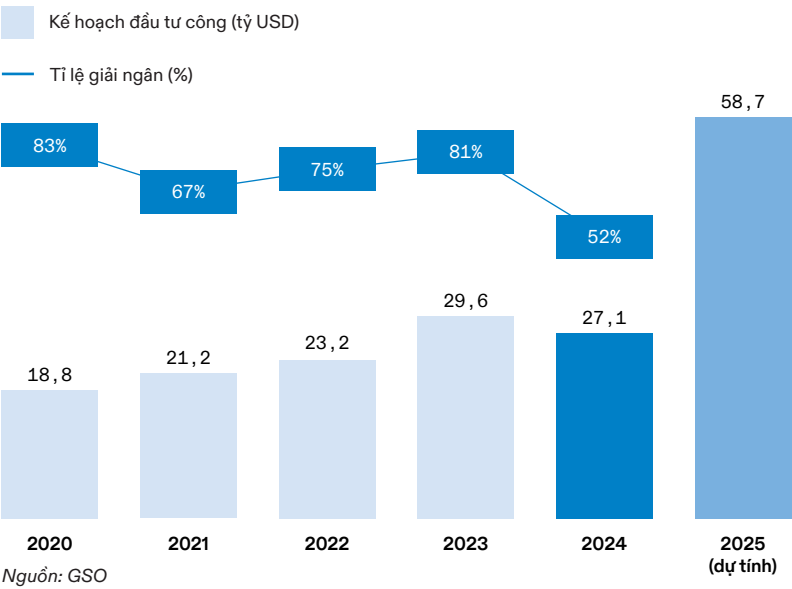
Trong tương lai gần, triển vọng kinh tế của Việt Nam vẫn rất lạc quan, với việc Ngân hàng Thế giới (World Bank) dự báo Việt Nam sẽ đạt tăng trưởng GDP 6,8% vào năm 2025. Chính phủ Việt Nam đặt mục tiêu tăng trưởng GDP danh nghĩa từ 8% trở lên trong năm 2025, tạo nền tảng cho tăng trưởng hai chữ số từ năm 2026 trở đi. Nếu đạt được các mục tiêu này, GDP của Việt Nam sẽ chạm mốc 500 tỷ USD, với GDP bình quân đầu người đạt 5.000 USD, đánh dấu một bước ngoặt quan trọng cho nhiều lĩnh vực, đặc biệt là ngành tiêu dùng và bán lẻ.



Những yếu tố ủng hộ cho quỹ đạo tăng trưởng tích cực này:

- 1. Mở rộng đầu tư công nghiệp và hạ tầng**
Chính phủ đặt mục tiêu thu hút thêm FDI vào bất động sản công nghiệp, tập trung vào các vùng và khu vực như Bà Rịa - Vũng Tàu, Tây Ninh và Bình Phước.
- 2. Cải cách quy định**
Luật Đất đai sửa đổi, Luật Nhà ở và Luật Kinh doanh Bất động sản, có hiệu lực từ tháng 8/2024, được kỳ vọng sẽ tăng cường niềm tin của nhà đầu tư và nâng cao tính minh bạch trong hoạt động kinh doanh.
- 3. Đẩy mạnh đầu tư công**
Kế hoạch đầu tư công của Chính phủ sẽ tăng hơn gấp đôi, đạt 58,7 tỷ USD vào năm 2025, tập trung vào nâng cấp cơ sở hạ tầng và các biện pháp kích thích kinh tế.

Việt Nam vẫn tiếp tục là một trong những nền kinh tế năng động nhất Đông Nam Á, với nền tảng vững chắc, môi trường đầu tư ổn định cùng nhiều sáng kiến do chính phủ hỗ trợ, tạo động lực tăng trưởng kinh tế bền vững cho nhiều năm tới.



Ban lãnh đạo Tập đoàn Masan đã theo dõi sát sao các xu hướng vĩ mô nêu trên và xác định các trọng tâm chiến lược trong trung và dài hạn nhằm tối đa hóa giá trị cho cổ đông: (i) tập trung mạnh mẽ vào các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi để đón đầu bước ngoặt tiêu dùng tại Việt Nam, (ii) giảm đòn bẩy tài chính và đơn giản hóa cơ cấu doanh nghiệp nhằm tối ưu hóa chi phí vốn trong môi trường lãi suất cao, và (iii) tiếp tục đầu tư vào công nghệ để đảm bảo tính bền vững cho doanh nghiệp trong tương lai.

Trong bối cảnh thị trường tiêu dùng dần cải thiện trong năm 2024, các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi của Tập đoàn Masan đều ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể, với EBIT (Lợi nhuận hoạt động) tăng 1.878 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT post-MI) của công ty tăng mạnh lên 1.999 tỷ đồng trong năm tài chính 2024, tương ứng mức tăng trưởng 377,5% so với cùng kỳ năm trước, được thúc đẩy bởi mức tăng gấp 14 lần lợi nhuận quý 4/2024 so với cùng kỳ năm trước, đạt 691 tỷ đồng. Bất chấp sự chậm lại tạm thời trong quý 4/2024, Masan Consumer Corporation (MCH) vẫn đạt mức

tăng trưởng lợi nhuận hai chữ số so với cùng kỳ năm trước, nhờ vào chiến lược cao cấp hóa và đổi mới sản phẩm liên tục. Chiến lược “Go Global” đã giúp doanh thu xuất khẩu của MCH tăng lên 1.299 tỷ đồng, tăng 22,4% so với cùng kỳ năm trước. WinCommerce (WCM) và Masan MEATLife (MML) đều đạt lợi nhuận trong năm tài chính 2024, đóng góp 993 tỷ đồng vào lợi nhuận sau phân bổ cổ đông thiểu số (post-MI). Hai mảng kinh doanh này đã chuyển đổi thành nguồn lợi nhuận quan trọng của công ty trong tương lai. Phúc Long Heritage (PLH) ghi nhận tăng trưởng cả về doanh thu và lợi nhuận, nhờ vào quá trình cải tiến chiến lược kinh doanh và nâng cấp mô hình hoạt động. Masan High-Tech Materials (MHT) đã hoàn tất thương vụ bán H.C. Starck cho Mitsubishi Materials và cải thiện hiệu quả tài chính nhờ nhiều sáng kiến vận hành, bao gồm tăng sản lượng bán đồng và ký hợp đồng dịch vụ khai thác & khoan nổ mìn mới. Techcombank (TCB), công ty liên kết của Masan, đóng góp 4.348 tỷ đồng lợi nhuận trong năm 2024, tăng 13,3% so với cùng kỳ năm trước, bất chấp khoản chi phí một lần liên quan đến việc chấm dứt hợp đồng với Manulife.

Hướng đến năm 2025, công ty có cái nhìn rõ ràng hơn về sự phục hồi tiêu dùng và triển vọng dài hạn khi GDP bình quân đầu người của Việt Nam được dự báo sẽ vượt mốc 5.000 USD. Tập đoàn Masan tiếp tục cam kết thúc đẩy tăng trưởng lợi nhuận bền vững thông qua các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi, vốn đã thể hiện khả năng thích ứng mạnh mẽ và hiệu suất cao. Công ty sẽ tận dụng hơn nữa hệ sinh thái Point Of Life (POL) để mở rộng dấu ấn số, đặc biệt là thông qua chương trình hội viên WiN, giúp nâng cao mức độ tương tác trực tiếp với người tiêu dùng và tạo điều kiện để công ty cung cấp các sản phẩm và dịch vụ mới.

Tổng quan về kết quả hoạt động và triển vọng tăng trưởng



Kết quả hợp nhất

Tập đoàn Masan

83.178

Doanh thu thuần 2024 (Tỷ đồng)

↑6,3%

Doanh thu thuần so với 2023

15.921

EBITDA của MSN (Tỷ đồng)

↑19,3%

EBITDA so với 2023

1.999

Lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số (Tỷ đồng)

↑337,5%

Lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số so với 2023

Doanh thu thuần của Tập đoàn Masan trong năm 2024 đạt 83.178 tỷ đồng, tăng 6,3% so với cùng kỳ năm trước, so với 78.252 tỷ đồng trong năm 2023.

Đóng góp vào con số tích cực của doanh thu là đã tăng trưởng bền vững của mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi và nghĩa vụ hợp đồng đã hoàn thành của MHT đối với đối tác, giúp bù đắp lại cho định hướng chiến lược của MML trong việc tái cấu trúc mảng gà trang trại.

EBITDA của MSN trong năm 2024 tăng 19,3% so với cùng kỳ năm trước, đạt 15.921 tỷ đồng, được thúc đẩy bởi đã tăng trưởng lợi nhuận mạnh mẽ trên tất cả các mảng kinh doanh tiêu dùng - bán lẻ.

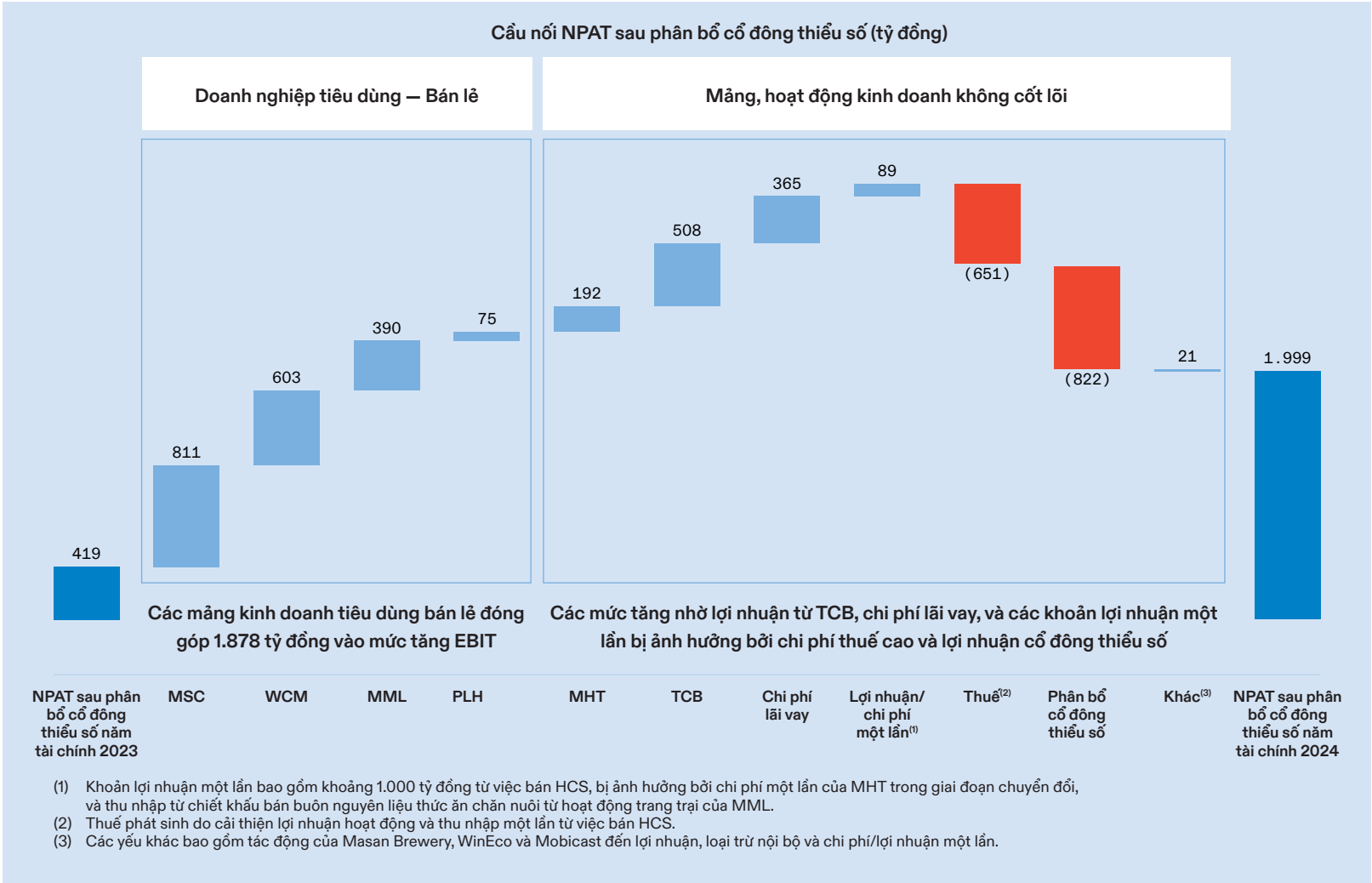
Lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI) đạt 1.999 tỷ đồng trong năm 2024, tăng 377,5% so với cùng kỳ năm trước, hoàn thành 200% kế hoạch cơ sở đã được phê duyệt tại Đại hội đồng Cổ đông thường niên.

Mức tăng trưởng này được thúc đẩy bởi đã tăng trưởng lợi nhuận mạnh mẽ trên tất cả các mảng kinh doanh tiêu dùng - bán lẻ, chi phí tài chính thuần giảm 365 tỷ đồng nhờ tối ưu hóa chi phí lãi vay, cùng với khoản lợi nhuận một lần 89 tỷ đồng. Đây là tổng hợp lợi nhuận ròng từ việc bán HCS cùng với khoản thu nhập từ chiết khấu bán buôn đối với nguyên liệu đầu vào từ hoạt động kinh doanh trang trại của MML, bù trừ với các khoản chi phí một lần trong giai đoạn chuyển đổi của MHT, và 100 tỷ đồng chi phí từ thiện một lần. Ngoài ra, MSN cũng ghi nhận khoản giảm 288 tỷ đồng lợi nhuận do chi phí một lần của TCB từ việc chấm dứt hợp đồng với Manulife. Sự tăng trưởng tích cực và ổn định của tất cả các mảng kinh doanh cốt lõi từ đầu năm 2024 đã củng cố niềm tin của ban lãnh đạo vào quá trình

chuyển đổi thành nền tảng tiêu dùng - bán lẻ của Tập đoàn Masan.

Về bảng cân đối kế toán hợp nhất, tổng nợ tài chính giảm còn 65.549 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2024, so với 69.572 tỷ đồng vào năm 2023. Công ty tiếp tục duy trì chiến lược phân bổ vốn chặt chẽ, tập trung vào cải thiện dòng tiền tự do (FCF) và huy động vốn thông qua phát hành cổ phần cũng như thoái vốn các tài sản. Kết quả, FCF cải thiện đáng kể lên 9.580 tỷ đồng trong năm 2024, tăng mạnh so với 7.454 tỷ đồng vào năm 2023. Tỷ lệ Nợ ròng trên EBITDA 12 tháng gần nhất (LTM EBITDA) giảm xuống 2,9x vào cuối năm 2024, so với mức 3,9x vào cuối năm 2023, phản ánh kết quả rõ ràng của chiến lược giảm đòn bẩy tài chính, giúp tỷ lệ Nợ ròng trên EBITDA 12 tháng gần nhất xuống dưới 3,5x. Sự vượt trội trong lợi nhuận và cải thiện bảng cân đối kế toán là kết quả của chiến lược dài hạn nhất quán và tập trung mạnh mẽ vào thực thi, nhằm tối đa hóa giá trị cho cổ đông.

Những điểm nổi bật



EBIT của các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi của chúng tôi tăng 1.878 tỷ đồng, chủ yếu nhờ vào tăng trưởng lợi nhuận hai chữ số của MCH và bước ngoặt mang về lợi nhuận của WCM và MML.

Bất chấp tốc độ phục hồi chậm hơn của ngành hàng tiêu dùng và một quý 4/2024 đầy thách thức, MCH vẫn tăng trưởng EBITDA 11% so với cùng kỳ năm trước, đạt 8.333 tỷ đồng, và NPAT sau phân bổ cổ đông thiểu số tăng 10,1% so với cùng kỳ năm trước, đạt 7.803 tỷ đồng, nhờ vào chiến lược cao cấp hóa, ra mắt sản phẩm mới, mở rộng thị trường quốc tế (“Go Global”) và tối ưu hóa chi phí bán hàng. MCH ghi nhận doanh thu gộp từ các sản phẩm mới đạt 2.281 tỷ đồng trong năm 2024, tăng 62% so với cùng kỳ năm trước, khẳng định động lực tăng trưởng doanh thu bền vững trong dài hạn. Những sản phẩm đổi mới nổi bật bao gồm Bupnon Tea 365 (Đồ uống), Chanté (HPC), và các sản phẩm lẩu tự sôi, lẩu cầm tay Omachi (Thực phẩm tiện lợi).

Năm 2024 đánh dấu một cột mốc quan trọng về lợi nhuận đối với cả WCM và MML khi hai doanh nghiệp này lần đầu tiên ghi nhận lợi nhuận dương. Kết quả này đến từ việc kiên trì thực thi chiến lược dài hạn nhằm xác định các mô hình kinh doanh có lợi nhuận và có thể mở rộng cho những mảng kinh doanh mới trong hệ sinh thái Tập đoàn Masan, qua đó củng cố niềm tin của ban lãnh đạo vào triển vọng tăng trưởng bền vững của WCM và MML. Cụ thể, trong năm 2024, WCM đã đẩy mạnh tăng trưởng like-for-like (LFL) lên mức 7,5% trên toàn hệ thống và tối ưu hóa chi phí hao hụt hàng hóa thông qua các sáng kiến cải thiện chuỗi cung ứng. Trong khi đó, MML gia tăng tỷ trọng doanh thu từ mảng thịt chế biến có biên lợi nhuận cao và hưởng lợi từ việc tối ưu hóa hoạt động chăn nuôi.

MSN đã đạt những kết quả tích cực trong cam kết giảm đòn bẩy tài chính và tối ưu hóa cơ cấu doanh nghiệp.

Trong quý 2/2024, MSN đã huy động thành công 250 triệu USD từ Bain Capital. Vào ngày 18 tháng 12 năm 2024, MHT công bố hoàn tất thương vụ bán 100% cổ phần tại H.C. Starck Holding GmbH (“HCS”) cho Mitsubishi Materials Corporation với giá trị giao dịch 134,5 triệu USD. Thỏa thuận này bao gồm hợp đồng bao tiêu dài hạn đối với APT và oxit vonfram giữa MHT và HCS, đảm bảo lợi ích bền vững cho cả hai bên và cung cấp cho MHT nền tảng vững chắc để tối đa hóa khối lượng đơn hàng. Khoản tiền thu được từ thương vụ này sẽ giúp MHT giảm nợ từ khoảng 670 triệu USD xuống còn 490 triệu USD. Kết hợp với dòng tiền tự do từ hoạt động kinh doanh được cải thiện, các sáng kiến này đã giúp MSN giảm tỷ lệ đòn bẩy tài chính, đưa tỷ lệ Nợ ròng trên EBITDA 12 tháng gần nhất (LTM EBITDA) từ 3,9x vào cuối năm 2023 xuống còn 2,9x vào cuối năm 2024, khẳng định cam kết của ban lãnh đạo trong việc duy trì tỷ lệ này dưới 3,5x.

Đầu tư vào công nghệ để số hóa nền tảng tiêu dùng - bán lẻ và chuẩn bị cho các ứng dụng AI trong tương lai.

Tập đoàn Masan tiếp tục đầu tư vào công nghệ và chuyển đổi số nhằm nâng cao nền tảng tiêu dùng - bán lẻ, tối ưu hóa vận hành chuỗi cung ứng và tạo nền tảng cho các ứng dụng AI trong tương lai.

Chương trình hội viên WiN tiếp tục là trụ cột quan trọng trong chiến lược số của Tập đoàn Masan, giúp kết nối trực tiếp với người tiêu dùng và hiểu sâu hơn về hành vi mua sắm. Thông qua việc thu thập và phân tích dữ liệu hành vi, Masan tối ưu hóa cách tiếp cận cá nhân hóa, tinh chỉnh danh mục sản phẩm và tăng cường lòng trung thành của khách hàng. Tính đến cuối năm 2024, với 10 triệu thành viên, chương trình Hội viên WiN đóng góp 53% tổng doanh thu của WCM, khẳng định vai trò ngày càng quan trọng trong chiến lược bán lẻ đa kênh của Tập đoàn Masan. Không chỉ giới hạn trong ngành hàng tiêu dùng nhanh (grocery), chương trình Hội viên WiN đang mở rộng để kết nối các thương hiệu với nhóm khách hàng mục tiêu, đồng thời giới thiệu các sản phẩm phi thực phẩm có giá trị gia tăng, thúc đẩy sự tích hợp sâu hơn trong hệ sinh thái Tập đoàn Masan. Tập đoàn Masan cũng đẩy nhanh việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng bằng AI tại MCH và WCM, giúp nâng cao hiệu quả quản lý hàng tồn kho, dự báo nhu cầu và tối ưu hóa vận hành. Những sáng kiến này sẽ giúp hệ sinh thái Tập đoàn Masan sẵn sàng cho tương lai, củng cố lợi thế cạnh tranh dài hạn trong bối cảnh thị trường tiêu dùng Việt Nam đang không ngừng phát triển.

Phụ thuộc vào các quy trình phê duyệt nội bộ, điều kiện kinh tế vĩ mô và sự phục hồi của thị trường tiêu dùng, Tập đoàn Masan dự báo doanh thu thuần hợp nhất năm tài chính 2025 (FY2025) sẽ dao động từ 80.000 tỷ đồng đến 85.500 tỷ đồng, tương ứng với tăng trưởng like-for-like (LFL) từ 7% đến 14% so với cùng kỳ năm trước, sau khi điều chỉnh do việc không còn hợp nhất HCS. Trong năm tài chính 2025, tổng doanh thu hợp nhất (không bao gồm MHT) dự kiến nằm trong khoảng 74.013 tỷ đồng đến 78.013 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 8% đến 13% so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) được dự báo đạt 4.875 tỷ đồng đến 6.500 tỷ đồng, tăng trưởng mạnh từ 14% đến 52%, so với 4.272 tỷ đồng trong năm tài chính 2024.

Masan Consumer



Tổng quan
Masan Consumer

30.897

Doanh thu thuần năm 2024 (Tỷ đồng)

↑9,4%

Mức tăng trưởng doanh thu so với 2023

↑24,4%

Xuất khẩu so với cùng kỳ năm trước

46,6%

Biên lợi nhuận gộp năm 2024

Năm 2024, MCH đạt mức tăng trưởng doanh thu tốt ở mức 9,4% so với cùng kỳ trong khi vẫn duy trì tốc độ mở rộng EBITDA ở mức hai chữ số, với doanh thu thuần đạt 30.897 tỷ đồng và EBITDA đạt 8.333 tỷ đồng. Kết quả này so với cùng kỳ năm trước được thúc đẩy bởi tăng trưởng mạnh mẽ trong các ngành hàng chủ chốt:

- Gia vị (+7,2% so với cùng kỳ năm trước) và Thực phẩm tiện lợi (+9,1% so với cùng kỳ năm trước) duy trì mức tăng trưởng ổn định, mặc dù nhu cầu tiêu dùng chậm lại trong Quý 4/2024 và việc cắt giảm khuyến mãi thương mại tạm thời làm chậm tốc độ tăng trưởng doanh thu.
- Ngành hàng Đồ uống: Tăng 14,7% so với cùng kỳ năm trước, được thúc đẩy bởi các sản phẩm đổi mới thành công và mở rộng thị phần.
- Xuất khẩu: Tăng 22,4% so với cùng kỳ năm trước, phản ánh thành công của chiến lược “Go Global” của MCH.

Trong khi đó, ngành hàng Chăm sóc gia đình & cá nhân (HPC) chỉ tăng nhẹ 3,5% so với cùng kỳ năm trước bất chấp mức tăng trưởng tốt của thương hiệu Chanté, ảnh hưởng một phần từ việc MCH tái cơ cấu kênh bán hàng cho NET như một phần chiến lược tích hợp sau M&A. Mặc dù tác động tạm thời này ảnh hưởng đến tăng trưởng, MCH vẫn tập trung vào củng cố danh mục sản phẩm và nâng cao năng lực phân phối để thúc đẩy tăng trưởng từng ngành hàng trong tương lai.

Chiến lược Cao cấp hóa & Đổi mới sản phẩm thúc đẩy tăng trưởng của MCH trong năm 2024

Năm 2024, chiến lược cao cấp hóa tiếp tục là động lực tăng trưởng chính cho cả ngành hàng Thực phẩm tiện lợi và gia vị. Tốc độ tăng trưởng của các sản phẩm cao cấp trong hai ngành hàng này cao hơn 2x so với tốc độ tăng trưởng tổng doanh thu của ngành hàng từ năm 2023 đến 2024. MCH tận dụng hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng và công nghệ tiên tiến để ra mắt thành công các sản phẩm như Chanté (HPC), Bupnon Tea 365 (Đồ uống), lẩu cầm tay Omachi (Thực phẩm tiện lợi) và Wake-Up Mekong (Cà phê). Để đẩy nhanh quá trình tiếp nhận sản phẩm mới, MCH khai thác mạng lưới bán lẻ ngoại tuyến của WinCommerce (WCM) và chương trình Hội viên Win, tối ưu hóa lộ trình tiếp cận thị trường trước khi mở rộng trên toàn quốc thông qua hệ thống phân phối bán lẻ truyền thống (GT). Thành công của Chanté là một minh chứng điển hình cho cách tiếp cận này, giúp rút ngắn thời gian đưa sản phẩm ra thị trường và nâng cao tỷ lệ thành công khi ra mắt.

Chiến lược “Go Global” giữ vững đà tăng trưởng

Chiến lược “Go Global” của MCH đạt mức tăng trưởng 22,4% so với cùng kỳ năm trước, với doanh thu đạt 1.299 tỷ đồng. Các thị trường trọng điểm như Mỹ, Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản ghi nhận nhu cầu mạnh mẽ đối với thực phẩm và đồ uống Việt Nam, củng cố vai trò của MCH như một đại sứ cho ẩm thực Việt trên bình diện toàn cầu.

Mở rộng biên lợi nhuận & Tái đầu tư chiến lược

Mặc dù bị ảnh hưởng nhẹ bởi chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng trong quý 4/2024, MCH vẫn duy trì biên lợi nhuận gộp cao ở mức 46,6% trong năm 2024, tăng xấp xỉ 70 điểm cơ bản (bps) so với cùng kỳ năm trước, nhờ tối ưu hóa danh mục sản phẩm và sở hữu các thương hiệu mạnh. Ban lãnh đạo đã tái đầu tư một phần lợi nhuận gia tăng vào quảng cáo và tiếp thị số, nhằm củng cố giá trị thương hiệu trong dài hạn, đồng thời giảm bớt các chương trình khuyến mãi để chuyển hướng sang xây dựng thương hiệu và mở rộng kênh phân phối. Nhờ đó, biên EBITDA cải thiện lên 27% trong năm 2024, so với 26,6% trong năm 2023.

Chuẩn bị cho tương lai bằng chuyển đổi số

MCH đang đẩy mạnh đầu tư vào chuyển đổi số dựa trên AI/ML, cho phép theo dõi dữ liệu theo thời gian thực, sản xuất thông minh hơn và tối ưu hóa quản lý hàng tồn kho. Trong dài hạn, MCH có kế hoạch chuyển đổi mô hình phân phối theo hướng bán lẻ trực tiếp đến người tiêu dùng (Direct to Customer), thông qua kênh trực tuyến hoặc đối tác GT của Tập đoàn Masan, giúp khai thác sâu hơn hiểu biết về hành vi người tiêu dùng và nâng cao mức độ tương tác theo thời gian thực. Những bước tiến này không chỉ giúp MCH duy trì tăng trưởng bền vững, củng cố vị thế dẫn đầu tại Việt Nam, mà còn đẩy nhanh quá trình mở rộng ra thị trường quốc tế.



WinCommerce



Tổng quan WinCommerce

32.961

Doanh thu thuần năm 2024 (Tỷ đồng)

↑9,7%

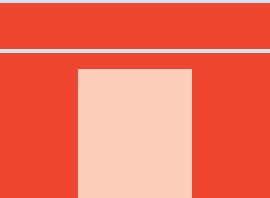
Tăng trưởng so với cùng kỳ năm ngoái

↑7,5%

Mức tăng trưởng LFL của WCM

3.828

Điểm bán trên toàn quốc cuối năm 2024



WCM đạt tăng trưởng doanh thu 9,7% so với cùng kỳ năm trước và ghi nhận lợi nhuận cả năm là con số dương

Năm 2024 đánh dấu bước ngoặt quan trọng của ngành bán lẻ hiện đại và là cột mốc đáng nhớ đối với WCM khi đạt lợi nhuận dương. Khi thị trường tiêu dùng phục hồi và ngành bán lẻ hiện đại thoát khỏi suy thoái năm 2023, WCM đã chuyển hướng chiến lược từ mở rộng quy mô cửa hàng sang cải tạo hệ thống và nâng cao hiệu quả vận hành, ưu tiên tăng trưởng lợi nhuận hơn là mở rộng số lượng. Nhờ chiến lược này, WCM ghi nhận doanh thu 32.961 tỷ đồng, tăng 9,7% so với cùng kỳ năm trước, cùng với lợi nhuận ròng 6 tỷ đồng. Trong khi ban lãnh đạo WCM cam kết đạt lợi nhuận dương trong quý 1/2025 thông qua tăng trưởng LFL⁽¹⁾ bền vững và tối ưu hóa chi phí, công ty đã tăng trưởng LFL lên 7,5% trong năm 2024 và cải thiện đáng kể chi phí hao hụt hàng hóa, giúp WCM ghi nhận lợi nhuận dương trong cả quý 3 và quý 4 năm 2024.

Về lợi nhuận, biên lợi nhuận gộp đã cải thiện 60 điểm cơ bản so với cùng kỳ trong năm tài chính 2024, nhờ quản lý hao hụt hiệu quả hơn. Nhờ đó, EBITDA tăng mạnh 604 tỷ đồng so với cùng kỳ, đạt biên lợi nhuận 3,9% cho cả năm, phản ánh sự cải thiện trong hiệu quả chi phí và tối ưu vận hành. Lợi nhuận sau thuế (NPAT) đạt con số dương cho cả năm, với biên lợi nhuận trước lợi ích cổ đông thiểu số (Pre-MI) đạt 2,4% trong Quý 4/2024, đánh dấu bước ngoặt lợi nhuận tích cực so việc lỗ trong năm tài chính 2023.

(1) Tăng trưởng LFL của WCM được tính dựa trên nhóm cửa hàng ổn định, khai trương trước năm 2023 và vẫn đang hoạt động

Mở rộng mạng lưới cửa hàng để tăng trưởng bền vững

Tính đến cuối năm 2024, WinCommerce (WCM) đang vận hành 3.828 điểm bán trên toàn quốc sau khi mở rộng thêm 195 cửa hàng mới. Chiến lược mở rộng quy mô mạng lưới được đẩy mạnh trở lại kết hợp cùng việc áp dụng các mô hình cửa hàng mới phù hợp cho cả khu vực thành thị và nông thôn đã giúp WCM nâng cao khả năng thâm nhập vào các thị trường nông thôn kém phát triển, nơi mà sự nhạy cảm về giá trước đây từng là rào cản đối với các nhà bán lẻ với chiến lược tập trung vào nhóm khách hàng có thu nhập cao. Việc mở rộng chiến lược này đã củng cố vị thế dẫn đầu của WCM trong thị trường bán lẻ hiện đại, định vị công ty là điểm đến mua sắm hàng ngày hấp dẫn cho số đông, cung cấp sản phẩm chất lượng cao với giá cả phải chăng.

Hệ thống siêu thị (“WinMart” hay “WMT”) duy trì đà tăng trưởng ổn định

WMT ghi nhận doanh thu 9.248 tỷ đồng trong năm tài chính 2024 (FY2024), tăng 2,5% so với cùng kỳ năm trước, được thúc đẩy bởi sự phục hồi của nhu cầu tiêu dùng và hiệu quả vận hành được nâng cao. Tăng trưởng LFL của WMT đạt 5,6% so với cùng kỳ năm trước trong cả năm 2024, tăng lên 8,7% so với cùng kỳ năm trước trong quý 4/2024, nhờ lưu lượng khách hàng và giá trị giỏ hàng cải thiện.

Việc cải tạo thành công WinMart Nguyễn Văn Cừ, một siêu thị theo mô hình thành thị phục vụ người tiêu dùng thành phố, đã đem lại sự cải thiện mạnh mẽ về doanh thu, lưu lượng khách và lợi nhuận, tạo tiền đề cho việc chuyển đổi hàng loạt cửa hàng WinMart trong năm tài chính 2025.



Những kết quả tích cực sau công tác cải tạo

+30%

Tăng Trưởng Doanh Thu & Lưu Lượng Khách

Mô hình mới đã thu hút nhiều khách hàng hơn và gia tăng chi tiêu của người tiêu dùng.

+10,2%

Tăng Trưởng Tỷ Trọng Hàng Tươi Sống

Nâng cao danh mục sản phẩm tươi sống giúp tăng mức độ tương tác của người mua sắm.

+10,6%

Biên EBIT Cửa Hàng

Cửa hàng sau cải tạo đạt biên EBIT cao hơn đáng kể, so với +5% của các cửa hàng WinMart truyền thống trong quý 4/2024.

Thành công ban đầu của quá trình chuyển đổi mô hình thành thị khẳng định khả năng của WinMart trong việc nâng cao trải nghiệm mua sắm, tối ưu hóa bố cục cửa hàng và củng cố danh mục sản phẩm. Sự thay đổi chiến lược này sẽ định hướng cho kế hoạch mở rộng và cải tạo thêm các địa điểm WMT trong năm tài chính 2025, tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng lợi nhuận và củng cố vị thế dẫn đầu trong ngành bán lẻ hiện đại tại Việt Nam.

Hệ thống Minimart (“WinMart+” hay “WMP”) dẫn dắt tăng trưởng với hiệu suất LFL ấn tượng

WMP ghi nhận doanh thu thuần 23.185 tỷ đồng trong năm tài chính 2024, tăng 12,6% so với cùng kỳ năm trước, được thúc đẩy bởi tăng trưởng LFL cao hơn và việc mở rộng hoạt động của các cửa hàng mới. Tăng trưởng LFL của WMP đạt 8,4% so với cùng kỳ năm trước, tăng lên 9,6% so với cùng kỳ năm trước trong quý 4/2024, phản ánh tác động tích cực từ cải tạo cửa hàng, nâng cấp danh mục sản phẩm và các phát kiến tăng cường tương tác với khách hàng. Trong năm tài chính 2024, các mô hình cửa hàng WiN và WinMart+ của WCM đóng vai trò quan trọng trong việc đạt lợi nhuận cả năm, với tăng trưởng LFL hai chữ số và biên lợi nhuận ròng (NPAT) mạnh mẽ tại cả thị trường khu vực thành thị và nông thôn.

Tăng trưởng LFL được đẩy mạnh nhờ vào cải tạo cửa hàng và tối ưu hóa danh mục sản phẩm, khi mô hình cửa hàng nông thôn (phục vụ người tiêu dùng khu vực nông thôn) và mô hình cửa hàng WiN (phục vụ người tiêu dùng thành thị) lần lượt đạt mức tăng trưởng 11,7% so với cùng kỳ năm trước và 8,8% so với cùng kỳ năm trước trong năm 2024, so với 6,2% so với cùng kỳ năm trước của mô hình cửa hàng truyền thống. Trong năm 2024, WCM đã mở 195 cửa hàng mới nâng tổng số cửa hàng lên 3.828 điểm bán vào cuối năm 2024. Đồng thời, WCM tối ưu hóa hoạt động chuỗi cung ứng nhằm giảm số ngày tồn kho và chi phí hao hụt hàng hóa, giúp chu kỳ chuyển đổi tiền mặt rút ngắn 5 ngày và chi phí hao hụt trên doanh thu cải thiện 92 điểm cơ bản (bps).



748

cửa hàng tính đến quý 4/2024
Khách hàng mục tiêu: Khu vực thành thị (Urban)

Cửa hàng tiện lợi đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hàng ngày, phục vụ 80% giỏ hàng tiêu dùng, với sản phẩm tươi sống chất lượng cao.

+10,4%

Tăng trưởng LFL quý 4/2024 (so với 7,3% của mô hình thành thị)

30,7%

Tỷ trọng doanh thu sản phẩm tươi sống tháng 12/2024 (so với 29,2% tháng 12/2023)

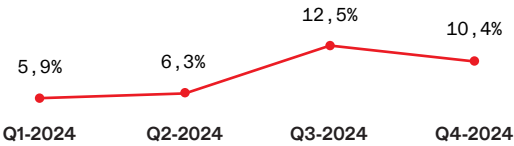
-4,3%

Chi phí hao hụt hàng hoá quý 4/2024 (so với -2,4% quý 4/2023)

3,8%

Biên lợi nhuận ròng (NPAT) LFL quý 4/4024 (so với 2,7% quý 4/2023)

Tăng trưởng doanh thu LFL theo tháng của mô hình thành thị (% so với cùng kỳ năm trước)



1.338

cửa hàng tính đến quý 4/2024
Khách hàng mục tiêu: Khu vực nông thôn (Rural)

Chuỗi cửa hàng tạp hoá tại khu vực nông thôn, cung cấp sản phẩm tươi sống hạn chế, tập trung vào sản phẩm FMCG có giá trị cao

+12,5%

Tăng trưởng LFL quý 4/2024 (so với 7,3% của mô hình thành thị)

64,8%

Tỷ trọng doanh thu sản phẩm tươi sống tháng 12/2024 (so với 53,5% tháng 12/2023)

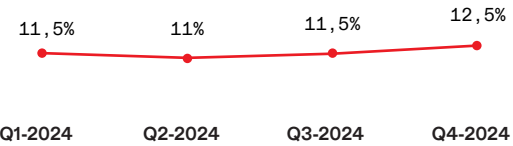
-2,5%

Chi phí hao hụt hàng hoá quý 4/2024 (so với -2,6% quý 4/2023)

3,0%

Biên lợi nhuận ròng (NPAT) LFL quý 4/4024 (so với 1,0% quý 4/2023)

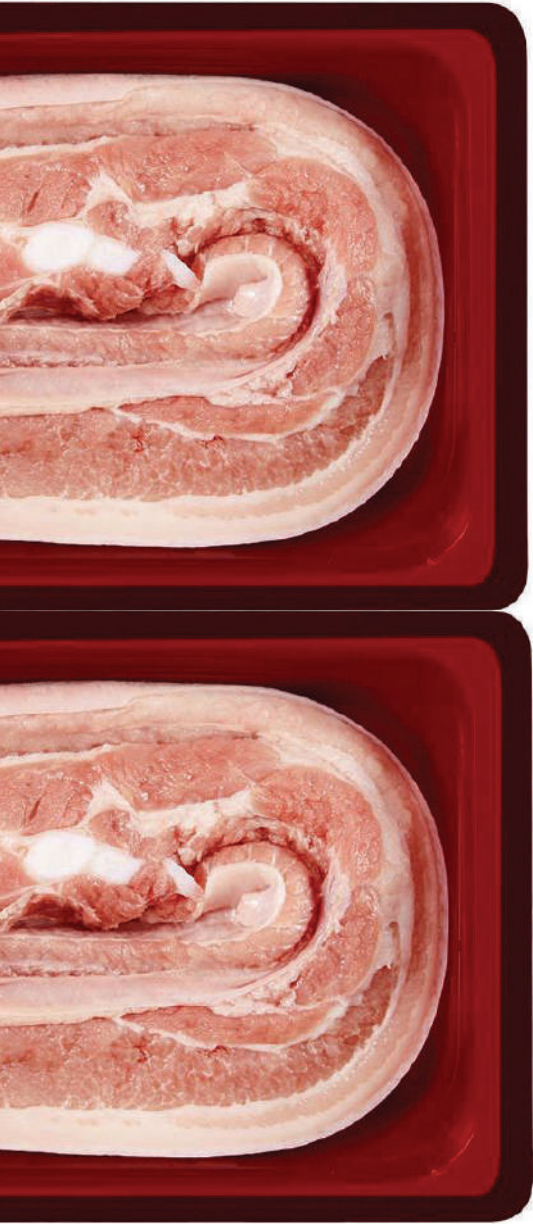
Tăng trưởng doanh thu LFL theo tháng của mô hình thành thị (% so với cùng kỳ năm trước)



Đơn vị logistics nội bộ Supra tiếp tục mở rộng nhanh chóng, hiện đang xử lý khoảng 50% hàng hóa của WCM, giúp giảm 8% so với cùng kỳ năm trước chi phí logistics trên mỗi đơn vị sản phẩm khô. WCM và Supra đang tăng cường hợp tác nhằm tinh gọn và số hóa chuỗi cung ứng, nâng cao hiệu quả vận hành và tối ưu hóa chi phí trên toàn hệ thống.



Masan MEATLife



Tổng quan Masan MEATLife

↑9,5%

Tăng trưởng doanh thu thuần so với cùng kỳ năm ngoái

↑14,8%

Tăng trưởng doanh thu trong mảng thịt và thịt chế biến so với cùng kỳ năm ngoái

↑26%

Doanh số thịt heo tươi trung bình trên mỗi cửa hàng WCM

32,9%

34,6%

2023

2024

Tăng trưởng doanh thu mảng thịt chế biến

Sự chuyển dịch chiến lược sang ngành thịt chế biến giúp MML cải thiện lợi nhuận

Năm 2024, MML đạt tăng trưởng doanh thu 9,5% so với cùng kỳ năm trước, được thúc đẩy bởi mức tăng 14,8% so với cùng kỳ năm trước trong mảng thịt và thịt chế biến, khẳng định chiến lược tập trung vào các sản phẩm có giá trị gia tăng và biên lợi nhuận cao hơn. Sự chuyển đổi này là kết quả của chiến lược giảm sự phụ thuộc vào hoạt động chăn nuôi đầy biến động thông qua việc cắt giảm số lượng trang trại gà, dẫn đến doanh số từ thịt gà bán giảm 7,3%.

Thịt heo tươi tiếp tục là động lực tăng trưởng chính, nhờ tích hợp sâu hơn vào chương trình hội viên WiN, giúp tăng sản lượng bán ra. Nhờ đó, doanh số thịt heo tươi trung bình trên mỗi cửa hàng WCM tăng khoảng 26% so với cùng kỳ năm trước, được hỗ trợ bởi các chiến lược giá. Trong khi đó, mảng thịt chế biến tiếp tục mở rộng đóng góp, tăng từ 32,9% tổng

doanh thu năm 2023 lên 34,6% trong năm 2024, phù hợp với chiến lược của MML trong việc tập trung vào các sản phẩm có giá trị cao hơn.

Doanh số thịt chế biến tăng mạnh 14,5% so với cùng kỳ năm trước, với hai thương hiệu nổi bật Heo Cao Bồi và Ponnies vượt 200 tỷ đồng doanh thu hàng tháng vào cuối năm, củng cố vị thế dẫn đầu của hai thương hiệu này trong thị trường đang phát triển. Bên cạnh đó, công tác sản phẩm mới cũng đóng vai trò quan trọng, đóng góp 538 tỷ đồng vào doanh thu thịt chế biến, thể hiện cam kết của MML trong việc mở rộng các cơ hội tiêu dùng và tăng cường độ phủ thị trường.

Chiến lược tối ưu hóa danh mục sản phẩm và nâng cao hiệu suất vận hành một cách kỷ luật sẽ tiếp tục hỗ trợ cải thiện lợi nhuận trong năm 2025, giúp MML duy trì vị thế dẫn đầu trong ngành thịt tại Việt Nam.



MML x WCM: Tăng cường hợp tác để thúc đẩy tăng trưởng

Quan hệ đối tác chiến lược giữa Masan MEATLife (MML) và WinCommerce (WCM) tiếp tục mang lại kết quả tích cực trong năm 2024, củng cố vị thế của MML với vị thế là nhà cung cấp thịt tươi và thịt chế biến hàng đầu trong chuỗi bán lẻ hiện đại lớn nhất Việt Nam. Doanh thu hàng ngày trên mỗi cửa hàng WCM do MML đóng góp tăng trưởng ổn định, đạt tỷ lệ tăng trưởng gộp hàng quý (CQGR) +6,3% trong giai đoạn này. Tính đến quý 4/2024, doanh thu hàng ngày trên mỗi cửa hàng WCM của MML đạt 1.957.000 đồng, phản ánh sự gia tăng ổn định trong nhu cầu tiêu dùng đối với các sản phẩm thịt tươi và thịt chế biến. Mức tăng trưởng này được hỗ trợ bởi sự mở rộng mạng lưới cửa hàng, với số lượng điểm bán WCM có sản phẩm của MML tăng lên 3.820 cửa hàng vào cuối năm, so với 3.441 cửa hàng vào quý 1/2023. Tăng trưởng doanh thu ổn định được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng đối với thịt tươi, cùng với sự đóng góp ngày càng lớn từ các sản phẩm thịt chế biến, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hướng đến sự tiện lợi và các sản phẩm giá trị gia tăng. Trong thời gian tới, MML và WCM sẽ tiếp tục tận dụng sức mạnh hợp tác để tối ưu hóa nguồn cung sản phẩm, mở rộng danh mục cao cấp và nâng cao hiệu suất triển khai tại cửa hàng, qua đó củng cố vị thế dẫn đầu trong ngành bán lẻ hiện đại tại Việt Nam.

MML đạt lợi nhuận sau thuế cả năm với cải thiện đáng kể về biên lợi nhuận gộp

Năm 2024, lợi nhuận của MML tăng mạnh nhờ cải thiện đáng kể biên lợi nhuận gộp trên các phân khúc chính, dẫn đến lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) đạt 25,3 tỷ đồng. Kết quả này được thúc đẩy bởi việc nâng cao hiệu suất sản xuất, giảm chi phí thức ăn chăn nuôi và tăng cường tận dụng các sản phẩm phụ từ thịt heo nhằm bù đắp chi phí đầu vào gia tăng. Các yếu tố chính thúc đẩy biên lợi nhuận:

↑ ~2.620bps

Biên lợi nhuận gộp từ chăn nuôi heo cải thiện đáng kể, tăng khoảng 2.620 điểm cơ bản (bps) so với cùng kỳ năm trước, nhờ nâng cao hiệu suất sản xuất và giảm chi phí thức ăn chăn nuôi.

↑ ~660bps

Biên lợi nhuận từ thịt gà tăng khoảng 660 bps so với cùng kỳ năm trước, nhờ các sản phẩm cao cấp mang nhãn hàng MEATDeli & 3F.

↓ ~170bps

Biên lợi nhuận thịt heo tươi giảm khoảng 170 bps so với cùng kỳ năm trước do giá heo hơi tăng cao. Tuy nhiên, các cải tiến trong tối ưu hóa sản phẩm phụ từ thịt heo đã giúp lợi nhuận gộp mảng B2B tăng khoảng 32%, góp phần giảm áp lực chi phí.

↑ ~560bps

Biên lợi nhuận gộp từ thịt chế biến tăng khoảng 560 bps so với cùng kỳ năm trước, nhờ các sản phẩm mới và chiến lược cao cấp hóa.

↑ ~130bps

Tỷ lệ sử dụng heo thịt cho sản xuất thịt chế biến đạt 6,7%, tăng 130 bps so với cùng kỳ năm trước, phù hợp với chiến lược nâng cao tích hợp chuỗi giá trị của MML.

Kết quả là biên EBIT của MML tăng +540 bps, đạt 2,2% trong năm tài chính 2024. Những cải tiến trong vận hành và điều chỉnh chiến lược này giúp củng cố lộ trình tăng trưởng lợi nhuận dài hạn của MML, tạo tiền đề cho sự phát triển bền vững trong những năm tới.

Nâng cao hiệu quả hoạt động trong mảng chăn nuôi và chế biến thịt

Năm 2024, MML đã tối ưu hóa hiệu suất sản xuất trong các hoạt động chăn nuôi, giúp giảm đáng kể chi phí và nâng cao hiệu suất sử dụng heo thịt trong sản xuất thịt chế biến. Những cải tiến này đã góp phần tăng cường lợi nhuận và khả năng vận hành linh hoạt của công ty, bất chấp sự biến động của chi phí đầu vào. Những cải thiện hiệu suất chính bao gồm:

↓ 8,5%

Chi phí sản xuất trên mỗi đơn vị tại trang trại heo giảm 8,5% so với cùng kỳ năm trước, phản ánh hiệu quả cao hơn trong quản lý thức ăn chăn nuôi và năng suất trang trại.

↓ 10%

Chi phí sản xuất trên mỗi đơn vị tại trang trại gà giảm 10,0% so với cùng kỳ năm trước, nhờ vào tối ưu hóa hoạt động chăn nuôi và nâng cao hiệu quả logistics trong chuỗi cung ứng.

↓ 2,1%

Chi phí chuyển đổi trên mỗi đơn vị thịt heo tươi giảm 2,1% so với cùng kỳ năm trước, nhờ cải thiện hiệu suất chế biến và triển khai các sáng kiến giảm thiểu lãng phí.

6,7%

Tỷ lệ tối ưu heo thịt cho sản xuất thịt chế biến đạt 6,7% trong quý 4/2024, tăng từ 5,4% trong quý 4/2023, củng cố chiến lược tích hợp chuỗi giá trị của MML và khả năng tối ưu hóa nguyên liệu đầu vào.

Những cải tiến nâng cao hiệu suất này đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố lợi thế cạnh tranh của MML, giúp công ty cung cấp các sản phẩm thịt chất lượng cao với chi phí tối ưu, đồng thời mở rộng thị phần trong cả thị trường thịt tươi và thịt chế biến.

Phúc Long Heritage



Tổng quan Phúc Long Heritage

↑ 5,6%

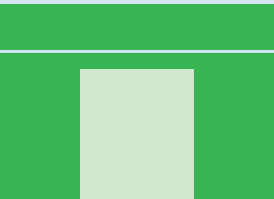
Tăng trưởng so với cùng kỳ năm ngoái

↑ 13,4%

Mức tăng trưởng doanh thu trung bình hàng ngày từ khách hàng dừng tại chỗ

184

Điểm bán trên toàn quốc cuối năm 2024



PLH duy trì tăng trưởng ổn định với lợi nhuận cải thiện trong năm tài chính 2024

Phúc Long Heritage (PLH) ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu 5,6% so với cùng kỳ năm trước trong năm tài chính 2024, được thúc đẩy bởi việc mở thêm 33 cửa hàng mới so với năm trước. Ban lãnh đạo tập trung vào mở rộng bền vững và tối ưu hóa lợi nhuận, dẫn đến mở rộng 10 cửa hàng ngoài hệ thống WCM trong quý 4/2024, nâng tổng số cửa hàng PLH ngoài WCM lên 184 điểm bán trên toàn quốc. Trong khi đó, số lượng cửa hàng nằm trong hệ thống WCM được tái cơ cấu, giảm xuống 56 cửa hàng vào cuối năm nhằm nâng cao hiệu suất lợi nhuận.

Nhờ những điều chỉnh chiến lược này, lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) của PLH tăng mạnh 97 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước, trong đó riêng quý 4/2024 đóng góp 28 tỷ đồng. EBITDA cũng được cải thiện đáng kể, phản ánh hiệu quả vận hành cao hơn và quản lý chi phí tốt hơn.



Cải tạo cửa hàng thúc đẩy tăng trưởng doanh thu

Các khoản đầu tư vào cải tạo cửa hàng đã cho thấy hiệu quả rõ rệt trong việc tăng cường hiệu suất doanh số. Một nhóm thử nghiệm gồm 11 cửa hàng được cải tạo ghi nhận mức tăng 13,4% trong doanh thu trung bình hàng ngày từ khách dừng tại chỗ, đạt 22,1 triệu đồng, so với 19,5 triệu đồng trước khi cải tạo. Kết quả này khẳng định hướng đi đúng đắn của PLH trong việc hiện đại hóa mô hình cửa hàng, nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa năng suất doanh thu.

Định vị tăng trưởng bền vững

Với mạng lưới cửa hàng được tối ưu hóa, tiếp tục mở rộng ngoài hệ thống WCM, và tập trung vào tối ưu hóa lợi nhuận, PLH đang nắm giữ vị thế vững chắc để duy trì tăng trưởng bền vững trong năm 2025, củng cố vị thế dẫn đầu trong phân khúc trà và cà phê cao cấp tại Việt Nam.



Masan High-Tech Materials

Doanh thu của Masan High-Tech Materials đạt 3.868 tỷ đồng trong quý 4/2024 và đạt 14.336 tỷ đồng trong năm tài chính 2024, tăng lần lượt 21,3% và 1,7% so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù phải đối mặt với những thách thức trong vận hành, bao gồm gián đoạn dịch vụ nổ mìn tại Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo và ảnh hưởng của bão Yagi đến năng suất khai thác, khiến quá trình tiếp cận quặng tại các khu vực khai thác lộ thiên bị trì hoãn, MHT vẫn ghi nhận sự cải thiện đáng kể trong quý 4/2024. Sản lượng của tất cả các sản phẩm đều tăng so với quý trước, cho thấy sự phục hồi và khả năng thích ứng tốt của công ty trước các khó khăn vận hành. Doanh thu bán đồng trong năm tài chính 2024 đạt 1.442 tỷ đồng,

ghi nhận mức cải thiện đáng kể. Việc gia tăng doanh số bán hàng cho khách hàng nội địa đã đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện dòng tiền tự do (free cash flow) và giảm nợ tổn động của công ty. Trong khuôn khổ chương trình “Fit for Future”, MHT đã hoàn tất việc kí kết hợp đồng mới với nhà thầu khai thác mỏ và khoan nổ mìn, giúp giảm tới 10% chi phí khai thác so với các thỏa thuận trước đó. MHT cũng đang đánh giá các cơ hội tối ưu hóa chi phí tương tự cho các hợp đồng quan trọng khác. Vào ngày 18/12/2024, MHT công bố hoàn tất việc bán 100% cổ phần tại H.C. Starck Holding GmbH (“HCS”) cho Mitsubishi Materials Corporation với giá trị cổ phần đạt 134,5 triệu USD. Thỏa thuận này bao gồm hợp đồng bao tiêu dài hạn đối với APT và oxit vonfram giữa MHT và HCS, đảm bảo lợi ích lâu dài cho cả hai bên và giúp MHT có nền tảng vững chắc để tối đa hóa khối lượng đơn hàng. Khoản tiền thu được từ thương vụ này sẽ giúp MHT giảm nợ từ khoảng 670 triệu USD xuống còn 490 triệu USD.



Tổng quan
Masan High-Tech
Materials

14.336

Doanh thu năm 2024

↓10%

Giảm chi phí khai thác

Môi trường Kinh doanh



Hoạt động kinh doanh hiện tại của Tập đoàn Masan chủ yếu tập trung tại Việt Nam, và hiệu suất cũng như chất lượng tài sản của tập đoàn phụ thuộc lớn vào nền kinh tế Việt Nam. Do đó, trong tương lai, môi trường kinh tế tại Việt Nam có thể ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động của Tập đoàn Masan, bên cạnh các yếu tố bên ngoài, bao gồm diễn biến kinh tế tại châu Á và trên toàn cầu. Ngoài ra, các yếu tố kinh tế vĩ mô khác như mức chi tiêu cá nhân, xu hướng tiêu dùng, lạm phát, lãi suất, giá hàng hóa, gánh nặng nợ của người tiêu dùng và doanh nghiệp, cũng như khả năng tiếp cận tín dụng có thể tác động tiêu cực đến hoạt động kinh doanh của Tập đoàn Masan. Bên cạnh đó, các yếu tố bất ổn như dịch bệnh, chiến tranh quy mô lớn, khủng bố hoặc các sự kiện xã hội, địa lý, chính trị bất lợi khác cũng có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động kinh doanh của tập đoàn.

Thị trường tiêu dùng tại Việt Nam được dự báo sẽ dần phục hồi vào năm 2025, nhờ dòng vốn FDI mạnh mẽ, các biện pháp kích thích kinh tế của chính phủ và sự cải thiện của các điều kiện kinh tế vĩ mô. Mặc dù chỉ tiêu tiêu dùng trong năm 2024 vẫn ở mức thấp, với tăng trưởng doanh số bán lẻ hàng tháng giảm 17%, nhưng các chỉ số đầu năm 2025 cho thấy tín hiệu phục hồi tiềm năng khi nền tảng kinh tế tiếp tục được củng cố. Chính sách tài khóa của chính phủ, bao gồm gia hạn giảm thuế VAT, cắt giảm thuế và tăng 30% lương cơ sở cho khu vực công, được kỳ vọng sẽ kích thích nhu cầu trong nước vào năm 2025. Bên cạnh đó, sự tăng trưởng của thị trường bất động sản (+18,8% so với cùng kỳ năm trước năm 2024) là tín hiệu tích cực cho niềm tin tiêu dùng gia tăng, có thể dẫn đến mức chi tiêu cao hơn cho các mặt hàng không thiết yếu. Mặc dù các bất ổn kinh tế toàn cầu và xuất khẩu suy yếu vào cuối năm 2024, môi trường lạm phát thấp tại Việt Nam (CPI chỉ tăng 2,8% vào tháng 12/2024) vẫn hỗ trợ tăng trưởng thực tế của thu nhập và sức mua. Nếu thị trường lao động ổn định, tâm lý người tiêu dùng có thể cải thiện, thúc đẩy sự tăng trưởng mạnh mẽ hơn trong ngành bán lẻ và dịch vụ vào năm 2025. Dù vẫn còn nhiều thách thức, nhưng với mức thu nhập tăng, quá trình đô thị hóa và sự số hóa trong lĩnh vực bán lẻ, Việt Nam đang được định vị là một trong những thị trường tiêu dùng tiềm năng nhất tại Đông Nam Á trong năm 2025 và xa hơn nữa.

Về dài hạn, tiêu dùng tại Việt Nam được kỳ vọng sẽ tăng trưởng mạnh mẽ nhờ vào tầng lớp trung lưu trẻ và ngày càng am hiểu công nghệ. Nhóm người tiêu dùng này đang định hình những hành vi mới trong những gì họ tiêu dùng, nơi họ mua sắm và cách họ tiếp cận hàng hóa.

Cụ thể, ba xu hướng vĩ mô đang thay đổi bối cảnh tiêu dùng gồm:

Cao cấp hóa sản phẩm & dịch vụ	Khách hàng tiêu thụ gì
Sự dịch chuyển nhanh chóng từ kênh bán lẻ truyền thống sang kênh bán lẻ hiện đại	Khách hàng mua sắm ở đâu
Tiếp cận sản phẩm & dịch vụ đa kênh	Khách hàng tiếp cận hàng hóa ra sao

Để biết thêm thông tin về nền kinh tế Việt Nam và tác động của nó đến hoạt động kinh doanh hiện tại của chúng tôi, vui lòng tham khảo phần “Tổng Quan Kinh Tế Vĩ Mô” trong Báo Cáo Của Ban Điều Hành.

Các phần sau đây cung cấp cái nhìn tổng quan và cập nhật về các lĩnh vực, ngành nghề mà Tập đoàn Masan cùng các đơn vị liên kết đang hoạt động.

Ngành Hàng Tiêu Dùng Nhanh (FMCG) của Việt Nam

Tổng quan
Thị trường FMCG Việt Nam

58,4

Dự kiến ngành năm 2029 (Tỷ đô)

↑9,7%

Tốc độ tăng trưởng CAGR 2024 – 2029

Cơ hội và xu hướng chính trong thị trường FMCG tại Việt Nam

Theo Frost & Sullivan, thị trường hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tại Việt Nam đang trên đà tăng trưởng mạnh mẽ, được thúc đẩy bởi sự phát triển kinh tế vững chắc, thu nhập khả dụng gia tăng và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng. Ngành FMCG dự kiến sẽ đạt 58,4 tỷ USD vào năm 2029, với tốc độ tăng trưởng CAGR 9,7% từ năm 2024.

Sự mở rộng này được thúc đẩy bởi xu hướng cao cấp hóa, đô thị hóa, gia tăng tiêu dùng tại các thành phố cấp thấp hơn, sự ưa chuộng ngày càng tăng đối với các thương hiệu nội địa, dân số trẻ am hiểu công nghệ và xu hướng chuyển dịch sang tiêu dùng ngoài gia đình.

Người tiêu dùng ngày càng có xu hướng nâng cấp trải nghiệm đối với sản phẩm, dịch vụ yêu thích. Họ sẵn sàng chi trả cao hơn cho các thương hiệu đáng tin cậy, sản phẩm hướng đến sức khỏe, nguyên liệu có nguồn gốc rõ ràng và bao bì chất lượng cao. Xu hướng này được nhận thấy rõ rệt ở các ngành hàng

gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống. Bên cạnh đó, tốc độ thị hóa nhanh chóng càng thúc đẩy xu hướng tiêu dùng mới này, khi lối sống năng động tại các thành phố làm gia tăng nhu cầu về sự tiện lợi, đa dạng sản phẩm phục vụ tiêu dùng ngoài gia đình và khả năng tiếp cận dễ dàng hơn của người tiêu dùng thông qua sự phát triển của các kênh bán lẻ hiện đại.

Một yếu tố khác, góp phần vào xu hướng tiêu dùng mới là sự tác động của thu nhập. Theo đó, ở các khu vực ngoài các trung tâm kinh tế truyền thống như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, sự phân bổ thu nhập ngày càng gia tăng đã thúc đẩy xu hướng cao cấp hóa. Tại các khu vực còn lại trên cả nước (ngoại trừ Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh), thu nhập trung bình hàng tháng đã gần như tăng gấp đôi trong 5 năm qua, dẫn đến mức chi tiêu của người tiêu dùng cũng gia tăng đáng kể. Sự chuyển dịch này đặc biệt được thể hiện rõ nét trong ngành hàng chăm sóc gia đình và cá nhân, khi tỷ trọng doanh thu của các sản phẩm nước giặt trong tổng phân khúc chất tẩy rửa đã tăng mạnh từ dưới 1% lên khoảng 16% trong năm 2024.

Sự phát triển của tiếp thị số và thương mại điện tử cũng đang tái định hình hành vi mua sắm, giúp các thương hiệu kết nối hiệu quả hơn với nhóm người tiêu dùng trẻ. Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng bền vững và quan tâm đến sức khỏe cũng đã và đang thúc đẩy hoạt động đổi mới sản phẩm, với việc các doanh nghiệp ngày càng tập trung vào bao bì thân thiện với môi trường, nguyên liệu tự nhiên và các sản phẩm chức năng để đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của người tiêu dùng.



Tổng quan
Thị trường gia vị

1,3

Dự kiến quy mô thị trường năm 2024 (Tỷ đô)

↑10,7%

Tốc độ tăng trưởng CAGR 2024 – 2029

Thị trường gia vị: Xu hướng cao cấp hóa và những thay đổi trong thói quen tiêu dùng

Thị trường gia vị tại Việt Nam đang trải qua một giai đoạn chuyển đổi mạnh mẽ, với xu hướng cao cấp hóa và những thay đổi trong thói quen tiêu dùng đang định hình lại ngành. Năm 2024, quy mô thị trường ước đạt 1,3 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng dự báo CAGR 10,7% đến năm 2029. Nước mắm vẫn là phân khúc chiếm ưu thế, chiếm 44,9% tổng doanh số gia vị, nhưng nước tương, dầu hào và các loại sốt ớt đang ngày càng phổ biến, nhờ vào nhu cầu gia tăng của người tiêu dùng đối với các lựa chọn bữa ăn đa dạng và đậm đà hơn. Xu hướng cao cấp hóa đang trở nên rõ rệt khi người tiêu dùng chuyển sang các loại gia vị chất lượng cao và sản xuất thủ công, đặc biệt trong các phân khúc nước mắm và sốt ớt. Các thương hiệu nước mắm truyền thống hiện đang giới thiệu các sản phẩm ủ chượp lâu năm và không chứa phụ gia, thu hút người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe và nhóm khách hàng có thu nhập trung bình. Trong khi đó, sốt ớt và các loại gia vị cay đang trở thành sự lựa chọn ưa thích mới, đặc biệt trong giới trẻ và các hộ gia đình thành thị. Sự thay đổi này được thúc đẩy bởi sự tiếp cận ngày càng rộng rãi với ẩm thực quốc tế và xu hướng ưa chuộng thực phẩm cay đang gia tăng tại Việt Nam.

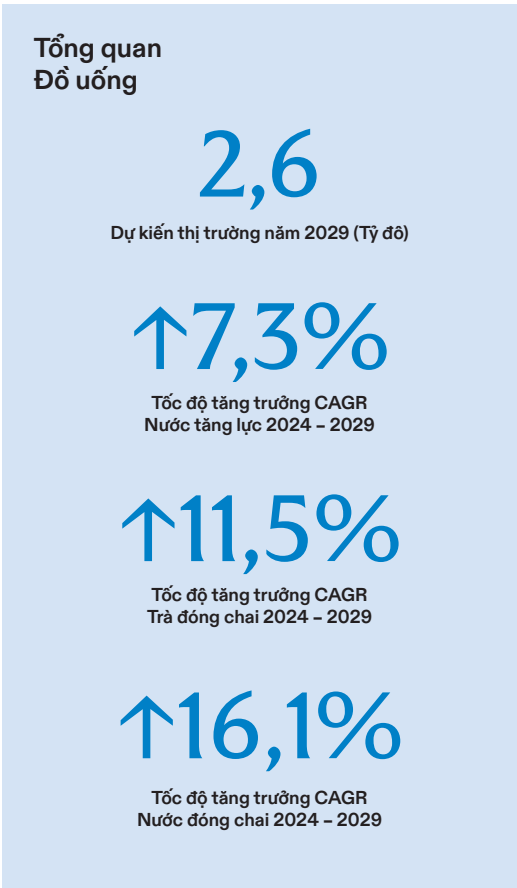
Sự gia tăng của xu hướng nấu ăn tiện lợi và gia vị hoàn chỉnh đang trở thành một động lực tăng trưởng quan trọng. Các loại sốt ướp, gia vị dạng lỏng và hỗn hợp gia vị pha sẵn ngày càng được ưa chuộng khi người tiêu dùng tìm kiếm giải pháp chế biến món ăn nhanh hơn mà vẫn đảm bảo hương vị thơm ngon. Các thương hiệu như Cholimex, Masan Consumer và Lee Kum Kee đang mở rộng danh mục sản phẩm với các loại sốt xào cay, nước chấm và gia vị kết hợp, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về sự đa dạng trong nấu nướng tại gia.



**Thực phẩm tiện lợi:
Xu hướng cao cấp hóa và đổi mới trong thực phẩm thay thế bữa ăn tại nhà**

Thị trường thực phẩm tiện lợi tại Việt Nam đang mở rộng nhanh chóng, được thúc đẩy bởi sự thay đổi lối sống, quá trình đô thị hóa gia tăng và nhu cầu ngày càng lớn đối với các sản phẩm ăn liền và thực phẩm thay thế bữa ăn tại nhà (Home Meal Replacement). Quy mô thị trường đạt 2,6 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến tăng trưởng với CAGR 10,6% trong giai đoạn 2024 – 2029. Đặc biệt, phân khúc mì ăn liền cao cấp được dự báo tăng trưởng 12,7% mỗi năm từ 2024 đến 2029, vượt xa phân khúc phổ thông và đạt 1,4 tỷ USD vào năm 2029. Xu hướng cao cấp hóa trong phân khúc này đang trở nên rõ rệt, khi người tiêu dùng dần chuyển sang các lựa chọn thực phẩm lành mạnh hơn, chất lượng cao hơn và sáng tạo hơn. Phân khúc cao cấp, bao gồm mì ăn liền hữu cơ, bữa ăn đông lạnh giàu protein và thực phẩm thay thế bữa ăn ít carb, đang thu hút sự quan tâm đáng kể. Các thương hiệu hàng đầu như Masan Consumer (Omachi, Kokomi), Acecook (Hảo Hảo) và Uniben (3 Miền) đang đáp ứng xu hướng này bằng cách ra mắt các dòng mì cao cấp với topping thịt thật, nguyên liệu nhập khẩu và công thức không chứa bột ngọt.

Phân khúc thực phẩm thay thế bữa ăn tại nhà là một lĩnh vực tăng trưởng quan trọng, với các sản phẩm như bữa ăn đông lạnh lấy cảm hứng từ nhà hàng, lẩu tự sôi và bữa ăn sẵn ướp lạnh ngày càng trở nên phổ biến. Người tiêu dùng đang tìm kiếm giải pháp bữa ăn nhanh chóng nhưng vẫn đảm bảo chất lượng cao, thúc đẩy các doanh nghiệp đầu tư vào đổi mới công nghệ thực phẩm như bao bì tiết trùng giúp kéo dài thời gian bảo quản, bộ kit bữa ăn tươi đóng gói chân không và dinh dưỡng cá nhân hóa ứng dụng công nghệ AI. Nhìn về tương lai, các tiến bộ công nghệ trong chế biến thực phẩm sẽ thúc đẩy làn sóng đổi mới tiếp theo. Việc ứng dụng các công nghệ như sấy thăng hoa, tiệt trùng áp suất cao (HPP) và phát triển protein có nguồn gốc thực vật sẽ đáp ứng sự thay đổi trong xu hướng ăn uống, đặc biệt là nhóm người tiêu dùng trẻ quan tâm đến sức khỏe.



Đồ Uống: Mở rộng nhu cầu tiêu dùng cho nước tăng lực, trà đóng chai và nước đóng chai

Nước tăng lực

Thị trường nước tăng lực tại Việt Nam vẫn là một trong những phân khúc đồ uống phát triển nhanh nhất, dự kiến đạt 2,6 tỷ USD vào năm 2029, với tốc độ tăng trưởng CAGR 7,3%. Phân khúc này được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng từ giới trẻ, bao gồm nhân viên văn phòng, sinh viên và vận động viên, những người tìm kiếm nguồn năng lượng nhanh chóng. Các thương hiệu lớn như Red Bull, Warrior và Sting chiếm ưu thế trên thị trường, với các hương vị địa phương, biến thể không đường và công thức bổ sung vitamin trở thành những xu hướng chủ đạo.

Cạnh tranh trong phân khúc này đang ngày càng gay gắt, với các thương hiệu mới tập trung vào dòng nước uống chức năng lành mạnh, chứa nhân sâm, collagen và phức hợp vitamin B. Sự phát triển của thương mại điện tử và mô hình bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng cũng đang thay đổi cách thức tiếp thị và phân phối nước tăng lực, tạo ra những cơ hội mới và thách thức lớn hơn cho các thương hiệu.

Trà đóng chai (Ready to Drink)

Thị trường trà đóng chai (RTD tea) tại Việt Nam đang phục hồi mạnh mẽ khi người tiêu dùng tìm kiếm các lựa chọn lành mạnh hơn so với nước ngọt có ga. Các thương hiệu dẫn đầu phân khúc như Tân Hiệp Phát (Dr. Thanh), Suntory PepsiCo (Tea+) và Coca-Cola (Fuzetea) đang tập trung vào các dòng trà ít đường, trà thảo mộc và trà chức năng.

Các loại trà đóng chai có nền tảng từ trà xanh và trà ô long đặc biệt được ưa chuộng, phù hợp với xu hướng tiêu thụ sản phẩm giàu chất chống oxy hóa tự nhiên và có tác dụng thanh lọc cơ thể. Thị trường trà đóng chai đạt 2,2 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến tăng trưởng với CAGR 11,5% trong giai đoạn 2024 – 2029.

Nước đóng chai

Thị trường nước đóng chai đạt quy mô 625 triệu USD vào năm 2024 và dự kiến tăng trưởng với CAGR 16,1% trong giai đoạn 2024 – 2029. Thị trường đang trải qua sự cao cấp hóa đáng kể, với nhu cầu ngày càng tăng đối với nước khoáng tăng cường và nước bổ sung điện giải. Các thương hiệu hàng đầu như La Vie (Nestlé), Aquafina (PepsiCo) và I-on Life đang giới thiệu nước kiềm và các công thức tăng cường miễn dịch nhằm thu hút người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe. Tính bền vững cũng là một trọng tâm quan trọng, với các doanh nghiệp đầu tư vào bao bì có thể tái chế và công nghệ lọc nước tiên tiến.





Cà phê: Xu hướng đổi mới sản phẩm đang tăng trưởng mạnh mẽ

Cà phê là một phần không thể thiếu trong văn hóa Việt Nam, và Việt Nam hiện là nước sản xuất cà phê lớn thứ hai thế giới. Các loại cà phê truyền thống như cà phê phin, cà phê sữa đá và cà phê trứng đã trở thành biểu tượng không thể thay thế, trong khi cà phê hòa tan ngày càng được ưa chuộng như một lựa chọn tiện lợi, đặc biệt đối với người trẻ bận rộn và sinh viên. Sự phổ biến của cà phê như một hoạt động xã hội cũng đang góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường. Các nhà sản xuất đang đổi mới sản phẩm để đáp ứng thị hiếu đa dạng của người tiêu dùng. Dòng sản phẩm cà phê hòa tan với hương vị cappuccino, latte, mocha và caramel đã giúp cà phê hòa tan trở nên hấp dẫn hơn với nhiều đối tượng khách hàng, đặc biệt là thế hệ trẻ. Đồng thời, việc tùy chỉnh hương vị theo sở thích vùng miền cũng đang được các thương hiệu chú trọng. Nhận thức về sức khỏe của người tiêu dùng Việt Nam ngày càng tăng, kéo theo nhu cầu cao hơn đối với các sản phẩm cà phê lành mạnh, chẳng hạn như cà phê hòa tan không đường hoặc ít calo. Một số nhà sản xuất đã giới thiệu cà phê hòa tan cao cấp, bổ sung các thành phần chức năng như vitamin, khoáng chất hoặc adaptogen, nhằm thu hút người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe, những người tìm kiếm đồ uống vừa hỗ trợ thể chất vừa tăng cường năng lượng. Khi thu nhập tăng lên, người tiêu dùng ngày càng sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm cà phê cao cấp, chẳng hạn như cà phê đặc sản rang xay (R&G) hoặc cà phê pha tươi. Cà phê không còn chỉ là một thức uống đơn thuần mà đang dần trở thành một sản phẩm xa xỉ, gắn liền với phong cách sống tinh tế. Với nhận thức về sức khỏe ngày càng gia tăng trong người tiêu dùng Việt Nam, nhu cầu đối với các lựa chọn cà phê lành mạnh—



chẳng hạn như cà phê hòa tan không đường hoặc ít calo—đang tăng trưởng mạnh. Một số nhà sản xuất đang giới thiệu các sản phẩm cà phê hòa tan cao cấp, được bổ sung các thành phần chức năng như vitamin, khoáng chất hoặc adaptogen, nhằm thu hút người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe, những người tìm kiếm đồ uống hỗ trợ thể chất và tăng cường năng lượng. Cà phê đang dần chuyển mình từ một loại đồ uống đơn giản thành một sản phẩm cao cấp, được thưởng thức như một phần quan trọng của lối sống tinh tế. Thị trường cà phê hòa tan tại Việt Nam đạt 584 triệu USD vào năm 2024 và dự kiến sẽ tăng trưởng với CAGR 6,7% trong giai đoạn 2024 – 2029.

Tổng quan Chăm sóc Gia đình & Cá nhân



Chăm Sóc Gia Đình & Cá nhân: Sản phẩm giá phải chăng thúc đẩy tăng trưởng

Thị trường hàng tiêu dùng chăm sóc gia đình và cá nhân (HPC) tại Việt Nam đạt 2,7 tỷ USD và dự kiến tăng trưởng với CAGR 6,9% trong giai đoạn 2024 – 2029, trong đó các sản phẩm chất lượng có giá cả phải chăng đóng vai trò quan trọng trong quyết định mua sắm của người tiêu dùng. Mặc dù xu hướng cao cấp hóa đang diễn ra trong một số phân khúc ngách, đa số người tiêu dùng vẫn nhạy cảm với giá cả và ưu tiên các giải pháp chất lượng cao nhưng có mức giá hợp lý để đáp ứng nhu cầu hàng ngày. Sự tăng trưởng nhanh chóng của ngành hàng nước giặt phổ thông cho thấy người tiêu dùng đang nâng cấp lựa chọn để hưởng lợi các tính năng vượt trội, đồng thời vẫn ưu tiên tính kinh tế và giữ sự nhạy cảm về giá đối với các thương hiệu phổ thông.

Các thương hiệu hàng đầu như Unilever (OMO, Dove, Lifebuoy), P&G (Pantene, Tide) và các doanh nghiệp nội địa như Masan Consumer (Homey, Sopa, Santoso, Net, Chanté) đang tập trung vào các sản phẩm có dung tích lớn, có thể nạp lại (refill) và sản phẩm đa chức năng nhằm tối ưu hóa chi phí cho người tiêu dùng. Sự gia tăng của các thương hiệu nhãn riêng (private-label brands) tại các chuỗi bán lẻ hiện đại cũng đang làm gia tăng cạnh tranh, khi siêu thị và nền tảng thương mại điện tử liên tục tung ra các sản phẩm giá rẻ cạnh tranh trực tiếp với các thương hiệu toàn cầu thuộc các tập đoàn đa quốc gia như Unilever và P&G.

Các sản phẩm chăm sóc nhà cửa thân thiện với môi trường và có nguồn gốc từ thiên nhiên đang ngày càng thu hút sự quan tâm, trong bối cảnh người tiêu dùng đang dần ý thức hơn về môi trường. Chất tẩy rửa sinh học, nước rửa chén chiết xuất từ thực vật và bao bì có thể nạp lại dự kiến sẽ được áp dụng rộng rãi hơn trong những năm tới, đáp ứng xu hướng tiêu dùng bền vững.



Ngành Bán lẻ của Việt Nam



Tổng quan Ngành bán lẻ Việt Nam

↑6,9%

Dự báo tăng trưởng GDP Việt Nam 2024

↑30%

Chi tiêu công đầu tư vào cơ sở hạ tầng năm 2025

Ngành bán lẻ thực phẩm tại Việt Nam đang trên đà tăng trưởng mạnh mẽ trong năm 2024, được thúc đẩy bởi quá trình đô thị hóa gia tăng, thu nhập khả dụng cao hơn và sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng theo hướng chuộng các mô hình bán lẻ hiện đại. Các siêu thị, đại siêu thị và cửa hàng tiện lợi dự kiến sẽ tiếp tục mở rộng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về sự tiện lợi, chất lượng và đa dạng sản phẩm.

Theo Euromonitor, kênh bán lẻ hiện đại đã tăng tốc trở lại trong năm 2024 sau một năm 2023 đầy thách thức, nâng tỷ trọng trong tổng giá trị bán lẻ thực phẩm từ 11,7% năm 2023 lên 12,3% năm 2024. Đặc biệt, minimart và các mô hình bán lẻ hiện đại quy mô nhỏ sẽ duy trì mức tăng trưởng mạnh, tận dụng lợi thế về vị trí và mô hình phục vụ nhanh để thu hút người tiêu dùng trẻ, có ít thời gian mua sắm. Tăng trưởng kinh tế sẽ là động lực chính thúc đẩy sự mở rộng của ngành bán lẻ. Dự báo GDP Việt Nam sẽ tăng 6,9% trong năm 2024 và 7,2% trong năm 2025, tạo môi trường thuận lợi cho chi tiêu bán lẻ gia tăng. Thu nhập hộ gia đình tăng và niềm tin tiêu dùng được cải thiện sẽ góp phần nâng cao mức chi tiêu thực phẩm bình quân đầu người. Đồng thời, sự phục hồi của tiêu dùng nội địa, được hỗ trợ bởi sự phát triển của ngành sản xuất và du lịch, cũng sẽ thúc đẩy hoạt động bán lẻ. Sự mở rộng của các chuỗi bán lẻ thực phẩm hiện đại cũng đóng vai trò quan trọng. Các chuỗi siêu thị và đại siêu thị lớn như WinMart, GO! (Big C) và Co.opmart đang đẩy mạnh mở cửa hàng mới và nâng cấp mô hình kinh doanh để cải thiện trải nghiệm khách hàng. Trong khi đó,

các chuỗi cửa hàng tiện lợi và cửa hàng thực phẩm quy mô nhỏ như WinMart+, Bách Hóa Xanh, Circle K, FamilyMart và 7-Eleven đang mở rộng nhanh chóng tại các khu đô thị, kết hợp các giải pháp số hóa để tăng cường tương tác với khách hàng. Các chính sách và ưu đãi của chính phủ dự kiến sẽ tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng trong ngành. Việc tăng chi tiêu công, với kế hoạch tăng 30% đầu tư vào cơ sở hạ tầng vào năm 2025, sẽ giúp cải thiện hệ thống logistics và mạng lưới phân phối, làm cho bán lẻ thực phẩm hiện đại trở nên hiệu quả và dễ tiếp cận hơn. Ngoài ra, các biện pháp hỗ trợ người tiêu dùng, chẳng hạn như giảm thuế VAT và các sự kiện khuyến mãi quy mô lớn như Vietnam Grand Sales 2024, sẽ thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng, khuyến khích tăng chi tiêu trong lĩnh vực bán lẻ. Chuyển đổi số cũng sẽ tái định hình thị trường bán lẻ thực phẩm. Doanh số bán lẻ thực phẩm trực tuyến dự báo sẽ tăng trưởng mạnh mẽ, khi các nhà bán lẻ lớn hợp tác với các nền tảng thương mại điện tử như Shopee, Lazada và Tiki để mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng. Đồng thời, việc áp dụng thanh toán kỹ thuật số đang gia tăng, với các giao dịch qua mã QR và thanh toán di động ngày càng phổ biến, ngay cả trong các cửa hàng tạp hóa nhỏ lẻ. Xu hướng bán lẻ đa kênh (omnichannel retailing)—tích hợp liền mạch trải nghiệm mua sắm trực tuyến và trực tiếp—sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì khả năng cạnh tranh trong một thị trường đang thay đổi nhanh chóng.

Tuy mang triển vọng tăng trưởng mạnh mẽ, các nhà bán lẻ thực phẩm hiện đại sẽ đối mặt với nhiều thách thức. Chợ truyền thống và các cửa hàng tạp hóa nhỏ lẻ vẫn chiếm một tỷ trọng đáng kể trong tổng doanh số bán lẻ thực phẩm, đặc biệt tại các khu vực nông thôn. Sự gia tăng của thương mại điện tử và mô hình quick-commerce, cung cấp dịch vụ giao hàng thực phẩm siêu tốc, cũng có thể tạo áp lực cạnh tranh đối với các nhà bán lẻ truyền thống nếu họ không thích ứng kịp với xu hướng tiêu dùng mới. Ngoài ra, những bất ổn kinh tế toàn cầu, bao gồm căng thẳng thương mại, áp lực lạm phát và rủi ro địa chính trị, có thể tác động đến chi phí nhập khẩu hàng hóa và ảnh hưởng đến tâm lý tiêu dùng tổng thể. Nhìn về tương lai, ngành bán lẻ thực phẩm hiện đại tại Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục mở rộng

mạnh mẽ, vượt xa các mô hình truyền thống. Đầu tư vào logistics, số hóa chuỗi cung ứng và ứng dụng công nghệ trong bán lẻ sẽ là những yếu tố then chốt định hình sự phát triển của ngành. Thị hiếu tiêu dùng sẽ tiếp tục dịch chuyển sang sản phẩm tươi, hữu cơ và nhập khẩu, thúc đẩy siêu thị đa dạng hóa danh mục sản phẩm để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao. Ngoài ra, quá trình hợp nhất thị trường có thể diễn ra mạnh hơn, khi các chuỗi bán lẻ lớn tiến hành mua lại hoặc sáp nhập với các doanh nghiệp nhỏ hơn để củng cố vị thế trên thị trường.

Nhìn tổng quan, thị trường bán lẻ thực phẩm tại Việt Nam đang trải qua một giai đoạn chuyển đổi mạnh mẽ, với các mô hình bán lẻ hiện đại ngày càng giữ vai trò chủ đạo. Khi tốc độ số hóa tăng nhanh và quá trình đô thị hóa tiếp tục diễn ra, các nhà bán lẻ có thể tích hợp hiệu quả giữa mô hình trực tuyến và trực tiếp, đồng thời đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đang thay đổi, sẽ có lợi thế cạnh tranh bền vững và hướng đến thành công dài hạn trong thị trường đầy tiềm năng này.

Ngành Trà và Cà phê Việt Nam

Tổng quan
Ngành Trà và Cà phê Việt Nam

21.250

Thị trường chuỗi cà phê/quán bar (Tỷ đồng)

33.013

Kỷ vọng tăng trưởng năm 2028 (Tỷ đồng)

Theo Euromonitor, thị trường chuỗi cà phê/quán bar dự kiến đạt 21.250 tỷ đồng vào năm 2024, trong bối cảnh tổng thị trường cà phê/quán bar có giá trị 114.929 tỷ đồng. Thị trường chuỗi cà phê/quán bar được kỳ vọng sẽ tăng lên 33.013 tỷ đồng vào năm 2028.

Sự tăng trưởng của các chuỗi cà phê và trà chuyên biệt được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng cao đối với trải nghiệm cà phê cao cấp, đặc biệt trong nhóm millennials và Gen Z tại thành thị. Nhiều chuỗi mở rộng mạnh mẽ vào những khu vực trước đây chưa được phục vụ đầy đủ, trong khi các quán cà phê độc lập cũng phát triển ổn định nhờ vào thực đơn độc đáo, phong cách trang trí theo chủ đề và chiến lược tiếp thị trên mạng xã hội.

Mô hình cà phê đa tiện ích (one-stop café) đang ngày càng phổ biến, tích hợp quán cà phê với các yếu tố giải trí như triển lãm, không gian làm việc chung và khu vực bán lẻ. Một ví dụ điển hình là Coffee Village của Trung Nguyên Legend, kết hợp giữa quán cà phê, bảo tàng và cửa hàng bán lẻ, tạo nên trải nghiệm hoàn toàn mới cho khách hàng. Nhìn về tương lai, thị trường chuỗi cà phê và trà dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh. Số lượng cửa hàng chuỗi cà phê và quán bar dự báo sẽ tăng từ 6.472 vào năm 2024 lên 8.762 vào năm 2028. Một số yếu tố chính thúc đẩy sự phát triển này bao gồm: Mức giá hợp lý vẫn là lợi thế quan trọng, giúp cà phê và trà trở thành một “xa xỉ phẩm dễ tiếp cận” với nhiều phân khúc khách hàng.

Tiếp thị kỹ thuật số và ảnh hưởng từ mạng xã hội sẽ đóng vai trò quan trọng hơn trong định vị thương hiệu, với TikTok, Facebook và Zalo góp phần định hình xu hướng tiêu dùng.

Dịch vụ giao hàng trực tuyến thông qua các nền tảng như Shopee Food và Grab sẽ tiếp tục mở rộng, giúp nâng cao sức cạnh tranh cho các quán cà phê nhỏ lẻ.

Mặc dù triển vọng tích cực, thị trường vẫn đối mặt với một số thách thức. Áp lực lạm phát và giá hàng hóa tăng cao đã khiến một số chuỗi cà phê lớn phải điều chỉnh chiến lược. Bên cạnh đó, sự cạnh tranh khốc liệt từ các quán cà phê độc lập và các thương hiệu mới sẽ đòi hỏi các thương hiệu không ngừng đổi mới để duy trì vị thế trên thị trường. Tính bền vững cũng sẽ trở thành một yếu tố khác biệt quan trọng, với nhiều chuỗi cà phê chuyển sang sử dụng bao bì thân thiện với môi trường và thiết kế cửa hàng xanh, phù hợp với giá trị tiêu dùng đang thay đổi của khách hàng.

Tóm lại, thị trường chuỗi cà phê và trà tại Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ trong năm 2025 và những năm tiếp theo. Đầu tư vào mở rộng cửa hàng, chuyển đổi số và trải nghiệm mua sắm sẽ là động lực tăng trưởng dài hạn. Những thương hiệu khai thác tốt lợi thế về giá cả, tương tác kỹ thuật số và tính bền vững sẽ có cơ hội dẫn đầu trong thị trường sôi động này.



Ngành Thịt Việt Nam

Tổng quan
Thị trường thịt tươi

4.900.000

Tổng lượng tiêu thụ thịt năm 2024 (Tấn)

↑5%

Tăng trưởng tổng lượng tiêu thụ thịt

Thị Trường Thịt Tươi (Heo và Gà)

Theo Euromonitor, thị trường thịt tươi tại Việt Nam tiếp tục là một thành phần quan trọng trong ngành thực phẩm quốc gia, với tổng lượng tiêu thụ thịt đạt 4,9 triệu tấn vào năm 2024, tăng 5% so với năm trước. Thịt heo vẫn là loại thịt được tiêu thụ nhiều nhất, chiếm 3,07 triệu tấn, trong khi gia cầm đứng thứ hai với 1,25 triệu tấn, tăng 5,9% so với cùng kỳ năm trước.

Mặc dù thị trường tiếp tục tăng trưởng, ngành chăn nuôi heo đang đối mặt với những thách thức lớn, đặc biệt là dịch tả heo châu Phi (ASF), gây gián đoạn nguồn cung và khiến giá thịt heo biến động mạnh. Từ đầu năm 2024, ASF đã bùng phát tại 44 tỉnh thành, dẫn đến việc tiêu hủy hơn 39.000 con heo, gấp ba lần so với năm 2023. Những gián đoạn này đã làm giá thịt heo tăng cao và nguồn cung hạn chế, thúc đẩy sự dịch chuyển sang các mô hình chăn nuôi công nghiệp hiện đại, an toàn sinh học.

Các doanh nghiệp chăn nuôi quy mô lớn như CP Việt Nam, Dabaco và Masan MEATLife tiếp tục mở rộng hoạt động, hướng đến mô hình chăn nuôi công nghiệp khép kín. Những công ty này hưởng lợi từ các chính sách của chính phủ ưu tiên chăn nuôi sạch và bền vững, đẩy các trang trại nhỏ lẻ ra khỏi thị trường. Xu hướng này sẽ tăng tốc trong năm 2025, khi các quy định mới cấm chăn nuôi trong khu vực đô thị, củng cố sự thống lĩnh của các doanh nghiệp lớn trong ngành.

Ngược lại, ngành chăn nuôi gia cầm có khả năng chống chịu tốt hơn trước dịch bệnh và ngày càng được ưa chuộng do chi phí thấp hơn và chuỗi cung ứng ổn định hơn.

Dự báo trong tương lai, tổng thị trường thịt Việt Nam sẽ tăng trưởng với CAGR 4%, đạt 6,1 triệu tấn vào năm 2029. Mặc dù thịt heo vẫn duy trì vị thế là loại thịt được tiêu thụ nhiều nhất, gia cầm dự kiến sẽ tăng trưởng nhanh hơn nhờ vào giá cả phải chăng và sự hỗ trợ của chính phủ đối với sản xuất trong nước.





Thị Trường Thịt Chế Biến (xúc xích và đồ ăn nhẹ dành cho trẻ em)

Thị trường thịt chế biến tại Việt Nam đang ghi nhận tăng trưởng ổn định ở mức trung bình, được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng cao đối với thực phẩm tiện lợi và sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng. Năm 2024, tổng giá trị thị trường thịt chế biến đạt 5.000 tỷ đồng, trong đó thịt chế biến đông lạnh và làm mát có sự tăng trưởng mạnh mẽ, lần lượt đạt 4,5% và 5,8%. Thị trường này hiện đang được dẫn dắt bởi các thương hiệu lớn như Vissan, CP Vietnam và MEATDeli của Masan MEATLife, tất cả đều tận dụng mạng lưới phân phối rộng khắp và sức mạnh thương hiệu để mở rộng thị phần.

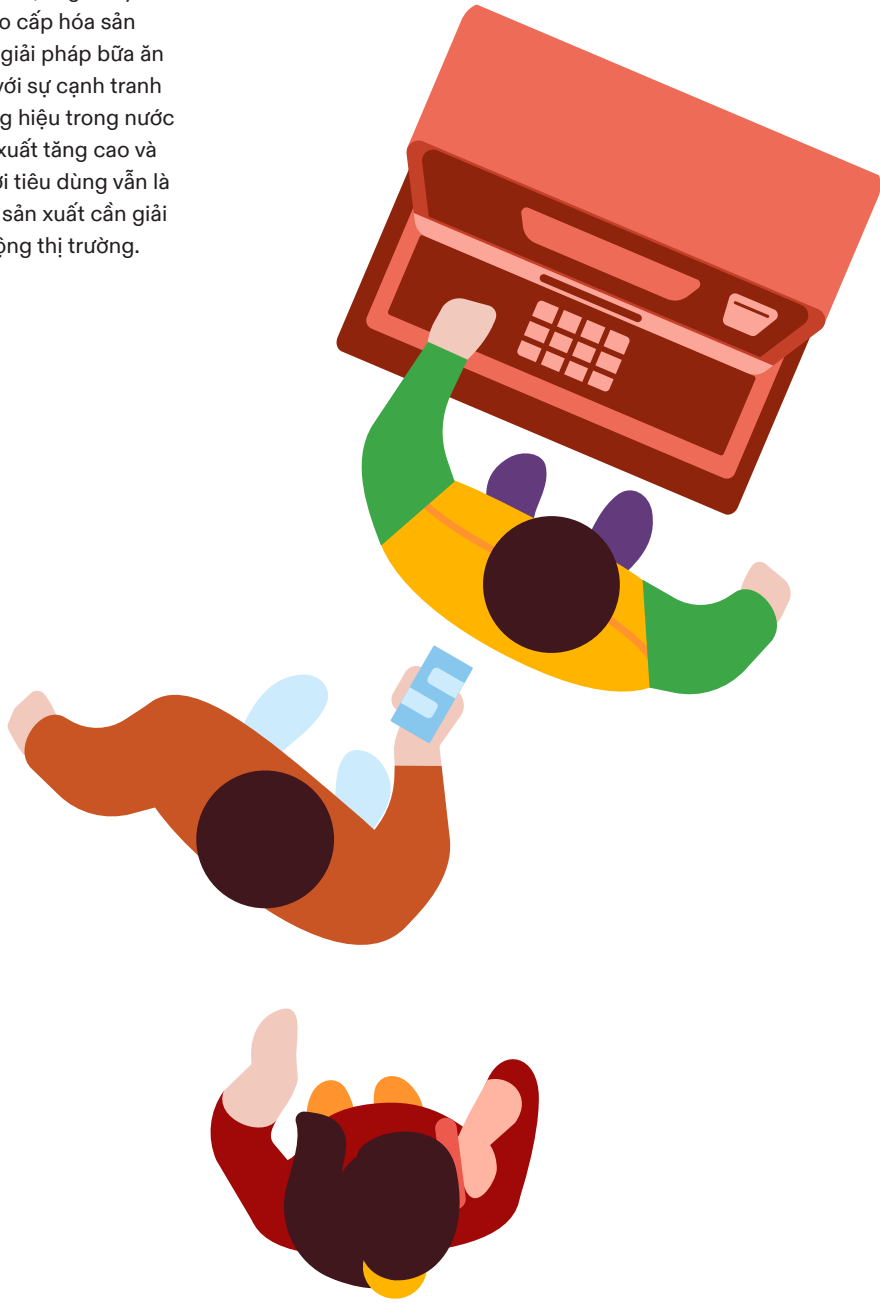
Xúc xích và đồ ăn nhẹ từ thịt dành cho trẻ em là một phân khúc tăng trưởng nhanh, đặc biệt phổ biến trong nhóm người tiêu dùng thành thị. Các công ty như Duc Viet (Daesang Corp) và Masan MEATLife đã mở rộng danh mục sản phẩm với các loại thịt chế biến tiện lợi, phù hợp với trẻ em, chẳng hạn như xúc xích Ponnies hot dog giòn và chả bì que, chả cốm theo phong cách Việt Nam. Các sản phẩm này có mức giá hợp lý (~8.000 đồng /cây) và được quảng bá như một món ăn nhẹ giàu protein, tiện lợi cho các gia đình bận rộn.



Phân phối đa kênh là yếu tố quan trọng thúc đẩy tăng trưởng, với các thương hiệu lớn mở rộng sang thương mại điện tử và chuỗi cửa hàng tiện lợi. Ví dụ, Vissan đã củng cố sự hiện diện trên các nền tảng như Lazada, TikTok và trang web của riêng công ty.

Dự báo cho năm 2025, thị trường thịt chế biến dự kiến tăng trưởng với CAGR 6%, đạt 17,7 nghìn tỷ đồng vào năm 2029. Xu hướng cao cấp hóa sản phẩm, phát triển bền vững và các giải pháp bữa ăn sẵn sàng sẽ định hình thị trường, với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các thương hiệu trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, chi phí sản xuất tăng cao và mức độ nhạy cảm về giá của người tiêu dùng vẫn là những thách thức lớn mà các nhà sản xuất cần giải quyết để duy trì lợi nhuận và mở rộng thị trường.

Ngành Ngân hàng Việt Nam



Ngành ngân hàng Việt Nam năm 2024 tiếp tục hưởng lợi từ sự phục hồi kinh tế, nhu cầu tín dụng cải thiện và sự hỗ trợ từ chính sách điều tiết. Với tốc độ tăng trưởng GDP dự báo đạt 6,9% vào năm 2024 và 7,2% vào năm 2025, ngành ngân hàng dự kiến sẽ mở rộng ổn định, đặc biệt trong các lĩnh vực tín dụng bán lẻ, ngân hàng doanh nghiệp và dịch vụ tài chính số.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) duy trì chính sách tiền tệ nới lỏng, với kỳ vọng sẽ tiếp tục hỗ trợ tăng trưởng kinh tế trong năm 2025. NHNN có thể tăng trần lãi suất huy động đối với kỳ hạn dưới sáu tháng thêm 25 điểm cơ bản vào cuối năm 2025 nhằm khuyến khích tiết kiệm, đồng thời giữ mức lãi suất cho vay cạnh tranh. Chính sách này sẽ duy trì tăng trưởng tín dụng, dự báo đạt 14% vào năm 2024 và 15-16% vào năm 2025, được thúc đẩy bởi tín dụng doanh nghiệp và tín dụng tiêu dùng. Sự phục hồi của thị trường bất động sản là một yếu tố quan trọng định hình hiệu suất ngành ngân hàng. Với khối lượng giao dịch phục hồi từ quý 4/2024 và tiếp tục gia tăng trong năm 2025, các ngân hàng có tỷ trọng cho vay bất động sản lớn dự kiến sẽ ghi nhận rủi ro tín dụng giảm và chất lượng khoản vay

được cải thiện. Tuy nhiên, nợ xấu (NPLs) vẫn là một vấn đề đáng lo ngại, đặc biệt đối với các ngân hàng có mức độ tiếp xúc cao với các nhà phát triển bất động sản tầm trung và tín dụng tiêu dùng. Để giảm thiểu rủi ro, các ngân hàng đang chuyển hướng sang cho vay có tài sản đảm bảo, tập trung vào khách hàng chất lượng cao, đồng thời mở rộng tài trợ chuỗi cung ứng và dịch vụ ngân hàng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME banking).

Ngân hàng số đang phát triển nhanh chóng, với giao dịch qua di động tăng hơn 40% so với cùng kỳ năm trước tính đến năm 2024. Các ngân hàng dẫn đầu đang đầu tư mạnh vào các giải pháp ngân hàng số dựa trên AI, trong khi ví điện tử và các công ty fintech tiếp tục tạo ra sự thay đổi trong mô hình ngân hàng truyền thống. Sự thúc đẩy của chính phủ đối với thanh toán không dùng tiền mặt và khung Open Banking sẽ tiếp tục tăng tốc quá trình chuyển đổi số của ngành.

Nhìn về năm 2025, lợi nhuận của ngành ngân hàng dự kiến sẽ cải thiện, được hỗ trợ bởi tăng trưởng tín dụng mạnh mẽ, chi phí vốn thấp hơn và chất lượng tài sản được nâng cao. Tuy nhiên, rủi ro địa chính trị, áp lực lạm phát và bất ổn kinh tế toàn cầu có thể gây ra những thách thức bên ngoài. Nếu Mỹ tăng thuế đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam, điều này có thể tác động gián tiếp đến dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), vốn đóng vai trò quan trọng trong thanh khoản ngân hàng và tài trợ thương mại.

Nhìn tổng quan, ngành ngân hàng Việt Nam được định vị tốt để tăng trưởng ổn định trong giai đoạn 2024-2025, nhờ vào sự vững vàng của nền kinh tế, sự ổn định của thị trường bất động sản và quá trình chuyển đổi số. Các ngân hàng quản lý rủi ro hiệu quả, đổi mới trong lĩnh vực ngân hàng số và mở rộng tín dụng vào các ngành bền vững nhiều khả năng sẽ dẫn đầu trong bối cảnh tài chính đang thay đổi.

Ngành Công nghiệp vonfram toàn cầu

Tổng quan
Ngành công nghiệp vonfram toàn cầu

5,66
Giá trị thị trường năm 2024 (Tỷ đô)

↑9,8%
Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm

Năm 2024, thị trường vonfram toàn cầu ghi nhận biến động đáng kể do hạn chế nguồn cung, căng thẳng địa chính trị và nhu cầu công nghiệp thay đổi. Giá trị thị trường đạt khoảng 5,66 tỷ USD, với dự báo sẽ tăng lên 6,22 tỷ USD vào năm 2025, tương ứng với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) ở mức 9,8%. Nửa đầu năm 2024, giá vonfram ghi nhận xu hướng tăng ổn định. Tại Trung Quốc, giá tinh quặng vonfram đạt mức cao nhất trong một thập kỷ vào tháng 5, với tinh quặng wolframite 65% WO₃ chạm mức 21.600 USD/tấn. Đợt tăng giá này, tương đương mức tăng 24% so với đầu năm, chủ yếu do tình trạng khan hiếm nguồn cung và hoạt động đầu cơ.

Tại Bắc Mỹ, thị trường vonfram vẫn duy trì sự ổn định, bất chấp những thách thức trong chuỗi cung ứng. Đến tháng 12/2024, giá thanh vonfram W-4 (99,9%) CFR San Diego đạt 87.800 USD/tấn, tăng 0,5% so với quý trước. Sự ổn định này được hỗ trợ bởi chiến lược mua hàng hợp lý và nhu cầu mạnh mẽ từ các ngành hàng không vũ trụ và quốc phòng. Trung Quốc tiếp tục giữ vị thế thống lĩnh trong sản xuất vonfram, chiếm hơn 80% nguồn cung toàn cầu vào năm 2023.

Tuy nhiên, đầu năm 2024, chính phủ Trung Quốc đã giảm hạn ngạch khai thác vonfram xuống 1,6%, đánh dấu mức cắt giảm đầu tiên kể từ năm 2019. Chính sách này, cùng với các cuộc thanh tra môi trường nghiêm ngặt dẫn đến việc đóng cửa nhiều mỏ, đã làm trầm trọng thêm tình trạng khan hiếm nguồn cung. Để ứng phó với sự thiếu hụt này, các nhà sản xuất trung nguồn và hạ nguồn đã tìm kiếm nguồn nguyên liệu thay thế. Đáng chú ý, nhập khẩu quặng và tinh quặng vonfram của Trung Quốc trong giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 5/2024 đã tăng hơn gấp đôi so với cùng kỳ năm trước, cho thấy một sự dịch chuyển chiến lược nhằm giảm thiểu tình trạng thiếu hụt trong nước.

Những căng thẳng địa chính trị đã tác động sâu sắc đến thị trường vonfram trong năm 2024. Vào tháng 12, chính quyền Biden công bố việc tăng mạnh thuế nhập khẩu đối với hàng hóa từ Trung Quốc, nâng thuế suất đối với một số sản phẩm vonfram từ 0% lên 25%, có hiệu lực từ ngày 1/1/2025. Đáp lại, Trung Quốc áp đặt kiểm soát xuất khẩu đối với các khoáng sản quan trọng, bao gồm vonfram, vào tháng 2/2025, khiến nguồn cung toàn cầu tiếp tục thắt chặt. Những thay đổi chính sách này, được thúc đẩy bởi các lo ngại về an ninh quốc gia, dự kiến sẽ tạo ra tình trạng khan hiếm nguồn cung và đẩy giá vonfram toàn cầu tăng cao, định hình lại bối cảnh cạnh tranh cho các ngành công nghiệp chủ chốt phụ thuộc vào vật liệu thiết yếu này.

Ngành ô tô nổi lên như một động lực chính thúc đẩy nhu cầu vonfram. Ứng dụng của vonfram trong sản xuất các bộ phận bền, chẳng hạn như dụng cụ cắt và linh kiện chống mài mòn, phù hợp với xu hướng phát triển của ngành công nghiệp ô tô. Dự báo cho thấy thị trường vonfram sẽ đạt 8,92 tỷ USD vào năm 2029, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) ở mức 9,4%, được hỗ trợ bởi sự tiến bộ trong công nghệ ô tô và phát triển cơ sở hạ tầng.

Bên cạnh đó, ngành hàng không vũ trụ và quốc phòng cũng đóng góp vào nhu cầu tiêu thụ vonfram, tận dụng đặc tính chịu nhiệt và độ bền cao của kim loại này để sản xuất vật liệu hiệu suất cao. Ngành điện tử cũng duy trì mức tiêu thụ ổn định, nhờ vào tính dẫn điện và độ bền vượt trội của vonfram trong nhiều ứng dụng khác nhau.

Triển vọng thị trường vonfram tiếp tục tăng trưởng, được thúc đẩy bởi công nghệ đổi mới và sự mở rộng ứng dụng trong nhiều ngành công nghiệp. Tuy nhiên, các bên liên quan cần đối mặt với những thách thức từ căng thẳng địa chính trị và rủi ro chuỗi cung ứng. Đa dạng hóa nguồn cung và đầu tư vào các phương pháp sản xuất bền vững sẽ là chiến lược quan trọng để duy trì sự ổn định của thị trường và đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng đối với vonfram trên toàn cầu.



Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động và kết quả kinh doanh



Chúng tôi là một công ty mẹ, với tài sản chính là cổ phần tại các công ty mà chúng tôi sở hữu, chủ yếu bao gồm:

- i) Công ty TNHH The Sherpa (“The Sherpa”), hiện đang nắm giữ lợi ích của chúng tôi tại The CrownX Corporation (“TCX”), Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast”) và Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phuc Long Heritage”).
- ii) The CrownX Corporation, công ty sở hữu nền tảng tiêu dùng - bán lẻ, qua đó gián tiếp nắm giữ lợi ích tại Masan Consumer Holdings, Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan (“MCH”), và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM;
- iii) Masan Consumer Holdings, công ty hiện đang sở hữu lợi ích của chúng tôi trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống có thương hiệu, cũng như ngành hàng chăm sóc gia đình và cá nhân, bao gồm Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”) và Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan (“MCH”), công ty này gián tiếp nắm giữ cổ phần tại Công ty Cổ phần Bột Giặt NET (“NET”);
- iv) Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM, công ty sở hữu lợi ích của chúng tôi tại Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ Tổng hợp WinCommerce (“WCM”), đơn vị vận hành chuỗi bán lẻ hiện đại như minimart và siêu thị;
- v) Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”), một doanh nghiệp sản xuất thịt có thương hiệu tích hợp, sở hữu lợi ích tại MNS Meat, mảng kinh doanh thịt heo có thương hiệu tích hợp, và 3F VIET, mảng kinh doanh thịt gà có thương hiệu tích hợp, đồng thời nắm giữ cổ phần liên kết tại Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản (“VISSAN”);
- vi) Công ty TNHH Tầm nhìn Masan, công ty nắm giữ lợi ích của chúng tôi tại Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”), công ty này sở hữu lợi ích tại Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPMC”);

vii) Công ty liên kết của chúng tôi là Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam (“Techcombank” hoặc “TCB”). Do đó, các rủi ro ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các công ty này cũng có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2024, chúng tôi sở hữu 100% lợi ích kinh tế tại The Sherpa. The Sherpa trực tiếp và gián tiếp sở hữu 85% lợi ích kinh tế tại Phúc Long Heritage và 70% lợi ích kinh tế tại Mobicast. Những biến động trong hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của The Sherpa sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chúng tôi.

The Sherpa sở hữu 72,7% lợi ích kinh tế tại The CrownX tính đến ngày 31/12/2024, trong khi Masan Group gián tiếp sở hữu 12,2% lợi ích kinh tế tại The CrownX, dẫn đến tỷ lệ sở hữu thực tế là 84,9%.

Chúng tôi sở hữu 67,4% lợi ích kinh tế tại MCH tính đến ngày 31/12/2024. Những biến động trong hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của MCH sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chúng tôi.

Chúng tôi sở hữu 78,7% lợi ích kinh tế tại WCM tính đến ngày 31/12/2024. Những biến động trong hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của WCM sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chúng tôi.

Chúng tôi sở hữu 94,3% lợi ích kinh tế tại MML tính đến ngày 31/12/2024. Những biến động trong hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của MML và các công ty con của MML sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chúng tôi.

Chúng tôi sở hữu 94,9% lợi ích kinh tế tại MHT tính đến ngày 31/12/2024. Những biến động trong hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của MHT sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chúng tôi.

Các công ty con và công ty liên kết của Tập đoàn Masan hoạt động trong những ngành có mức độ cạnh tranh cao, và vị thế dẫn đầu thị trường của chúng tôi có thể bị thách thức nếu các đối thủ đạt được bước tiến đáng kể trong việc giành thị phần.

WCM vận hành một trong những hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất tại Việt Nam và cạnh tranh chủ yếu dựa trên hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và danh mục sản phẩm. Mức độ phủ sóng của bán lẻ hiện đại tại Việt Nam vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực, do đó WCM không chỉ cạnh tranh với các nhà bán lẻ hiện đại khác mà còn với các cửa hàng tạp hóa truyền thống (general trade), vốn có lợi thế về chi phí vận hành thấp hơn. Tuy nhiên, khi tỷ lệ thâm nhập của bán lẻ hiện đại tăng lên, sự cạnh tranh từ các đối thủ hiện tại và tiềm năng, cả trong và ngoài nước, sẽ ngày càng gia tăng. Điều này có thể khiến các đối thủ đẩy mạnh chi tiêu cho quảng cáo, khuyến mãi, hoặc thậm chí thực hiện chiến lược giá không hợp lý hoặc thậm chí phá giá. Do đó, WCM có thể cần đầu tư lớn hơn đáng kể vào công nghệ, mở rộng mạng lưới và phân phối, xây dựng thương hiệu, cũng như các hoạt động quảng bá và tiếp thị. Những khoản chi này có thể làm giảm biên lợi nhuận và ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả tài chính của công ty. Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan (MCH) cạnh tranh chủ yếu dựa trên hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và danh mục sản phẩm. Sự tham gia của các thương hiệu và công ty nước ngoài lâu đời đã làm gia tăng mức độ cạnh tranh trong thị trường hàng tiêu dùng thiết yếu tại Việt Nam. Điều này có thể khiến đối thủ tăng cường chi tiêu cho quảng cáo, khuyến mãi, hoặc thậm chí áp dụng chiến lược giá không hợp lý, thậm chí phá giá. Để duy trì vị thế cạnh tranh, MCH có thể cần đầu tư đáng kể hơn vào nghiên cứu & phát triển (R&D), hoạt động khuyến mãi và tiếp thị. Những khoản chi này có thể làm giảm biên lợi nhuận và ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu suất vận hành của công ty.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife (MML) đã chuyển đổi thành một doanh nghiệp thịt có thương hiệu hoàn chỉnh, đối mặt với nhiều cấp độ cạnh tranh trong chuỗi giá trị thịt tích hợp. Mặc dù thị trường protein động vật vẫn còn phân mảnh,

sự phát triển của các đối thủ hiện tại và sự gia nhập của các doanh nghiệp lớn trong và ngoài nước có thể dẫn đến chiến lược giá mang tính cạnh tranh không lành mạnh hoặc phá giá, làm ảnh hưởng đến thị phần của MML. Ngoài ra, MML còn phải cạnh tranh với các sản phẩm thịt nhập khẩu. Dù công ty tiên phong trong việc xây dựng thương hiệu mạnh cho các sản phẩm thịt, đồng thời đã đầu tư vào chăn nuôi và chế biến thịt theo quy mô lớn, đạt tiêu chuẩn hàng đầu, không có gì đảm bảo rằng MML sẽ có thể cạnh tranh hiệu quả với các đối thủ hiện tại hoặc tiềm năng. Trong một thị trường vẫn còn mang tính hàng hóa cao, MML có thể buộc phải cạnh tranh bằng giá để bảo vệ thị phần, dẫn đến biên lợi nhuận giảm và ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả kinh doanh.

Masan High-Tech Materials (MHT), nhà sản xuất sản phẩm vonfram cận sâu (mid-stream) lớn nhất ngoài Trung Quốc, là nhà cung cấp quan trọng trên thị trường toàn cầu. Cả khách hàng và đối thủ cạnh tranh của MHT đều là các doanh nghiệp nước ngoài, do công ty xuất khẩu toàn bộ sản phẩm vonfram chế biến tại Việt Nam. Trung Quốc, với vai trò là một trong những nhà sản xuất và tiêu thụ vonfram lớn nhất thế giới, cũng là nơi đặt trụ sở của nhiều đối thủ cạnh tranh của MHT, bao gồm các doanh nghiệp có quy mô lớn và được chính phủ hỗ trợ ở một mức độ nhất định. Vonfram, dưới dạng quặng tinh và hóa chất, là một sản phẩm mang tính hàng hóa cao với khách hàng nhạy cảm về giá. MHT có lợi thế cạnh tranh với vai trò là nhà sản xuất ổn định, đáng tin cậy, đồng thời là giải pháp thay thế nguồn cung từ Trung Quốc. Tuy nhiên, không có gì đảm bảo rằng các đối thủ của MHT sẽ không thể sản xuất các sản phẩm vonfram có giá trị gia tăng tương tự và hạ giá để giành thị phần, từ đó làm giảm biên lợi nhuận và ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả kinh doanh của công ty.

Mobicast là một nhà mạng di động ảo (MVNO) khởi nghiệp, hoạt động dưới thương hiệu Wintel (trước đây là Reddi). MVNO thường thuê băng thông mạng từ các nhà cung cấp viễn thông truyền thống, do đó bất kỳ gián đoạn nào trong hoạt động của nhà mạng truyền thống đều có thể tác động đến hoạt động của Mobicast. Mobicast cạnh tranh chủ yếu dựa trên chất lượng mạng, hình ảnh thương hiệu,

giá cả, mạng lưới phân phối và các dịch vụ giá trị gia tăng. Sự gia tăng cạnh tranh có thể khiến đối thủ đẩy mạnh chi tiêu quảng cáo và các chương trình khuyến mãi, hoặc thậm chí áp dụng chiến lược giá không hợp lý hoặc phá giá. Mobicast có thể cần đầu tư lớn hơn đáng kể vào nghiên cứu & phát triển (R&D), cũng như các hoạt động quảng bá và tiếp thị. Những khoản chi này có thể làm giảm biên lợi nhuận và ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả kinh doanh.

Techcombank có thể đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt hơn từ cả các tổ chức tài chính trong nước và quốc tế. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cũng cho phép các ngân hàng nước ngoài hoạt động tại Việt Nam thông qua chi nhánh địa phương. Khi Ngân hàng Nhà nước tiếp tục mở cửa và tự do hóa ngành ngân hàng, Techcombank có thể phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng lớn từ các ngân hàng trong nước khác, điều này có thể gây tác động tiêu cực đáng kể đến kết quả hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng phát triển của ngân hàng.

Tập đoàn Masan phụ thuộc vào khả năng tiếp tục tuyển dụng và giữ chân nhân sự có chuyên môn phù hợp cho các vị trí quản lý chủ chốt.
Tuy Tập đoàn Masan không phụ thuộc vào bất kỳ cá nhân nào trong Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát, Ban Điều hành hoặc đội ngũ quản lý cấp cao, nhưng thành công của công ty phụ thuộc đáng kể vào kỹ năng, năng lực và nỗ lực của họ, cũng như khả năng tuyển dụng và giữ chân nhân sự có chuyên môn phù hợp. Do sự cạnh tranh khốc liệt tại Việt Nam, Masan phải đối mặt với thách thức liên tục trong việc thu hút và giữ chân các chuyên gia có trình độ chuyên môn cao. Việc mất đi nhân sự chủ chốt có thể gây tác động tiêu cực đáng kể đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả vận hành và triển vọng phát triển của công ty.

Triển vọng kinh doanh của Tập đoàn Masan gắn liền với triển vọng kinh tế của Việt Nam và nền kinh tế toàn cầu.
Triển vọng kinh doanh của Tập đoàn Masan gắn liền với triển vọng kinh tế của Việt Nam, vốn chịu ảnh hưởng từ đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và ngành sản xuất định hướng xuất khẩu. Do nền kinh tế Việt Nam có mối liên kết chặt chẽ với kinh tế toàn cầu, bất kỳ suy thoái kinh tế vĩ mô nào cũng có thể tác động tiêu cực đến các mảng kinh doanh tiêu dùng và bán lẻ của Tập đoàn Masan. Suy thoái kinh tế có thể làm giảm sức mua của người tiêu dùng, từ đó ảnh hưởng không tốt đến kết quả tài chính của công ty.

Kết quả tài chính của Masan High-Tech Materials sẽ bị ảnh hưởng bởi biến động giá hàng hóa trên thị trường.
Dự án Núi Pháo cung cấp các sản phẩm vonfram giá trị gia tăng, cùng với fluorspar, bismuth và đồng. Giá bán đầu ra sẽ phụ thuộc vào cung - cầu toàn cầu và biến động giá của các sản phẩm này. Bất kỳ sự biến động nào trong giá khoáng sản trên thị trường quốc tế đều có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh vật liệu công nghệ cao của công ty.



Phân tích và thảo luận kết quả Tài chính của ban Điều hành

Trong phần này, chúng tôi thảo luận và phân tích kết quả tài chính hợp nhất của Tập đoàn Masan trong năm tài chính 2024. Trong khi các chỉ số tài chính được dựa trên số liệu đã được kiểm toán, một số dữ liệu theo phân khúc và danh mục sản phẩm được tổng hợp từ các báo cáo quản trị nội bộ. Để có phân tích chi tiết hơn về các công ty con và công ty liên kết đang niêm yết hoặc đăng ký giao dịch trên sàn UPCoM, bao gồm: Masan Consumer Corporation (HNX-UPCoM: “MCH”), Masan MEATLife Corporation (HNX-UPCoM: “MML”), Masan High-Tech Materials Corporation (HNX-UPCoM: “MSR”), Công ty Cổ phần Bột giặt NET (HNX: “NET”), Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa (HSX: “VCF”), Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh (HNX-UPCoM: “QHW”) và Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam (“Techcombank” hoặc “TCB”; HSX: “TCB”), vui lòng tham khảo báo cáo thường niên chính thức của từng công ty, được công bố công khai trên website của các công ty.

Doanh thu

	2024	2023
Đơn vị: Tỷ đồng	Đã kiểm toán	Đã kiểm toán
Doanh thu theo phân khúc kinh doanh		
Masan Consumer Corporation (“MCH”)	30 . 897	28 . 241
WinCommerce (“WCM”)	32 . 961	30 . 054
Masan MEATLife (“MML”)	7 . 650	6 . 984
Phúc Long Heritage (“PLH”)	1 . 621	1 . 535
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	14 . 336	14 . 093
Tổng cộng	83 . 178	78 . 252

Tập đoàn Masan ghi nhận tổng doanh thu đạt 83.178 tỷ đồng trong năm tài chính 2024, tăng 6,3% so với cùng kỳ năm trước (78.252 tỷ đồng trong năm tài chính 2023). Mức tăng trưởng này chủ yếu được thúc đẩy bởi The CrownX, bao gồm MCH và WCM, với doanh thu đạt 62.408 tỷ đồng, tăng 8,2% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, MCH tăng trưởng 9,4%, đạt 30.897 tỷ đồng, nhờ vào xu hướng cao cấp hóa, đổi mới sản phẩm và chiến lược “Go Global.” WCM cũng ghi nhận kết quả tích cực với mức tăng trưởng 9,7% so với cùng kỳ năm trước, được hỗ trợ bởi tốc độ tăng trưởng doanh số tại cửa hàng hiện hữu và mở rộng mạng lưới hiệu quả.

Masan MEATLife (MML) duy trì đà tăng trưởng tích cực, với doanh thu tăng 9,5% so với cùng kỳ, đạt 7.650 tỷ đồng, nhờ nhu cầu ngày càng tăng đối với thịt tươi và thịt chế biến. Ngược lại, Masan High-Tech Materials (MHT) chỉ đạt mức tăng trưởng khiêm tốn 1,7% so với cùng kỳ năm trước, phản ánh sự ổn định của giá hàng hóa và mức đóng góp hạn chế hơn vào tăng trưởng doanh thu chung.

Doanh thu

83.178
Tỷ đồng

Lợi nhuận Gộp

24.656
Tỷ đồng

Chi phí Bán hàng

14.565
Tỷ đồng

Chi phí Quản lý Chung

3.917
Tỷ đồng

Lợi nhuận gộp

	2024	2023
Đơn vị: Tỷ đồng	Đã kiểm toán	Đã kiểm toán
Lợi nhuận gộp theo phân khúc		
Masan Consumer Corporation (“MCH”)	14 . 405	12 . 974
WinCommerce (“WCM”)	8 . 134	7 . 240
Masan MEATLife (“MML”)	1 . 962	1 . 053
Phúc Long Heritage (“PLH”)	1 . 061	993
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	893	784
Tổng cộng	24 . 656	22 . 121

Lợi nhuận gộp năm tài chính 2024 của Tập đoàn Masan tăng 11,5% so với cùng kỳ năm trước, đạt 24.656 tỷ đồng, cao hơn tốc độ tăng trưởng doanh thu, phản ánh biên lợi nhuận gộp cải thiện lên 29,7%, so với 28,3% trong năm 2023. Mức tăng này chủ yếu nhờ vào nâng cao hiệu suất hoạt động và quản lý chi phí hiệu quả hơn. MCH tiếp tục cải thiện biên lợi nhuận gộp nhờ tập trung vào chiến lược cao cấp hóa và quản lý danh mục sản phẩm hợp lý. WCM ghi nhận tăng trưởng lợi nhuận gộp 12,3% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn mức tăng doanh thu, nhờ kiểm soát tốt hơn chi phí hao hụt hàng hóa. MML đạt kết quả đặc biệt ấn tượng với lợi nhuận gộp tăng vọt 86,4% so với cùng kỳ năm trước, nhờ cải thiện cơ cấu sản phẩm, giá thịt tăng cao và giá thức ăn chăn nuôi giảm. MHT duy trì biên lợi nhuận ổn định bất chấp thách thức bên ngoài, đóng góp vào tổng lợi nhuận của Tập đoàn.

Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng tăng 2,6% so với cùng kỳ năm trước, đạt 14.565 tỷ đồng, cho thấy Masan đã tối ưu hóa chi phí tiếp thị và phân phối trong khi vẫn duy trì tăng trưởng doanh thu 6,3%. Hiệu suất này có được chủ yếu nhờ cải thiện chi phí bán hàng tại MCH và nâng cao hiệu suất vận hành của WCM.

Chi phí quản lý chung

Chi phí quản lý và hành chính (G&A) đạt 3.917 tỷ đồng, tăng 4,5% so với cùng kỳ năm trước từ mức 3.750 tỷ đồng trong năm 2023. Mức tăng này phù hợp với mức tăng trưởng doanh thu 6,3% so với cùng kỳ năm trước.

Thu nhập tài chính

Thu nhập tài chính tăng mạnh 68,1% so với cùng kỳ năm trước, đạt 4.044 tỷ đồng, được thúc đẩy bởi 1.403 tỷ đồng từ việc thoái vốn HCS, lợi nhuận từ chênh lệch tỷ giá và lãi suất tiền gửi tăng cao.

Chi phí tài chính

Chi phí tài chính giảm nhẹ 2,8% so với cùng kỳ năm trước, xuống còn 7.900 tỷ đồng, phản ánh nỗ lực của Masan trong tái cấp vốn nợ và giảm chi phí vay thông qua chiến lược giảm đòn bẩy tài chính.

Lợi nhuận từ công ty liên kết

Lợi nhuận từ các công ty liên kết tăng 14,1% so với cùng kỳ năm trước, đạt 4.444 tỷ đồng, chủ yếu nhờ vào kết quả kinh doanh tích cực của Techcombank. Tuy nhiên, mức lợi nhuận này thấp hơn kỳ vọng do khoản thanh toán một lần liên quan đến việc chấm dứt hợp đồng với Manulife.

Thu Nhập Tài Chính

4.044
Tỷ đồng

Chi Phí Tài Chính

7.900
Tỷ đồng

Lợi Nhuận Từ Công Ty Liên Kết

4.444
Tỷ đồng

Lợi Nhuận Sau Thuế

4.272
Tỷ đồng

Tiền mặt và các khoản tương đương tiền

18.618
Tỷ đồng

Hàng tồn kho

10.787
Tỷ đồng

Lợi nhuận sau thuế

Tính đến ngày 31/12/2024 lợi nhuận sau thuế (NPAT) của Tập đoàn Masan tăng mạnh 128% so với cùng kỳ, đạt 4.272 tỷ đồng, trong khi lợi nhuận sau thuế sau lợi ích cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI) đạt 1.999 tỷ đồng, ghi nhận mức tăng ấn tượng 377,5% so với cùng kỳ. Kết quả kinh doanh tích cực này được thúc đẩy bởi khả năng sinh lời vững chắc từ mảng tiêu dùng - bán lẻ của Masan, cùng với việc cắt giảm 365 tỷ đồng chi phí tài chính phát sinh từ nợ vay cùng với khoản lợi nhuận một lần 89 tỷ đồng. Đây là tổng hợp lợi nhuận ròng từ việc bán HCS, bù trừ với các khoản chi phí một lần trong giai đoạn chuyển đổi của MHT, thu nhập từ chiết khấu bán buôn cho nguyên liệu đầu vào từ hoạt động kinh doanh trang trại của MML và 100 tỷ đồng chi phí từ thiện một lần. Ngoài ra, MSN cũng ghi nhận khoản giảm 288 tỷ đồng lợi nhuận do chi phí một lần của TCB từ việc chấm dứt hợp đồng với Manulife. Bên cạnh đó, Masan cũng ghi nhận tác động 288 tỷ đồng từ khoản chi phí một lần của Techcombank liên quan đến việc chấm dứt hợp đồng với Manulife. Với đà tăng trưởng mạnh mẽ từ các mảng kinh doanh cốt lõi, ban lãnh đạo Masan Group tiếp tục tự tin vào quá trình chuyển đổi và mở rộng nền tảng tiêu dùng - bán lẻ của tập đoàn.

Tiền mặt và các khoản tương đương tiền

Tính đến ngày 31/12/2024, tiền mặt và các khoản tương đương tiền đạt 18.618 tỷ đồng, tăng so với mức 10.125 tỷ đồng vào ngày 31/12/2023. Mức tăng này chủ yếu nhờ vào vốn góp từ Bain Capital và khoản tiền thu được từ việc thoái vốn HCS.

Hàng tồn kho

Tính đến ngày 31/12/2024, hàng tồn kho giảm xuống còn 10.787 tỷ đồng so với mức 13.175 tỷ đồng vào cuối năm 2023. Việc cắt giảm này là một phần trong các sáng kiến chiến lược của công ty nhằm tối ưu hóa vốn lưu động và cải thiện dòng tiền hoạt động.

Tài sản cố định

Tính đến ngày 31/12/2024, tài sản cố định đạt 37.050 tỷ đồng, giảm so với mức 42.886 tỷ đồng vào ngày 31/12/2023.

Đầu tư vào các Công ty liên kết

Tính đến ngày 31/12/2024, khoản đầu tư của Tập đoàn Masan vào các công ty liên kết, bao gồm quyền lợi kinh tế tại Techcombank, VISSAN, và Cholimex Food JSC, đạt 33.410 tỷ đồng.

Tổng tài sản

Tổng tài sản tăng nhẹ 0,1% lên 147.585 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2024, so với mức 147.383 tỷ đồng vào ngày 31/12/2023.

Các khoản vay

Tính đến ngày 31/12/2024, các khoản vay ngắn hạn và dài hạn giảm nhẹ 5,8%, xuống còn 65.549 tỷ đồng so với mức 69.572 tỷ đồng vào ngày 31/12/2023.

Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu tính đến ngày 31/12/2024 đạt 40.752 tỷ đồng, tăng 6,6% so với mức 38.237 tỷ đồng vào ngày 31 tháng 12 năm 2023, chủ yếu nhờ lợi nhuận gia tăng.



Triển vọng Tài chính 2025

Các tuyên bố định hướng dưới đây phản ánh kỳ vọng của Tập đoàn Masan tính đến ngày công bố báo cáo thường niên này và có thể chịu ảnh hưởng đáng kể từ những yếu tố và thay đổi nằm ngoài tầm kiểm soát. Kết quả tài chính trong tương lai của chúng tôi vốn dĩ khó dự đoán và có thể bị tác động đáng kể bởi các yếu tố ngoài tầm kiểm soát và khả năng dự báo. Ngân sách và kế hoạch kinh doanh cuối cùng do MSN và các công ty con trình lên để phê duyệt tại Đại hội đồng cổ đông (AGM) có thể khác với triển vọng tài chính dự kiến được trình bày dưới đây.

Tùy thuộc vào phê duyệt nội bộ theo quy trình, điều kiện kinh tế vĩ mô và sự phục hồi của thị trường tiêu dùng, Masan dự báo doanh thu thuần hợp nhất năm tài chính 2025 (FY2025) sẽ dao động từ 80.000 tỷ đồng đến 85.500 tỷ đồng, tương ứng với tăng trưởng LFL từ 7% đến 14% so với cùng kỳ năm trước, sau khi điều chỉnh do việc không còn hợp nhất cùng HCS. Trong năm tài chính 2025, tổng doanh thu hợp nhất (không bao gồm MHT) dự kiến nằm trong khoảng 74.013 tỷ đồng đến 78.013 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng 8% đến 13% so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) được dự báo đạt 4.875 tỷ đồng đến 6.500 tỷ đồng, tăng trưởng mạnh từ 14% đến 52%, so với 4.272 tỷ đồng trong năm tài chính 2024.

Trụ cột chiến lược

- 1

Tiếp tục tập trung vào tăng trưởng hai chữ số về doanh thu và lợi nhuận, thúc đẩy bởi các mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi.

 - MCH tiếp tục duy trì tăng trưởng doanh thu hai chữ số trong lúc vẫn đảm bảo lợi nhuận cao.**
 - WCM tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận bằng việc đẩy mạnh mở mới cửa hàng (NSO) đồng thời duy trì mức tăng trưởng LFL vững chắc.**
- 2

Phát triển hệ thống vận hành One-Tech xuyên suốt (end-to-end) nhằm nâng cao hiệu suất hoạt động và tăng cường sự phối hợp trong nền tảng tiêu dùng - bán lẻ của MSN thông qua hệ sinh thái One-Consumer với chương trình hội viên WiN, đồng thời thúc đẩy hợp tác sâu hơn giữa các thương hiệu của Masan và WinCommerce.
- 3

Tiếp tục giảm đòn bẩy tài chính nhằm cải thiện bảng cân đối kế toán và cắt giảm chi phí tài chính.
- 4

Giảm tỷ lệ sở hữu tại các mảng kinh doanh không cốt lõi sau khi bán H.C. Starck, nhằm đơn giản hóa cơ cấu tập đoàn và tập trung hơn cho nền tảng tiêu dùng - bán lẻ.



MCH đặt mục tiêu đạt tăng trưởng doanh thu hai chữ số từ 10% đến 15% trong năm 2025, nâng tổng doanh thu lên mức 33.500 tỷ đồng đến 35.500 tỷ đồng, bằng cách thực thi các động lực tăng trưởng chiến lược và phát triển chuỗi cung ứng số đầu cuối (end-to-end) “Retail Supreme”. Sáng kiến này nhằm số hóa kênh phân phối truyền thống (GT), lập kế hoạch cung - cầu, sản xuất và phân phối, giúp nâng cao hiệu quả quản lý chuỗi cung ứng, năng suất nhân viên bán hàng và tối ưu hóa tỷ suất hoàn vốn (ROI) trong tiếp thị.

- Cao cấp hóa ngành Gia vị & Thực phẩm tiện lợi: Mở rộng vị thế dẫn đầu thị trường trong phân khúc cao cấp bằng cách mở rộng danh mục sản phẩm rộng hơn mì ăn liền, hướng đến các bữa ăn chế biến sẵn như “Lẩu Tự Sôi”, “Cơm Tự Chín” và “Lẩu Cầm Tay”. Những đổi mới này trong lĩnh vực thực phẩm tiện lợi nhằm nắm bắt tăng trưởng trong xu hướng tiêu dùng bên ngoài.
- Đổi mới trong ngành Đồ uống & HPC: Mở rộng danh mục Wake-Up 247 và gia tăng thị phần trong phân khúc trà đóng chai với các sản phẩm sáng tạo từ Bupnon Tea 365. Tái cơ cấu danh mục sản phẩm để tập trung đổi mới vào các nhãn hàng Chanté và NET, đồng thời mở rộng sang thị trường chăm sóc cá nhân.
- Go Global: Thúc đẩy tăng trưởng mạnh mẽ bằng cách tập trung vào các thị trường trọng điểm như Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản và Liên minh Châu Âu (EU), với danh mục sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi và cà phê hòa tan.



WCM dự kiến đạt doanh thu thuần từ 35.600 tỷ đồng đến 36.900 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng từ 8% đến 12% so với cùng kỳ năm trước và đạt lợi nhuận sau thuế (NPAT) dương trong cả năm. Mục tiêu này đạt được nhờ mở rộng mạng lưới cửa hàng và tăng tốc tăng trưởng doanh thu trên cùng cửa hàng (LFL).

- Đẩy mạnh mở mới cửa hàng (NSO) với 400-700 siêu thị mini trong năm 2025, tập trung vào chiến lược mở rộng theo khu vực trọng điểm.
- Tăng tốc tăng trưởng doanh thu trên cùng cửa hàng (LFL) cho siêu thị mini bằng cách tối ưu danh mục sản phẩm, mở rộng hợp tác với các thương hiệu của Masan để tạo ra danh mục hàng hóa độc quyền và ra mắt sản phẩm sáng tạo, đồng thời triển khai chương trình khuyến mãi & tiếp thị cá nhân hóa dành cho hội viên chương trình hội viên WiN.
- Đạt mức tăng trưởng LFL một chữ số cao cho siêu thị nhờ chuyển đổi thành công sang mô hình mới: WMT Thành thị và WMT Nông thôn.
- Thử nghiệm phiên bản mới của chương trình Hội viên WiN với chương trình khuyến mãi và ưu đãi dành cho khách hàng thành viên, mở rộng hơn so với mức giá ưu đãi dành cho thành viên mới, triển khai trong nửa đầu năm 2025, sau đó ra mắt trên toàn quốc vào nửa cuối năm 2025.
- Thử nghiệm mô hình ngân hàng đại lý (agent banking) nhằm hiện thực hóa chiến lược Point Of Life.



MML dự kiến đạt doanh thu từ 8.250 tỷ đồng đến 8.749 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng từ 8% đến 14% so với cùng kỳ năm trước. Mục tiêu này được thực hiện thông qua quá trình chuyển đổi thành công ty chế biến thịt và mở rộng hợp tác với WinCommerce.

- Nâng giá trị thành phẩm mỗi heo nuôi thịt lên 10 triệu đồng, tương ứng tăng trưởng ~10% so với cùng kỳ năm trước.
- Tiếp tục đầu tư vào mảng thịt chế biến với mục tiêu doanh thu chiếm 36-37% toàn cơ cấu doanh thu của MML.
- Xây dựng “Meat Corner” bên trong WCM, nơi các thương hiệu thịt của MML sẽ có mặt, hướng đến việc nâng tỷ trọng doanh số thịt chế biến tại WCM từ 16,6% lên 20% trong năm tài chính 2025, với mục tiêu dài hạn đạt 40%.



PLH đặt mục tiêu tăng trưởng doanh thu từ 1.910 tỷ đồng đến 2.200 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 18% đến 36% so với cùng kỳ năm trước, thông qua tăng trưởng LFL và cải thiện biên lợi nhuận.

- Cải thiện tăng trưởng doanh thu trên cửa hàng (SSSG) bằng tiếp thị cửa hàng địa phương, khuyến mãi toàn quốc, tham gia chương trình hội viên WiN và các chương trình theo mùa khác.
- Tái định vị thương hiệu và triển khai mô hình cửa hàng mới để xác định lại giá trị cốt lõi và thu hút cả khách hàng hiện tại lẫn khách hàng mới.



MHT dự báo tăng trưởng doanh thu LFL từ 3% đến 19% so với cùng kỳ năm trước sau khi không còn hợp nhất HCS, với doanh thu mục tiêu từ 6.487 tỷ đồng đến 7.487 tỷ đồng, được thúc đẩy bởi cải thiện lợi nhuận nhờ giá hàng hóa tăng.

- Mở rộng quy mô khai thác mỏ và cải thiện tỷ lệ thu hồi.
- Tiếp tục tối ưu hóa chi phí vận hành.
- Tối đa hóa doanh số bán đồng và các sản phẩm phụ.
- Tiếp tục nghiên cứu các phương án chiến lược khác nhằm giảm đòn bẩy tài chính.

Triển vọng bảng cân đối kế toán năm 2025

Tính đến ngày 31/12/2024, tổng nợ hợp nhất của MSN đạt 65.549 tỷ đồng, với số dư tiền mặt và các khoản tương đương tiền là 19.226 tỷ đồng bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn. Tỷ lệ Nợ ròng/EBITDA hợp nhất của Tập đoàn Masan đạt 2,9x vào thời điểm 31/12/2024. Tập đoàn Masan sẽ tiếp tục tập trung củng cố bảng cân đối kế toán và cải thiện các chỉ số đòn bẩy tài chính, đồng thời duy trì mục tiêu tỷ lệ Nợ ròng/EBITDA dưới 3,5x, thông qua các sáng kiến sau:

- Cải thiện các chỉ số tài chính nhờ đóng góp EBITDA cao hơn từ các mảng kinh doanh tiêu dùng - bán lẻ trong năm 2025 so với năm 2024.
- Tìm kiếm các giải pháp chiến lược để giảm mức nợ ròng.



Báo cáo Tài chính



Thông tin Doanh nghiệp

Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số	0303576603	ngày 18 tháng 11 năm 2004
	Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp đã được điều chỉnh nhiều lần, lần điều chỉnh gần nhất là vào ngày 5 tháng 7 năm 2024. Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.	
HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ	Dr. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên
	Ông Nguyễn Thiếu Nam	Thành viên
	Bà Chae Rhan Chun	Thành viên (đến ngày 8 tháng 10 năm 2024)
	Ông Nguyễn Đoan Hùng	Thành viên
	Ông David Tan Wei Ming	Thành viên
	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên
BAN TỔNG GIÁM ĐỐC	Ông Danny Le	Tổng Giám đốc
	Ông Nguyễn Thiếu Nam	Phó Tổng Giám đốc
	Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc
ỦY BAN KIỂM TOÁN	Ông Nguyễn Đoan Hùng	Chủ tịch
	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên
NGƯỜI ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT	Dr. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	Ông Danny Le	Tổng Giám đốc
TRỤ SỞ ĐĂNG KÝ	23 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	

Báo cáo của Ban Tổng Giám đốc

TUYÊN BỐ TRÁCH NHIỆM CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC ĐỐI VỚI BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

Ban Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) trình bày báo cáo này và báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024.

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính. Khi lập báo cáo tài chính hợp nhất, Ban Tổng Giám đốc Công ty được yêu cầu phải:

- lựa chọn các chính sách kế toán phù hợp và sau đó áp dụng các chính sách này một cách nhất quán;
- thực hiện các đánh giá và ước tính một cách hợp lý và thận trọng;
- nêu rõ các chuẩn mực kế toán áp dụng có được tuân thủ hay không, và các khác biệt trọng yếu nếu có đã được trình bày và giải thích trong báo cáo tài chính hợp nhất; và
- lập báo cáo tài chính hợp nhất theo giả định hoạt động liên tục trừ khi giả định Tập đoàn sẽ tiếp tục hoạt động kinh doanh không còn phù hợp.

Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng chịu trách nhiệm bảo đảm các sổ sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn, với mức độ chính xác hợp lý tại mọi thời điểm, và đảm bảo rằng các sổ sách kế toán tuân thủ các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính. Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng có trách nhiệm quản lý tài sản của Tập đoàn và do đó phải thực hiện các biện pháp thích hợp nhằm ngăn ngừa và phát hiện những gian lận và những vi phạm khác.

Ban Tổng Giám đốc Công ty cam kết rằng Ban Tổng Giám đốc đã tuân thủ những yêu cầu trên trong việc lập báo cáo tài chính hợp nhất này.

PHÊ DUYỆT BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

Chúng tôi phê duyệt báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Tập đoàn tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024, báo cáo tài chính hợp nhất này được lập phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

Thay mặt Ban Tổng Giám đốc



Danny Le
Tổng Giám đốc
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, ngày 28 tháng 2 năm 2025

Báo cáo kiểm toán độc lập

KÍNH GỬI CÁC CỔ ĐÔNG CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Chúng tôi đã kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”), bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Tổng Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành ngày 28 tháng 2 năm 2025, được trình bày từ trang 140 đến trang 231.

TRÁCH NHIỆM CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất này theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính, và chịu trách nhiệm về kiểm soát nội bộ mà Ban Tổng Giám đốc xác định là cần thiết để đảm bảo việc lập báo cáo tài chính hợp nhất không có sai sót trọng yếu do gian lận hay nhầm lẫn.

TRÁCH NHIỆM CỦA KIỂM TOÁN VIÊN

Trách nhiệm của chúng tôi là đưa ra ý kiến về báo cáo tài chính hợp nhất này dựa trên kết quả kiểm toán của chúng tôi. Chúng tôi đã thực hiện công việc kiểm toán theo các Chuẩn mực Kiểm toán Việt Nam. Các chuẩn mực này yêu cầu chúng tôi tuân thủ chuẩn mực và các quy định về đạo đức nghề nghiệp và lập kế hoạch và thực hiện cuộc kiểm toán để đạt được sự đảm bảo hợp lý về việc liệu báo cáo tài chính hợp nhất có còn sai sót trọng yếu hay không.

Công việc kiểm toán bao gồm việc thực hiện các thủ tục nhằm thu thập các bằng chứng kiểm toán về các số liệu và các thuyết minh trong báo cáo tài chính. Các thủ tục được lựa chọn dựa trên xét đoán của kiểm toán viên, bao gồm đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu trong báo cáo tài chính do gian lận hoặc nhầm lẫn. Khi thực hiện các đánh giá rủi ro này, kiểm toán viên xem xét kiểm soát nội bộ của Công ty liên quan tới việc lập và trình bày báo cáo tài chính trung thực và hợp lý nhằm thiết kế các thủ tục kiểm toán phù hợp với tình hình thực tế, tuy nhiên không nhằm mục đích đưa ra ý kiến về hiệu quả của kiểm soát nội bộ của Công ty. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá tính thích hợp của các chính sách kế toán được áp dụng và tính hợp lý của các ước tính kế toán của Ban Tổng Giám đốc Công ty, cũng như đánh giá việc trình bày tổng thể báo cáo tài chính.

Chúng tôi tin rằng các bằng chứng kiểm toán mà chúng tôi thu được là đầy đủ và thích hợp làm cơ sở cho ý kiến kiểm toán của chúng tôi.

Ý KIẾN CỦA KIỂM TOÁN VIÊN

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH KPMG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Việt Nam

Báo cáo kiểm toán số: 24-01-01114-25-2



Phạm Thị Hoàng Anh

Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề

Kiểm toán số 3434-2022-007-1

Phó Tổng Giám đốc

Triệu Tích Quyền

Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề

Kiểm toán số 4629-2023-007-1

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 2 năm 2025

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2024

Mẫu số B 01 – DN/HN

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2024	1/1/2024
			Triệu VND	Triệu VND
TÀI SẢN				
TÀI SẢN NGẮN HẠN	100		53.569.663	43.763.477
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	6	18.617.866	10.124.515
Tiền	111		6.064.564	3.290.554
Các khoản tương đương tiền	112		12.553.302	6.833.961
Đầu tư tài chính ngắn hạn	120	13	607.993	6.794.791
Chứng khoán kinh doanh	121		-	4.183.054
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123		607.993	2.611.737
Các khoản phải thu ngắn hạn	130	7	21.864.602	11.985.015
Phải thu khách hàng	131		1.302.889	2.309.810
Trả trước cho người bán	132		484.488	725.077
Phải thu về cho vay ngắn hạn	135		81.150	81.150
Phải thu ngắn hạn khác	136		20.067.610	8.898.758
Dự phòng phải thu khó đòi	137		(85.092)	(34.943)
Tài sản thiếu chờ xử lý	139		13.557	5.163
Hàng tồn kho	140	8	10.787.396	13.174.868
Hàng tồn kho	141		11.001.795	13.496.602
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(214.399)	(321.734)
Tài sản ngắn hạn khác	150		1.691.806	1.684.288
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		342.284	327.933
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		1.232.869	1.208.789
Thuế và các khoản khác phải thu Ngân sách Nhà nước	153		116.653	147.566
TÀI SẢN DÀI HẠN	200		94.015.055	103.619.995
Các khoản phải thu dài hạn	210	7	8.524.390	11.210.955
Phải thu về cho vay dài hạn	215		79.200	

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2024	1/1/2024
			Triệu VND	Triệu VND
Phải thu dài hạn khác	216		8.445.190	11.210.955
Tài sản cố định	220		37.049.770	42.885.823
Tài sản cố định hữu hình	221	9	27.121.453	30.468.702
Nguyên giá	222		47.629.525	52.985.169
Giá trị hao mòn lũy kế	223		(20.508.072)	(22.516.467)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224		222.742	310.884
Nguyên giá	225		345.223	444.649
Giá trị hao mòn lũy kế	226		(122.481)	(133.765)
Tài sản cố định vô hình	227	10	9.705.575	12.106.237
Nguyên giá	228		13.952.693	16.690.945
Giá trị hao mòn lũy kế	229		(4.247.118)	(4.584.708)
Bất động sản đầu tư	230	11	4.166	708.670
Nguyên giá	231		18.628	1.216.349
Giá trị hao mòn lũy kế	232		(14.462)	(507.679)
Tài sản dở dang dài hạn	240		1.670.868	3.127.230
Xây dựng cơ bản dở dang	242	12	1.670.868	3.127.230
Đầu tư tài chính dài hạn	250	13	35.318.781	33.219.467
Đầu tư vào các công ty liên kết	252		33.409.931	30.281.765
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác	253		2.932.523	2.937.702
Dự phòng đầu tư tài chính dài hạn	254		(1.023.673)	-
Tài sản dài hạn khác	260		11.447.080	12.467.850
Chi phí trả trước dài hạn	261	14	7.170.989	7.418.042
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	15	687.989	676.669
Lợi thế thương mại	269	16	3.588.102	4.373.139
TỔNG TÀI SẢN	270		147.584.718	147.383.472

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 01 – DN/HN

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2024	1/1/2024
NGUỒN VỐN			Triệu VND	Triệu VND
NỢ PHẢI TRẢ	300		106.832.338	109.146.231
Nợ ngắn hạn	310		58.712.175	50.422.500
Phải trả người bán ngắn hạn	311		7.171.217	6.317.999
Người mua trả tiền trước	312		196.922	861.932
Thuế phải nộp Ngân sách Nhà nước	313	17	1.017.379	1.103.204
Phải trả nhân viên	314		251.950	264.300
Chi phí phải trả ngắn hạn	315	18(a)	4.787.142	4.819.044
Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	318		23.075	67.059
Phải trả ngắn hạn khác	319	19(a)	18.489.608	8.919.791
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	20	26.724.166	28.030.197
Dự phòng phải trả ngắn hạn	321		19.591	7.826
Quỹ khen thưởng, phúc lợi	322		31.125	31.148
Nợ dài hạn	330		48.120.163	58.723.731
Phải trả người bán dài hạn	331		16.166	19.289
Chi phí phải trả dài hạn	333	18(b)	102.080	31.186
Phải trả dài hạn khác	337	19(b)	6.212.349	8.199.245
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn	338	21	38.825.185	41.541.894
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	15	2.476.497	3.406.398
Dự phòng phải trả dài hạn	342	22	487.886	5.525.719

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2024	1/1/2024
NGUỒN VỐN (Tiếp theo)			Triệu VND	Triệu VND
VỐN CHỦ SỞ HỮU	400		40.752.380	38.237.241
Vốn chủ sở hữu	410	23	40.752.380	38.237.241
Vốn cổ phần	411	24	15.129.281	14.308.434
Thặng dư vốn cổ phần	412	24	14.164.558	8.723.078
Vốn khác của chủ sở hữu	414	26	(8.388.147)	(8.388.147)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		9.470	(224.222)
Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	420		-	342.381
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		9.326.870	11.798.056
<i>Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kế đến cuối năm trước</i>	421a		11.798.056	11.381.940
<i>(Lỗ)/Lợi nhuận sau thuế năm nay</i>	421b		(2.471.186)	416.116
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		10.510.348	11.677.661
TỔNG NGUỒN VỐN	440		147.584.718	147.383.472

Ngày 28 tháng 2 năm 2025

Người lập

Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt

Đoàn Thị Mỹ Duyên
Giám đốc Tài chính

Người duyệt

Danny Le
Tổng Giám đốc



Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2024

	Mã số	Thuyết minh	2024	2023
			Triệu VND	Triệu VND
Tổng doanh thu	01	28	83.456.446	78.516.999
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	28	278.726	265.380
Doanh thu thuần	10	28	83.177.720	78.251.619
Giá vốn hàng bán	11	29	58.521.982	56.130.507
Lợi nhuận gộp	20		24.655.738	22.121.112
Doanh thu hoạt động tài chính	21	30	4.043.530	2.405.205
Chi phí tài chính	22	31	7.900.139	8.129.513
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		6.404.706	6.946.060
Phần lãi từ các công ty liên kết	24		4.443.769	3.895.982
Chi phí bán hàng	25	32	14.565.375	14.192.355
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	33	3.916.974	3.750.002
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	30		6.760.549	2.350.429
Thu nhập khác	31	34	180.026	309.976
Chi phí khác	32	35	915.772	97.431
Kết quả của các hoạt động khác	40		(735.746)	212.545
Lợi nhuận kế toán trước thuế	50		6.024.803	2.562.974
Chi phí thuế thu nhập hiện hành	51	36	1.510.936	1.288.786
Chi phí/(Lợi ích) thuế thu nhập hoãn lại	52	36	241.483	(595.739)
Lợi nhuận thuần sau thuế	60		4.272.384	1.869.927

Mẫu số B 02 – DN/HN

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

	Mã số	Thuyết minh	2024	2023
			Triệu VND	Triệu VND
Phân bổ cho:				
Chủ sở hữu của Công ty	61		1.999.059	418.695
Cổ đông không kiểm soát	62		2.273.325	1.451.232
Lãi trên cổ phiếu				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu (VND)	70	37	1.345	294

Ngày 28 tháng 2 năm 2025

Người lập

Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt

Đoàn Thị Mỹ Duyên
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 (Phương pháp gián tiếp)

	Mã số	Thuyết minh	2024	2023
			Triệu VND	Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH				
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01		6.024.803	2.562.974
Điều chỉnh cho				
Khấu hao và phân bổ	02		4.132.955	4.123.663
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	02		-	(117.107)
Các khoản dự phòng	03		1.362.398	407.345
Lỗi chênh lệch tỷ giá hối đoái chưa thực hiện	04		12.608	59.093
Lãi từ hoạt động đầu tư	05		(7.067.273)	(5.870.297)
Chi phí lãi vay và chi phí tài chính khác	06		6.911.415	7.422.409
Lãi từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động	08		11.376.906	8.588.080
Biến động các khoản phải thu và tài sản khác	09		(337.553)	452.139
Biến động hàng tồn kho	10		(98.554)	1.076.401
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11		2.143.364	(442.419)
Biến động chi phí trả trước	12		628.346	426.228
Biến động chứng khoán kinh doanh	13		4.183.054	(880.882)
			17.895.563	9.219.547
Tiền lãi vay và chi phí tài chính khác đã trả	14		(6.961.019)	(7.902.879)
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15		(1.408.359)	(816.207)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17		(723)	-
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20		9.525.462	500.461
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ				
Tiền chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21		(3.099.300)	(2.228.795)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22		34.765	17.461

Mẫu số B 03 – DN/HN
Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

	Mã số	Thuyết minh	2024	2023
			Triệu VND	Triệu VND
Tiền chi cho vay, tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và đầu tư khác	23		(40.732.272)	(28.673.709)
Tiền thu hồi cho vay, tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và đầu tư khác	24		32.404.126	20.544.165
Tiền chi cho các khoản đầu tư vốn chủ sở hữu	25		(6.557.257)	-
Hợp nhất kinh doanh, đã trừ đi số dư tiền của công ty con được hợp nhất	25		-	(11.812)
Tiền thu từ việc thanh lý các công ty con (đã trừ đi số dư tiền của các công ty con được thanh lý) và tiền thu từ thanh lý các khoản đầu tư vốn chủ sở hữu khác	26		4.284.306	708.600
Tiền thu từ lãi, cổ tức và thu nhập khác từ hoạt động đầu tư	27		2.972.095	1.820.418
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30		(10.693.537)	(7.823.672)
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH				
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu trừ đi chi phí phát hành liên quan	31		6.411.786	71.136
Tiền thu từ đi vay, phát hành trái phiếu và khác	33		93.606.481	91.059.079
Tiền trả nợ gốc vay, trái phiếu và khác	34		(88.611.315)	(87.324.894)
Tiền trả nợ gốc thuê tài chính	35		(14.108)	(15.289)
Tiền chi trả cổ tức	36		(1.721.291)	(243.821)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40		9.671.553	3.546.211
Lưu chuyển tiền thuần trong năm	50		8.503.478	(3.777.000)
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm	60		10.124.515	13.853.100
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái	61		(10.127)	48.415
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm	70	6	18.617.866	10.124.515

Ngày 28 tháng 2 năm 2025

Người lập



Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt



Đoàn Thị Mỹ Duyên
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024

Mẫu số B 09 – DN/HN

Các thuyết minh này là bộ phận hợp thành và cần được đọc đồng thời với báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm.

1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam. Hoạt động chính của Công ty bao gồm tư vấn quản lý, tư vấn đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán và pháp luật) và thực hiện các hoạt động huy động vốn và đầu tư.

Báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) và lợi ích của Tập đoàn trong các công ty liên kết.

Các hoạt động chính của các công ty con và các công ty liên kết được mô tả như sau:

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2024	1/1/2024
CÔNG TY CON SỞ HỮU TRỰC TIẾP					
1	Công ty TNHH The SHERPA (“SHERPA”)		Tư vấn quản lý đầu tư	100 , 0%	100 , 0%
2	Công ty TNHH Zenith Investment (“ZENITH”)		Tư vấn quản lý đầu tư	100 , 0%	100 , 0%
CÔNG TY CON SỞ HỮU GIÁN TIẾP					
1	Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	84 , 9%	84 , 9%
2	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (“MCH”)	(vi)	Tư vấn quản lý đầu tư	72 , 8%	72 , 8%
3	Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”)	(i)	Tư vấn quản lý đầu tư	48 , 5%	48 , 5%
4	Công ty TNHH Masan Master Brewer (“MMBr”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	48 , 5%	48 , 5%
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY (“MBPY”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	48 , 5%	48 , 5%
6	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery HG (“MBHG”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	48 , 5%	48 , 5%
7	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution (“MBD”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	48 , 5%	48 , 5%
8	Công ty TNHH Masan Brewery MB (“MBMB”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	48 , 5%	48 , 5%
9	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”)	(i)/(a)	Kinh doanh và phân phối	67 , 4%	68 , 3%
10	Masan Consumer (Thailand) Limited (“MTH”)	(i)/(a)	Kinh doanh và phân phối	67 , 4%	68 , 3%
11	Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan (“MSF”)	(i)/(a)	Kinh doanh và phân phối	67 , 4%	68 , 3%
12	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan (“MSI”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	67 , 4%	68 , 3%
13	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến (“VTF”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị	67 , 4%	68 , 3%
14	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD (“MHD”)	(i)/(a)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	67 , 4%	68 , 3%
15	Công ty Cổ phần Masan PQ (“MPQ”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị	67 , 4%	68 , 3%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO (tiếp theo)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2024	1/1/2024
16	Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc (“NPQ”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị	67,4%	68,3%
17	Công ty TNHH Masan Long An (“MLA”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	67,4%	68,3%
18	Công ty TNHH Masan HN (“HNF”)	(i)/(a)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	67,4%	68,3%
19	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”)	(i)/(a)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	66,6%	67,4%
20	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo (“VHC”)	(i)/(a)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	60,3%	61,1%
21	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha (“KRP”)	(i)/(a)	Sản xuất đồ uống	60,3%	61,6%
22	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage (“MSB”)	(i)/(a)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	67,4%	68,3%
23	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB (“MMB”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	67,4%	68,3%
24	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG (“MHG”)	(i)/(a)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi và bao bì	67,4%	68,3%
25	Công ty TNHH Masan HG 2 (“MH2”)	(i)/(a)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và bao bì	67,4%	68,3%
26	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh (“QNW”)	(i)/(a)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	44,4%	44,9%
27	Công ty TNHH Masan HPC (“HPC”)	(i)/(a)	Kinh doanh và phân phối	67,4%	68,3%
28	Công ty Cổ phần Bột giặt NET (“NET”)	(i)/(a)	Kinh doanh và sản xuất các sản phẩm gia dụng	35,2%	35,7%
29	Công ty TNHH Masan Innovation (“INV”)	(i)/(a)	Kinh doanh và phân phối	67,4%	68,3%
30	Công ty TNHH Hi-Fresh (“HIF”)	(i)/(a)	Kinh doanh và phân phối	67,4%	68,3%
31	Công ty TNHH Tự Giặt Sấy Chanté (trước đây là “Công ty TNHH Giặt ủi Chuyên nghiệp Joints Pro”)	(i)/(a)	Dịch vụ giặt ủi	67,4%	68,3%
32	Công ty TNHH Tầm nhìn Masan (“MH”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	100,0%	100,0%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2024	1/1/2024
33	Công ty TNHH Plutus Holdings (“PLUTUS”)	(ii)/(f)	Tư vấn quản lý đầu tư	100,0%	-
34	Công ty TNHH Mapleleaf (“MPL”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
35	Công ty Cổ phần Masan Blue (“MBL”)	(ii)	Kinh doanh và phân phối	99,8%	99,8%
36	Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”)	(ii)/(b)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,9%	86,4%
37	Công ty TNHH Một Thành viên Tài nguyên Masan Thái Nguyên (“MRTN”)	(ii)/(b)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,9%	86,4%
38	Công ty TNHH Một Thành viên Thương mại và Đầu tư Thái Nguyên (“TNTI”)	(ii)/(b)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,9%	86,4%
39	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPM”)	(ii)/(b)	Khai thác và chế biến quặng	94,9%	86,4%
40	Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”)	(ii)/(b)	Khai thác sâu kim loại màu và kim loại quý (vonfram)	94,9%	86,4%
41	H.C. Starck Holding (Germany) GmbH (Germany) (“HCS”)	(ii)/(c)	Tư vấn quản lý đầu tư	-	86,4%
42	Chemilytics Beteiligungs GmbH (Germany)	(ii)/(c)	Tư vấn quản lý đầu tư	-	86,4%
43	H.C. Starck GmbH (Germany)	(ii)/(c)	Tư vấn quản lý đầu tư	-	86,4%
44	Chemische Fabriken Oker und Braunschweig AG (Germany)	(ii)/(c)	Sản xuất hóa chất dùng trong sản xuất giấy và phụ gia cho ngành vật liệu hấp thụ	-	86,4%
45	H.C. Starck Infrastructure GmbH & Co. KG (Germany)	(ii)/(c)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	-	86,4%
46	Chemilytics GmbH & Co. KG (Germany)	(ii)/(c)	Phân tích hóa học và dữ liệu đo lường vật lý	-	86,4%
47	H.C. Starck Tungsten GmbH (Germany)	(ii)/(c)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	-	86,4%
48	H.C. Starck Nonferrous Metals Trading (Shanghai) Co. Ltd. (China)	(ii)/(c)	Kinh doanh và phân phối	-	86,4%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO (tiếp theo)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2024	1/1/2024
49	H.C. Starck Canada Inc. (Canada)	(ii)/(c)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	-	86,4%
50	H.C. Starck Tungsten GK (Japan)	(ii)/(c)	Kinh doanh và phân phối	-	86,4%
51	H.C. Starck Tungsten LLC (USA)	(ii)/(c)	Kinh doanh và phân phối	-	86,4%
52	H.C. Starck Jiangwu Tungsten Specialities (Ganzhou) Co. Ltd. (China)	(ii)/(c)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	-	51,8%
53	Chemitas GmbH (Germany)	(ii)/(c)	Cung cấp năng lượng, quản lý chất thải và dịch vụ hậu cần	-	86,4%
54	Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”)	(v)/(a)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,3%	94,9%
55	Công ty TNHH MNS Meat (“MNS Meat”)	(iii)/(a)(g)	Đạm động vật	94,3%	94,9%
56	Công ty TNHH MML Farm Nghệ An (“Farm Nghệ An”)	(iii)/(a)	Chăn nuôi lợn	94,3%	94,9%
57	Công ty TNHH MNS Farm (“MNS Farm”)	(iii)/(a)(g)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,3%	94,9%
58	Công ty TNHH MNS Meat Processing (“MNS Meat Processing”)	(iii)/(a)(g)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,3%	94,9%
59	Công ty TNHH MEATDeli HN (“MEATDeli Hà Nam”)	(iii)/(a)	Chế biến thịt	94,3%	94,9%
60	Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn (“MEATDeli Sài Gòn”)	(iii)/(a)	Chế biến thịt	94,3%	94,9%
61	Công ty Cổ phần Masan Jinju (“MSJ”)	(iii)/(a)	Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi	70,7%	71,1%
62	Công ty Cổ phần 3F VIỆT (“3F VIỆT”)	(iii)/(a)	Chăn nuôi và kinh doanh gà	48,1%	48,4%
63	Công ty TNHH Thực Phẩm 3F VIỆT (“3F VIỆT Food”)	(iii)/(a)	Chế biến và kinh doanh thịt	48,1%	48,4%
64	Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“WCM”)	(vi)/(d)	Tư vấn quản lý đầu tư	78,7%	71,5%
65	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce (“WinCommerce”)	(iv)/(d)	Kinh doanh và phân phối	78,7%	71,5%
66	Công ty Cổ phần The Supra (“The Supra”)	(iv)/(d)	Dịch vụ kho bãi và lưu trữ hàng hóa	78,7%	71,5%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2024	1/1/2024
67	Công ty Cổ phần CX Infra (“CXI”)	(iv)/(d)	Xây dựng	40,1%	36,4%
68	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco (“WinEco”)	(v)	Nông nghiệp	100,0%	100,0%
69	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất và Phát triển Nông nghiệp WinEco – Tam Đảo (“WinEco Tam Đảo”)	(v)	Nông nghiệp	89,0%	89,0%
70	Công ty TNHH Nông nghiệp Đồng Nai – WinEco (“WinEco Đồng Nai”)	(v)	Nông nghiệp	77,5%	77,5%
71	Công ty Cổ phần Dr. Win (“Dr. Win”)	(v)/(e)	Bán lẻ thuốc, dụng cụ y tế, mỹ phẩm và vật phẩm vệ sinh trong các cửa hàng chuyên doanh	64,9%	46,5%
72	Công ty Cổ phần Mobicast (“MOB”)	(v)	Viễn thông	70,0%	70,0%
73	Công ty Cổ phần Đầu tư Draco (“DRC”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
74	Công ty Cổ phần Đầu tư Fornax (“FOR”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
75	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)	(v)	Đồ ăn và thức uống	85,0%	85,0%
76	Công ty Cổ phần The O2 (“The O2”)	(v)	Nghiên cứu thị trường	50,0%	50,0%
77	Công ty Cổ phần Đầu tư Sagitta (“Sagitta”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
78	Công ty TNHH Masan Agri (“Masan Agri”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	100,0%	100,0%
79	Công ty Cổ phần Đầu tư Lepus (“Lepus”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	98,0%	98,0%
80	Công ty Cổ phần Đầu tư Eirene (“Eirene”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
81	Công ty Cổ phần The WinX (“WinX”)	(v)/(f)	Nghiên cứu thị trường	100,0%	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

Mẫu số B 09 – DN/HN

1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO (tiếp theo)

CÔNG TY LIÊN KẾT

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2024	1/1/2024
CÔNG TY LIÊN KẾT SỞ HỮU TRỰC TIẾP					
1	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam (“Techcombank”)		Ngân hàng	Thuyết minh 13(c)	
CÔNG TY LIÊN KẾT SỞ HỮU GIÁN TIẾP					
1	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex (“Cholimex”)	(vii)	Sản xuất và kinh doanh gia vị	32,8%	32,8%
2	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”)	(viii)	Sản xuất thực phẩm và bán lẻ	24,9%	24,9%
3	Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd. (China) (“Jiangwu”)	(ix)/(c)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	-	30,0%

- (i) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MCH.
- (ii) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của ZENITH.
- (iii) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MML.
- (iv) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của WCM.
- (iv) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của SHERPA.
- (v) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp của CrownX.
- (vi) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MCH.
- (viii) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu trực tiếp của MML.
- (ix) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MHT.

- (a) Trong năm, MSC và MML đã phát hành cổ phiếu cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên theo phê duyệt của các cổ đông. Do kết quả của các giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong MSC, MML và các công ty con của các công ty này giảm đi.
- (b) Trong tháng 10 năm 2024, MH đã mua 93.979.000 cổ phiếu phổ thông của MHT, tương đương 8,5% lợi ích kinh tế trong MHT với tổng giá trị là 1.457.257 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong MHT tăng từ 86,4% lên 94,9%. Việc mua lại thêm 8,5% lợi ích kinh tế trong MHT này tương đương với 1.038.406 triệu VND tài sản thuần của MHT được mua lại tại ngày giao dịch.
- (c) Trong tháng 5 năm 2024, MTC đã ký thỏa thuận thanh lý toàn bộ lợi ích kinh tế trong HCS và các công ty con và công ty liên kết của HCS. Trong tháng 12 năm 2024, giao dịch này đã được hoàn tất. Do đó, tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, các công ty này không còn là công ty con và công ty liên kết của Tập đoàn.
- (d) Trong tháng 9 năm 2024, Eirene đã mua 47.188.730 cổ phiếu phổ thông của WCM, tương đương 7,2% lợi ích kinh tế trong WCM với tổng giá trị là 5.100.000 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong WCM tăng từ 71,5% lên 78,7%. Việc mua lại thêm 7,2% lợi ích kinh tế trong WCM này tương đương với 605.651 triệu VND tài sản thuần của WCM được mua lại tại ngày giao dịch.
- (e) Như là một phần của quá trình tái cấu trúc nội bộ, trong tháng 6 năm 2024, WinCommerce đã chuyển nhượng toàn bộ quyền kiểm soát trong Dr. Win sang SHERPA. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong Dr. Win đã tăng từ 46,5% lên 64,9%.
- (f) Trong tháng 9 năm 2024 và tháng 12 năm 2024, PLUTUS và WinX, các công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, lần lượt được thành lập.
- (g) Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 và ngày 1 tháng 1 năm 2024, các công ty này đang trong quá trình giải thể.

Tỷ lệ lợi ích kinh tế trong các công ty con phản ánh tỷ lệ lợi ích trực tiếp và gián tiếp của Công ty trong các công ty con, được xác định căn cứ vào tỷ lệ sở hữu vốn (trực tiếp và gián tiếp) trong các công ty con, trừ khi có thỏa thuận khác (nếu có). Tỷ lệ lợi ích kinh tế trong các công ty liên kết phản ánh tỷ lệ lợi ích trực tiếp của Công ty và các công ty con trong các công ty liên kết.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, Tập đoàn có 34.835 nhân viên (1/1/2024: 35.895 nhân viên).

CHU KỲ SẢN XUẤT KINH DOANH THÔNG THƯỜNG

Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường của Công ty và các công ty con nằm trong phạm vi 12 tháng.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

2. CƠ SỞ LẬP BÁO CÁO TÀI CHÍNH

(a) Tuyên bố về tuân thủ

Báo cáo tài chính hợp nhất này được lập theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

(b) Cơ sở đo lường

Báo cáo tài chính hợp nhất, trừ báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất, được lập trên cơ sở dồn tích theo nguyên tắc giá gốc. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất được lập theo phương pháp gián tiếp.

(c) Kỳ kế toán năm

Kỳ kế toán năm của Công ty là từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 31 tháng 12.

(d) Đơn vị tiền tệ kế toán và trình bày báo cáo tài chính

Đơn vị tiền tệ kế toán của Công ty là Đồng Việt Nam (“VND”). Báo cáo tài chính hợp nhất này được lập và trình bày bằng triệu Đồng Việt Nam (“Triệu VND”).

(e) Số liệu so sánh

Số liệu so sánh tại ngày 1 tháng 1 năm 2024 được mang sang từ số liệu được kiểm toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2023.

3. NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

Sau đây là những chính sách kế toán chủ yếu được Tập đoàn áp dụng trong việc lập báo cáo tài chính hợp nhất này.

Mẫu số B 09 – DN/HN

(a) Cơ sở hợp nhất

(i) Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung
Hợp nhất kinh doanh mà trong đó các công ty chịu sự kiểm soát chung bởi cùng một nhóm cổ đông (“Cổ đông Kiểm soát”) trước và sau khi hợp nhất phù hợp với định nghĩa hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung vì có sự nối tiếp rủi ro và quyền lợi của Cổ đông Kiểm soát. Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung này đặc biệt nằm ngoài phạm vi của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 11 Hợp nhất kinh doanh và trong sự chọn lựa chính sách kế toán liên quan đến các giao dịch này, Tập đoàn đã cân nhắc Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 01 Chuẩn mực chung và Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 21 Trình bày báo cáo tài chính. Dựa trên các chuẩn mực này, Tập đoàn đã áp dụng cơ sở kế toán sáp nhập (“nguyên tắc mang sang toàn bộ”). Tài sản và nợ phải trả của các công ty được hợp nhất theo giá trị sổ sách hiện tại dưới khía cạnh nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát. Chênh lệch giữa giá phí mua và giá trị của tài sản thuần được mua được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất bao gồm kết quả hoạt động kinh doanh và lưu chuyển tiền tệ của các công ty được hợp nhất từ ngày mua.

(ii) Hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung
Hợp nhất kinh doanh không chịu kiểm soát chung được hạch toán theo phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà sự kiểm soát đã được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát là quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của doanh nghiệp nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của doanh nghiệp đó. Khi xem xét sự kiểm soát, Tập đoàn cũng xem xét quyền biểu quyết tiềm năng mà có thể thực hiện được ở hiện tại. Theo phương pháp mua, tài sản và các khoản nợ phải trả của công ty được mua được ghi nhận theo giá trị hợp lý tại ngày mua. Giá phí hợp nhất kinh doanh (giá phí mua) bao gồm tổng giá trị hợp lý tại ngày trao đổi của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận, các công cụ vốn chủ sở hữu đã phát hành bởi Tập đoàn và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh. Lợi thế thương mại là phần chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của công ty được mua. Khoản chênh lệch âm, được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Các chi phí giao dịch, ngoại trừ các chi phí liên quan đến việc phát hành công cụ nợ hoặc chứng khoán vốn, mà Tập đoàn phát sinh khi hợp nhất kinh doanh bao gồm các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh, như chi phí trả cho tư vấn tài chính, tư vấn pháp lý, thẩm định viên về giá và các nhà tư vấn liên quan đến hợp nhất kinh doanh. Các chi phí giao dịch này được tính vào giá phí hợp nhất kinh doanh. Các chi phí quản lý chung và các chi phí khác không liên quan trực tiếp đến giao dịch hợp nhất kinh doanh cụ thể đang được ghi nhận thì không được tính vào giá phí hợp nhất kinh doanh, mà được ghi nhận là chi phí phát sinh trong năm.

(iii) Các công ty con
Các công ty con là các công ty chịu sự kiểm soát của Tập đoàn. Sự kiểm soát này tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của một doanh nghiệp nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của doanh nghiệp đó. Khi đánh giá quyền kiểm soát, quyền bỏ phiếu tiềm năng có thể thực hiện được tại thời điểm hiện tại cũng được xem xét. Báo cáo tài chính của các công ty con được bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất kể từ ngày quyền kiểm soát bắt đầu có hiệu lực đến ngày quyền kiểm soát chấm dứt.

(iv) Các công ty liên kết (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu)
Các công ty liên kết là những công ty mà Tập đoàn có sự ảnh hưởng đáng kể nhưng không kiểm soát các chính sách tài chính và hoạt động kinh doanh của công ty. Sự ảnh hưởng đáng kể này được giả định tồn tại khi Tập đoàn nắm giữ từ 20% đến 50% quyền biểu quyết của một công ty khác. Các công ty liên kết được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu) trong báo cáo tài chính hợp nhất. Các khoản đầu tư này được ghi nhận ban đầu theo giá gốc, bao gồm chi phí giao dịch. Sau khi ghi nhận ban đầu, báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm phần mà Tập đoàn được hưởng trong lãi hoặc lỗ của đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, sau khi được điều chỉnh theo chính sách kế toán của Tập đoàn, kể từ ngày bắt đầu sự ảnh hưởng đáng kể cho đến ngày kết thúc sự ảnh hưởng đáng kể. Giá trị ghi sổ của các khoản đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu cũng được điều chỉnh cho những thay đổi về lợi ích của nhà đầu tư trong đơn vị nhận đầu tư phát sinh từ những thay đổi vốn chủ sở hữu của đơn vị nhận đầu tư mà không phản ánh trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh (như việc chênh lệch tỷ giá do chuyển đổi báo cáo tài chính, v.v...). Khi Tập đoàn chia sẻ khoản lỗ trong đơn vị nhận đầu tư theo phần sở hữu của Tập đoàn vượt quá giá trị ghi sổ của khoản đầu tư của Tập đoàn trong đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, thì giá trị ghi sổ của khoản đầu tư đó (bao gồm các khoản đầu tư tài chính dài hạn, nếu có) sẽ được ghi giảm về không và Tập đoàn không phải tiếp tục ghi nhận các khoản lỗ phát sinh sau đó trừ khi Tập đoàn có nghĩa vụ

phải thanh toán hay đã thanh toán thay cho đơn vị nhận đầu tư. Lãi hoặc lỗ do thanh lý lợi ích trong một công ty liên kết mà không không dẫn đến việc mất ảnh hưởng đáng kể, bao gồm cả sự suy giảm lợi ích trong công ty liên kết (được xem như là thanh lý một phần vốn chủ sở hữu), được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

(v) Lợi ích cổ đông không kiểm soát (“NCI”)
NCI được xác định theo tỷ lệ phần sở hữu của cổ đông không kiểm soát trong tài sản thuần của đơn vị bị mua lại tại ngày mua. Việc thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong công ty con mà không dẫn đến việc mất quyền kiểm soát được kế toán tương tự như các giao dịch vốn chủ sở hữu. Chênh lệch giữa giá trị thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong tài sản thuần của công ty con và số tiền thanh toán hoặc nhận được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu, ngoại trừ trong trường hợp chênh lệch phát sinh từ các giao dịch liên đới ràng buộc bởi việc phải phát hành cổ phiếu hoặc tăng vốn góp có thặng dư thì khoản chênh lệch được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu.

(vi) Các giao dịch được loại trừ khi hợp nhất
Các giao dịch, số dư trong nội bộ Tập đoàn và các khoản thu nhập và chi phí chưa thực hiện phát sinh từ các giao dịch nội bộ được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất. Tuy nhiên, chênh lệch tỷ giá hối đoái phát sinh liên quan đến các khoản mục tiền tệ trong nội bộ tập đoàn, bao gồm cả ngắn hạn và dài hạn, được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các khoản lãi và lỗ chưa thực hiện phát sinh từ các giao dịch với công ty liên kết được trừ vào khoản đầu tư trong phạm vi lợi ích của Tập đoàn tại công ty liên kết.

(vii) Mất quyền kiểm soát
Khi mất quyền kiểm soát tại một công ty con, Tập đoàn dừng ghi nhận tài sản và nợ phải trả của công ty con cũng như lợi ích cổ đông không kiểm soát và các cấu phần vốn chủ sở hữu khác. Bất kỳ khoản lãi hoặc lỗ nào phát sinh từ sự kiện này đều được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Sau khi thoái vốn, phần lợi ích còn lại trong công ty con trước đó (nếu có) được ghi nhận theo giá trị ghi sổ còn lại của khoản đầu tư trên báo cáo tài chính riêng của công ty mẹ, sau khi được điều chỉnh theo tỷ lệ tương ứng cho những thay đổi trong vốn chủ sở hữu kể từ ngày mua nếu Tập đoàn vẫn còn ảnh hưởng đáng kể trong đơn vị nhận đầu tư, hoặc trình bày theo giá gốc của khoản đầu tư còn lại nếu không còn ảnh hưởng đáng kể.

(b) Ngoại tệ

(i) Các giao dịch bằng ngoại tệ
Các giao dịch bằng các đơn vị tiền tệ khác VND trong năm được quy đổi sang VND theo tỷ giá xấp xỉ với tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch.

Các khoản mục tài sản và nợ phải trả có gốc bằng đơn vị tiền tệ khác VND, ngoại trừ các khoản vay có gốc bằng đơn vị tiền tệ khác VND đã được dự phòng rủi ro hối đoái bằng các công cụ tài chính, được quy đổi sang VND theo tỷ giá tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi Công ty hoặc các công ty con thường xuyên có giao dịch. Tất cả các khoản chênh lệch tỷ giá hối đoái được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

(ii) Hoạt động ở nước ngoài
Cho mục đích trình bày báo cáo tài chính hợp nhất, tài sản và nợ phải trả của các hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND như sau:

- Các tài sản và nợ phải trả, bao gồm lợi thế thương mại và các điều chỉnh giá trị hợp lý phát sinh tại ngày mua, được quy đổi sang VND theo tỷ giá mua chuyển khoản (đối với tài sản) và bán chuyển khoản (đối với nợ phải trả) tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi các công ty con thường xuyên có giao dịch;
- Doanh thu, thu nhập, chi phí và lưu chuyển tiền tệ của các hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND theo tỷ giá hối đoái xấp xỉ tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch; và
- Vốn góp được quy đổi sang VND theo tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch. Lỗ lũy kế/lợi nhuận sau thuế chưa phân phối và các quỹ và dự phòng được lấy từ lợi nhuận/lỗ thuần và các biến động đã được quy đổi.

Chênh lệch tỷ giá hối đoái phát sinh do quy đổi báo cáo tài chính của các hoạt động ở nước ngoài sang VND được ghi nhận vào bảng cân đối kế toán hợp nhất vào khoản mục “Chênh lệch tỷ giá hối đoái” thuộc vốn chủ sở hữu. Khi chênh lệch tỷ giá hối đoái liên quan đến một hoạt động kinh doanh ở nước ngoài được hợp nhất nhưng không được sở hữu toàn bộ bởi Tập đoàn, chênh lệch tỷ giá hối đoái lũy kế phát sinh do quy đổi được phân bổ cho và ghi nhận là một phần của khoản mục cổ đông không kiểm soát trên bảng cân đối kế toán hợp nhất.

(c) Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền bao gồm tiền mặt và tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn. Các khoản tương đương tiền là các khoản đầu tư ngắn hạn có tính thanh khoản cao có thể dễ dàng chuyển đổi thành khoản tiền xác định trước, ít rủi ro về thay đổi giá trị và được giữ nhằm đáp ứng nhu cầu thanh toán ngắn hạn hơn là cho mục đích đầu tư hay các mục đích khác.

(d) Các khoản đầu tư

(i) Chứng khoán kinh doanh
Chứng khoán kinh doanh là các trái phiếu và chứng chỉ tiền gửi được Tập

đoàn nắm giữ vì mục đích kinh doanh, tức là mua vào bán ra để thu lợi nhuận trong thời gian ngắn. Chứng khoán kinh doanh được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua cộng các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, chứng khoán kinh doanh được xác định theo giá gốc trừ đi thu nhập lãi liên quan đến giai đoạn trước khi mua chứng khoán kinh doanh và dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh. Dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh được lập khi có bằng chứng là giá thị trường của chứng khoán giảm xuống thấp hơn giá trị ghi sổ của chúng. Sau khi khoản dự phòng được lập, nếu giá thị trường của chứng khoán tăng lên thì khoản dự phòng sẽ được hoàn nhập. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của chứng khoán kinh doanh không vượt quá giá trị ghi sổ của các chứng khoán này khi giả định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(ii) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn là các khoản đầu tư mà Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con dự định và có khả năng nắm giữ đến ngày đáo hạn. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn bao gồm tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn. Các khoản đầu tư này được ghi nhận theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

(iii) Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác
Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác là những đơn vị mà Công ty hoặc các công ty con không có quyền kiểm soát hoặc ảnh hưởng đáng kể được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua và các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, các khoản đầu tư này được xác định theo giá gốc trừ đi dự phòng giảm giá đầu tư. Dự phòng giảm giá đầu tư được lập khi đơn vị nhận đầu tư phát sinh lỗ dẫn đến Tập đoàn có khả năng mất vốn, trừ khi có bằng chứng rằng giá trị của khoản đầu tư không bị suy giảm. Khoản dự phòng không được lập khi Tập đoàn không có khả năng mất vốn. Dự phòng giảm giá đầu tư được hoàn nhập khi đơn vị nhận đầu tư sau đó tạo ra lợi nhuận để bù trừ cho các khoản lỗ đã được lập dự phòng trước kia. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của khoản đầu tư không vượt quá giá trị ghi sổ của chúng khi giả định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(e) Các khoản phải thu

Các khoản phải thu khách hàng và các khoản phải thu khác được phân ánh theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

Bao thanh toán

Theo các điều khoản thị trường và yêu cầu về thanh khoản, Tập đoàn ký kết các thỏa thuận bao thanh toán để chuyển giao khoản phải thu khách hàng. Đối với các giao dịch bao thanh toán, Tập đoàn đánh giá có ghi

giảm toàn bộ khoản phải thu hay không dựa trên mức độ chuyển giao rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu.

Nếu Tập đoàn:

- chuyển giao phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu, Tập đoàn sẽ ghi giảm khoản phải thu và ghi nhận riêng rẽ tài sản hoặc nợ phải trả đối với các quyền và nghĩa vụ phát sinh từ việc chuyển giao khoản phải thu;
- còn nắm giữ phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu, Tập đoàn sẽ tiếp tục ghi nhận khoản phải thu; và
- không chuyển giao cũng như không nắm giữ phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu thì Tập đoàn xác định xem liệu có nắm giữ quyền kiểm soát đối với khoản phải thu không. Nếu Tập đoàn không nắm giữ quyền kiểm soát thì Tập đoàn sẽ ghi giảm khoản phải thu và ghi nhận riêng rẽ tài sản hoặc nợ phải trả đối với các quyền và nghĩa vụ phát sinh hoặc còn nắm giữ từ việc chuyển giao khoản phải thu. Nếu Tập đoàn nắm giữ quyền kiểm soát thì Tập đoàn sẽ tiếp tục ghi nhận khoản phải thu đến giá trị còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao.

Mức độ còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao là mức độ Tập đoàn bị ảnh hưởng bởi những thay đổi về giá trị của tài sản chuyển giao và được xác định bằng giá trị thấp hơn giữa giá trị ghi sổ của khoản phải thu và số tiền cao nhất mà Tập đoàn phải trả (“số tiền bảo lãnh”).

Khi Tập đoàn tiếp tục ghi nhận tài sản chuyển giao đến giá trị còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao, Tập đoàn đồng thời ghi nhận nghĩa vụ liên quan. Nghĩa vụ liên quan ban đầu được ghi nhận bằng số tiền bảo lãnh cộng với giá trị hợp lý của bảo lãnh. Sau đó, giá trị hợp lý của bảo lãnh được phân bổ dần theo thời gian vào báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất.

(f) Hàng tồn kho

Hàng tồn kho được phản ánh theo giá trị bằng với số thấp hơn giữa giá gốc và giá trị thuần có thể thực hiện được. Giá gốc được tính theo phương pháp bình quân gia quyền và bao gồm tất cả các chi phí liên quan phát sinh để có được hàng tồn kho ở địa điểm và trạng thái hiện tại. Đối với thành phẩm và sản phẩm dở dang, giá gốc bao gồm chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và các chi phí chung đã được phân bổ. Giá trị thuần có thể thực hiện được là giá bán ước tính của hàng tồn kho, trừ đi chi phí ước tính để hoàn thành sản phẩm và chi phí bán hàng ước tính.

Tập đoàn áp dụng phương pháp kê khai thường xuyên để hạch toán hàng tồn kho.

(g) Tài sản cố định hữu hình

(i) Nguyên giá
Tài sản cố định hữu hình được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá tài sản cố định hữu hình bao gồm giá mua, hoặc chi phí xây dựng, các loại thuế mua hàng không hoàn lại và chi phí liên quan trực tiếp để đưa tài sản đến vị trí và trạng thái hoạt động cho mục đích sử dụng đã dự kiến, và chi phí để tháo dỡ, di dời tài sản và khôi phục hiện trường tại địa điểm đặt tài sản. Các chi phí phát sinh sau khi tài sản cố định hữu hình đã đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa, bảo dưỡng và đại tu được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà chi phí phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính thu được từ việc sử dụng tài sản cố định hữu hình vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hoá như một khoản nguyên giá tăng thêm của tài sản cố định hữu hình. Trong trường hợp tài sản cố định hữu hình đã hoàn thành và đưa vào sử dụng nhưng nguyên giá chưa được quyết toán, các tài sản cố định này sẽ được ghi nhận theo nguyên giá tạm tính và nguyên giá này sẽ được điều chỉnh sau khi quyết toán được phê duyệt. Tài sản cố định hữu hình cũng bao gồm giá trị hợp lý của các tài sản cố định hữu hình khác từ hợp nhất kinh doanh.

Sau khi hoàn thành giai đoạn xây dựng mô, tài sản được chuyển thành “nhà cửa và vật kiến trúc”, “máy móc và thiết bị” hoặc “tài sản khai khoáng khác” trong tài sản cố định hữu hình. Tài sản khai khoáng khác bao gồm chi phí phục hồi mô và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản và tài nguyên khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh.

(ii) Khấu hao
Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh

Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh được khấu hao theo phương pháp khấu hao theo sản lượng. Theo phương pháp này, cơ sở khấu hao là trữ lượng khoáng sản đã xác định được là khối lượng quặng (tấn) mà Tập đoàn có thể khai thác kinh tế và hợp pháp từ tài nguyên khoáng sản của Tập đoàn, và một phần tài nguyên khoáng sản dự kiến chuyển đổi thành trữ lượng. Cơ sở khấu hao cho tài sản liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản dựa trên:

- a.

ước tính tài nguyên khoáng sản dự kiến chuyển đổi thành trữ lượng theo đánh giá của các chuyên gia mô cho dự án Núi Pháo; và
- b.

ước tính tài nguyên khoáng sản dự kiến có thể được tái chế từ quặng đuôi ô-xít (“OTC”).

Cơ sở khấu hao áp dụng cho các loại tài sản khai khoáng như sau:

Cơ sở khấu hao	
Máy móc, thiết bị chỉ liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản	(a)
Máy móc, thiết bị liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản và được sử dụng trong quá trình tái chế OTC	(a) và (b)
Giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	(a) và (b)
<i>Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động chế biến khoáng sản</i>	
Máy móc và thiết bị liên quan trực tiếp đến quá trình chế biến chuyên sâu các sản phẩm vonfram của MTC được khấu hao theo phương pháp khấu hao theo sản lượng. Tổng sản lượng sản xuất ước tính mà tài sản cố định hữu hình được khấu hao trên cơ sở sản lượng như sau:	
Tấn vonfram	
Nhà máy ST	171 , 865
Nhà máy APT	166 , 990

Tài sản khác

Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của tài sản cố định hữu hình. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

- nhà cửa và vật liệu kiến trúc

3 — 50 năm

•

nâng cấp tài sản thuê

3 — 5 năm

•

máy móc và thiết bị

2 — 25 năm

- phương tiện vận chuyển

3 — 25 năm

•

thiết bị văn phòng và khác

3 — 25 năm

•

tài sản khai khoáng khác

26 năm

Tài sản cố định đã hoàn thành và đưa vào sử dụng trước khi quyết toán chi phí xây dựng được ghi nhận theo nguyên giá tạm tính. Khi các chi phí xây dựng được quyết toán và phê duyệt, nguyên giá tạm tính sẽ được điều chỉnh theo chi phí quyết toán và khấu hao lũy kế sẽ không được điều chỉnh. Khấu hao sau đó được tính theo nguyên giá được duyệt trừ đi giá trị hao mòn lũy kế cho giai đoạn trước khi quyết toán tài sản cố định được duyệt, chia cho thời gian khấu hao còn lại của tài sản cố định theo các quy định có liên quan.

(h) Tài sản cố định vô hình

- (i)

Quyền sử dụng đất
Quyền sử dụng đất lâu dài được phản ánh theo nguyên giá và không tính khấu hao. Quyền sử dụng đất có thời hạn được phản ánh theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của quyền sử dụng đất bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc có được quyền sử dụng đất. Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 50 năm. Giá trị hợp lý của quyền sử dụng đất phát sinh từ hợp nhất kinh doanh được xác định theo phương pháp so sánh trực tiếp bằng cách so sánh giá tham khảo/giá giao dịch gần nhất của bất động sản tương tự trong cùng khu vực.

- (ii)

Phần mềm máy vi tính
Nguyên giá của phần mềm máy vi tính bao gồm:

- giá mua của phần mềm máy vi tính mới mà phần mềm này không phải là một bộ phận gắn kết với phần cứng có liên quan thì được vốn hóa và hạch toán như tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của phần mềm máy vi tính được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 2 đến 10 năm; và

•

chi phí tự phát triển phần mềm máy vi tính được vốn hóa trong giai đoạn phát triển phần mềm nếu thỏa mãn các tiêu chí sau:

•

các chi phí phát sinh liên quan trực tiếp đến việc hình thành phần mềm trong giai đoạn phát triển;

•

Tập đoàn có dự kiến hoàn thành phần mềm

được xây dựng rõ ràng từ chương trình thiết kế, mô hình liệt kê các hoạt động cần thiết cho việc hoàn thành giai đoạn phát triển và dự định hoàn thành dự án sau giai đoạn phát triển;

- Tập đoàn có khả năng triển khai và sử dụng phần mềm sau giai đoạn phát triển;
- Tập đoàn có đầy đủ nguồn lực về kỹ thuật, tài chính và nhân sự để hoàn tất các giai đoạn phát triển phần mềm; và
- Tập đoàn có thể xác định được chi phí phát sinh liên quan đến giai đoạn phát triển phần mềm một cách đáng tin cậy.

Phần mềm tự phát triển được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian đến 4 năm kể từ khi mỗi cấu phần của phần mềm được hoàn thành.

- (iii)

Chi phí triển khai
Chi phí triển khai bao gồm:

- Chi phí cho các hoạt động triển khai mà thông qua các hoạt động này các kết quả nghiên cứu được áp dụng vào việc lập kế hoạch hoặc thiết kế các quy trình sản xuất và sản xuất các sản phẩm mới hoặc được cải tiến đáng kể, sẽ được vốn hóa nếu sản phẩm hoặc quy trình sản xuất đó khả thi về mặt kỹ thuật và thương mại và Tập đoàn có đủ nguồn lực để hoàn tất việc triển khai. Các chi phí triển khai được vốn hóa bao gồm nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và một phần chi phí chung được phân bổ thích hợp. Các chi phí triển khai khác được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất như là một khoản chi phí trong năm khi các chi phí này phát sinh.

•

Các hoạt động triển khai mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của các hoạt động triển khai có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó. Giá trị hợp lý của các hoạt động triển khai được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 16 năm.

- (iv)

Thương hiệu
Thương hiệu mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con

được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của thương hiệu phát sinh khi hợp nhất kinh doanh được ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 9 đến 30 năm. Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ việc hợp nhất kinh doanh được tính bằng việc chiết khấu các khoản tiền bản quyền mà doanh nghiệp tiết kiệm được từ việc sở hữu thương hiệu đó.

- (v)

Quan hệ khách hàng
Quan hệ khách hàng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con, được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của quan hệ khách hàng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 5 đến 36 năm.

Giá trị hợp lý của quan hệ khách hàng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

- (vi)

Tài nguyên nước khoáng
Tài nguyên nước khoáng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 37 năm.

Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng cách sử dụng phương pháp so sánh trực tiếp hoặc phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn. Phương pháp so sánh trực tiếp ước tính giá trị của tài nguyên nước khoáng bằng cách so sánh với giá tham khảo/giao dịch gần nhất của tài nguyên nước khoáng tương tự trong cùng một vùng. Đối với phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, giá trị của tài nguyên nước khoáng được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

- (vii)

Quyền khai thác khoáng sản
Quyền khai thác khoáng sản được tính dựa trên trữ lượng khai thác còn lại nhân với đơn giá do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công bố theo Nghị định số 67/2019/NĐ-CP ngày 31 tháng 7 năm 2019 (“Nghị định 67”) có hiệu lực từ ngày 15 tháng 9 năm 2019, thay thế cho Nghị định số 203/2013/NĐ/CP ngày 28 tháng 11 năm 2013. Nguyên giá của quyền khai thác khoáng sản được phản ánh theo giá trị hiện tại của tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và được vốn hóa và hạch toán là tài sản cố định vô hình. Quyền khai thác khoáng sản được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên vòng đời kinh tế của trữ lượng khoáng sản

của mỏ và phần tài nguyên có khả năng trở thành trữ lượng mỏ.

(viii) Công nghệ
Công nghệ mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của công nghệ được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 5 đến 31 năm.

Giá trị hợp lý của công nghệ có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định dựa vào phương phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(ix) Quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng
Chi phí để có được quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 4 đến 30 năm.

(x) Giấy phép
Giấy phép mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của giấy phép được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là 12 năm.

Giá trị hợp lý của giấy phép có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(i) Bất động sản đầu tư

(i) Nguyên giá
Bất động sản đầu tư cho thuê được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của bất động sản đầu tư cho thuê bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc đưa tài sản đến điều kiện cần thiết để tài sản có thể hoạt động theo cách thức đã dự kiến bởi Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con. Các chi phí phát sinh sau khi bất động sản đầu tư cho thuê đã được đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa và bảo trì được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà các chi phí này phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính

thu được từ bất động sản đầu tư cho thuê vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hóa như một khoản nguyên giá tăng thêm của bất động sản đầu tư cho thuê.

(ii) Khấu hao
Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của bất động sản đầu tư. Không tính khấu hao đối với quyền sử dụng đất lâu dài. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

- nhà cửa 20 — 60 năm
- cơ sở hạ tầng 5 — 20 năm

(j) Xây dựng cơ bản dở dang

Xây dựng cơ bản dở dang phản ánh các khoản chi phí heo giống, chi phí xây dựng và máy móc chưa được hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong và tài sản khoáng sản chưa khai thác. Không tính khấu hao cho xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình nuôi heo giống, xây dựng, lắp đặt và thử nghiệm.

Tài sản khoáng sản chưa khai thác bao gồm giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản, các chi phí liên quan đến việc triển khai trữ lượng này đã phát sinh trong hợp nhất kinh doanh và các chi phí triển khai phát sinh sau này. Những tài sản này đủ điều kiện để được vốn hóa khi trữ lượng khoáng sản liên quan đã được chứng minh là có tính khả thi về lợi ích kinh tế và kỹ thuật. Những tài sản này ban đầu được ghi nhận theo giá trị hợp lý như một phần của giao dịch hợp nhất kinh doanh và các chi phí triển khai liên quan đến việc khai thác sau đó sẽ được vốn hóa sau khi cần trừ tiền thu về từ việc bán khoáng sản khai thác trong giai đoạn triển khai. Sau khi hoàn tất công tác triển khai, mà thời điểm xác định là khi sản phẩm có thể bán bắt đầu được khai thác từ mỏ, tất cả các tài sản này được phân loại thành “máy móc và thiết bị” và “tài sản khai khoáng khác” trong tài sản cố định hữu hình hoặc chi phí trả trước dài hạn.

(k) Chi phí trả trước dài hạn

(i) Chi phí khai thác khoáng sản khác
Căn cứ hướng dẫn tại Công văn số 12727/BTC-TCDN ngày 14 tháng 9 năm 2015 của Bộ Tài chính về việc ghi nhận các chi phí liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản là chi phí trả trước dài hạn thuộc tài sản dài hạn. Chi phí khai thác khoáng sản khác bao gồm:

- Chi phí thăm dò, đánh giá và phát triển mỏ (bao gồm chi phí bóc đất đá phát triển mỏ); và

- Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất (như được nêu dưới đây trong phần “Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ”).

Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ
Hoạt động khai thác mỏ lộ thiên đòi hỏi phải bóc lớp đất đá phủ bên trên và các loại phế liệu khác để tiếp cận thân quặng cần khai thác. Chi phí bóc đất đá phát sinh trong quá trình phát triển mỏ (chi phí bóc đất đá phát triển mỏ) được ghi nhận vào chi phí xây dựng mỏ. Toàn bộ chi phí bóc đất đá phát triển mỏ phát sinh trong giai đoạn xây dựng được kết chuyển vào chi phí khai thác khoáng sản khác.

Chi phí loại bỏ đất đá trong giai đoạn sản xuất của mỏ (chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất) được giữ lại chờ phân bổ khi chi phí này làm phát sinh lợi ích trong tương lai:

- a) Khi Tập đoàn chắc chắn thu được lợi ích kinh tế trong tương lai;
- b) Khi có thể xác định được thành phần của phần thân quặng mà khả năng tiếp cận đã được cải thiện; và
- c) Khi các chi phí phát sinh có thể được tính toán được một cách đáng tin cậy.

Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất được phân bổ giữa hàng tồn kho và chi phí trả trước dài hạn dựa trên tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời mỏ của các thành phần xác định được của thân quặng.

Tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời của mỏ là tỷ lệ giữa tổng lượng đất đá và phế liệu ước tính phải bóc trên tổng lượng quặng ước tính có thể thu hồi được lợi ích kinh tế trong suốt vòng đời mỏ của các thành phần xác định được của thân quặng. Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất được ghi nhận thành chi phí trả trước dài hạn khi tỷ lệ bóc đất đá thực tế của kỳ hiện tại cao hơn tỷ lệ bóc đất đá trung bình trong vòng đời của mỏ.

Chi phí bóc đất đá trong quá trình phát triển mỏ và sản xuất được phân bổ một cách có hệ thống dựa trên trữ lượng khoáng sản và tài nguyên dự kiến có thể chuyển đổi thành trữ lượng khoáng sản của các thành phần của phần thân quặng có liên quan.

(ii) Chi phí đất trả trước
Chi phí đất trả trước bao gồm tiền thuê đất trả trước, kể cả các khoản liên quan đến đất thuê mà Tập đoàn đã nhận được giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nhưng không đủ điều kiện ghi nhận tài sản cố định vô hình theo quy định và pháp luật hiện hành, và các chi phí phát sinh khác liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng

dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất từ 35 đến 50 năm.

(iii) Chi phí bồi thường đất
Chi phí bồi thường đất bao gồm các chi phí phát sinh liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất.

(iv) Công cụ và dụng cụ
Công cụ và dụng cụ bao gồm các tài sản Tập đoàn nắm giữ để sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh bình thường, với nguyên giá của mỗi tài sản thấp hơn 30 triệu VND và do đó không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định theo quy định hiện hành.

Công cụ và dụng cụ được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn hữu dụng ước tính là từ trên 1 đến 3 năm.

(v) Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa
Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước bao gồm giá trị thương hiệu và giá trị tiềm năng phát triển. Giá trị thương hiệu được xác định trên cơ sở các chi phí thực tế cho việc tạo dựng và bảo vệ nhãn hiệu, tên thương mại trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp trước thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp 5 năm (bao gồm chi phí thành lập doanh nghiệp, chi phí đào tạo nhân viên, chi phí quảng cáo, tuyên truyền trong và ngoài nước để quảng bá, giới thiệu sản phẩm, giới thiệu công ty, xây dựng trang web). Giá trị tiềm năng phát triển được đánh giá trên cơ sở khả năng sinh lời của doanh nghiệp trong tương lai khi so sánh tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp với lãi suất trái phiếu Chính phủ có kỳ hạn 5 năm. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm kể từ khi doanh nghiệp chính thức chuyển thành công ty cổ phần (được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh công ty cổ phần lần đầu).

(vi) Heo giống
Heo giống với nguyên giá mỗi con thấp hơn 30 triệu VND được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ trên 1 đến 3 năm. Chi phí phân bổ heo giống có liên quan trực tiếp đến việc chăn nuôi heo thịt trong sản phẩm dở dang được vốn hóa vào giá gốc của sản phẩm dở dang.

(vii) Chi phí trả trước dài hạn khác
Chi phí trả trước dài hạn khác bao gồm chi phí trước hoạt động và các chi phí trả trước khác được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ

theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính.

(l) Lợi thế thương mại

Lợi thế thương mại phát sinh từ việc hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung do mua lại công ty con và công ty liên kết.

Lợi thế thương mại được phản ánh theo giá gốc trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Giá gốc của lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua. Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm. Giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được ghi giảm xuống bằng giá trị có thể thu hồi khi Ban Tổng Giám đốc xác định khoản lợi thế thương mại không thể thu hồi toàn bộ.

Đối với các khoản đầu tư vào công ty liên kết, giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại được bao gồm trong giá trị ghi sổ của khoản đầu tư và không được phân bổ.

(m) Các khoản phải trả

Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được phản ánh theo giá gốc.

(n) Dự phòng

Dự phòng được ghi nhận nếu, do kết quả của một sự kiện trong quá khứ, Tập đoàn có nghĩa vụ pháp lý hiện tại hoặc nghĩa vụ liên đới có thể ước tính một cách tin cậy, và chắc chắn sẽ làm giảm sút các lợi ích kinh tế trong tương lai để thanh toán các khoản nợ phải trả do nghĩa vụ đó. Dự phòng được xác định bằng cách chiết khấu các dòng tiền dự kiến phải trả trong tương lai với tỷ lệ chiết khấu trước thuế phản ánh được sự đánh giá hiện tại của thị trường về giá trị thời gian của đồng tiền và những rủi ro cụ thể với khoản nợ phải trả đó.

(i) Quyền khai thác mỏ

Theo quy định của Luật khoáng sản năm 2010, NPM, một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước tiền cấp quyền khai thác mỏ. Tiền cấp quyền khai thác được tính trên cơ sở trữ lượng còn lại có thể khai thác và giá tính tiền cấp quyền khai thác, được xác định theo giá tính thuế tài nguyên theo các văn bản pháp luật về thuế tài nguyên tại thời điểm xác định tiền cấp quyền khai thác là Nghị định 67. Giá tính thuế tài nguyên do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công

bố. Phương pháp quy đổi dựa vào các thông số khác nhau của hệ số quy đổi theo hướng dẫn của Nghị định 67.

(ii) Phục hồi môi trường mỏ

Hoạt động khai thác và chế biến khoáng sản của Tập đoàn làm phát sinh nghĩa vụ đóng cửa mỏ hoặc phục hồi môi trường mỏ. Hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ có thể bao gồm việc giải bản mỏ và tháo dỡ thiết bị; phục hồi mặt bằng đất và khu vực khai thác. Phạm vi công việc phải thực hiện và các chi phí liên quan tùy thuộc vào các quy định của Bộ Tài nguyên và Môi trường (“Bộ TNMT”) và các chính sách môi trường của Tập đoàn theo Báo cáo Tác động Môi trường.

Dự phòng chi phí của mỗi chương trình đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được ghi nhận tại thời điểm xảy ra ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường. Khi mức độ ảnh hưởng tiêu cực tăng lên trong suốt thời gian hoạt động, thì khoản dự phòng sẽ tăng lên tương ứng. Chi phí được tính vào khoản dự phòng bao gồm tất cả chi phí liên quan đến các hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ dự kiến và dự phòng sẽ được trích lập trong suốt thời gian khai thác, chế biến khoáng sản tương ứng với mức độ ảnh hưởng đến môi trường tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

Trong trường hợp hoạt động phục hồi môi trường mỏ được tiến hành một cách có hệ thống trong suốt thời gian hoạt động, chứ không phải tại thời điểm đóng cửa, dự phòng được trích lập cho công việc phục hồi liên tục còn tồn đọng ước tính tại ngày báo cáo và chi phí được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các chi phí vận hành thông thường có thể ảnh hưởng đến các hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ sau này, như xử lý chất thải được tiến hành như một phần không thể tách rời của quá trình khai thác hoặc sản xuất, không được bao gồm trong dự phòng. Chi phí phát sinh từ các trường hợp không dự kiến trước được, như ô nhiễm do chất thải ngoài kế hoạch, được ghi nhận là chi phí và nợ phải trả khi sự kiện làm phát sinh nghĩa vụ có thể xảy ra và chi phí có khả năng ước tính đáng tin cậy.

Thời gian đóng cửa thực tế và chi phí phục hồi môi trường mỏ phụ thuộc vào vòng đời của mỏ. Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được xác định bằng cách chiết khấu các dòng tiền dự kiến trong tương lai về giá trị hiện tại và được xác định theo xác suất ước tính của các dòng có thể tiền phát sinh đối với mỗi hoạt động khai thác. Các xét đoán và ước tính trọng yếu được sử dụng để hình thành dự kiến về các hoạt động trong tương lai và giá trị và thời gian của dòng tiền liên quan. Những dự kiến này được hình thành dựa trên yêu cầu về môi trường và pháp lý hiện hành làm phát sinh một nghĩa vụ liên đới.

Khi dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được ghi nhận lần đầu, chi phí tương ứng được vốn hóa như một tài sản nếu nghĩa vụ về đóng cửa và phục hồi môi trường là không thể tránh khỏi đối

với việc xây dựng tài sản. Chi phí đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ đã vốn hóa được ghi nhận vào tài sản khai thác khoáng sản khác và được khấu hao sau đó. Chênh lệch về giá trị của khoản dự phòng tăng lên theo thời gian do ảnh hưởng của việc chiết khấu đến giá trị hiện tại, được ghi nhận là chi phí tài chính.

Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ sẽ được điều chỉnh theo các thay đổi về ước tính. Các điều chỉnh này sẽ được hạch toán như là thay đổi trong chi phí được vốn hóa tương ứng, trừ trường hợp số giảm dự phòng cao hơn chi phí được vốn hóa chưa được trích khấu hao của các tài sản liên quan, khi đó chi phí được vốn hóa được giảm xuống bằng không và phần chênh lệch còn lại được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các thay đổi về chi phí được vốn hóa dẫn đến thay đổi về chi phí khấu hao trong tương lai. Các thay đổi về giá trị và thời gian ước tính của các dòng tiền trong tương lai đối với hoạt động đóng cửa và phục hồi mỏ là một sự kiện bình thường phù hợp với các xét đoán và ước tính quan trọng liên quan.

(iii) Dự phòng trợ cấp thôi việc

Theo Bộ luật Lao động Việt Nam, khi nhân viên làm việc cho công ty từ 12 tháng trở lên (“nhân viên đủ điều kiện”) tự nguyện chấm dứt hợp đồng lao động của mình thì bên sử dụng lao động phải thanh toán tiền trợ cấp thôi việc cho nhân viên đó tính dựa trên số năm làm việc và mức lương tại thời điểm thôi việc của nhân viên đó. Dự phòng trợ cấp thôi việc được lập trên cơ sở số năm nhân viên làm việc cho Tập đoàn và mức lương bình quân của họ trong vòng sáu tháng trước ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Cho mục đích xác định số năm làm việc của nhân viên, thời gian nhân viên đã tham gia bảo hiểm thất nghiệp theo quy định của pháp luật và thời gian làm việc đã được Tập đoàn chi trả trợ cấp thôi việc được loại trừ.

(iv) Trợ cấp hưu trí

Trợ cấp hưu trí là các khoản phúc lợi khi nghỉ hưu và được phân loại thành quỹ với mức đóng góp xác định hoặc quỹ với mức trợ cấp xác định.

Với quỹ với mức đóng góp xác định, Tập đoàn sẽ phải đóng góp một khoản tiền cố định vào một quỹ riêng. Nhân viên sẽ nhận được khoản tiền trợ cấp hưu trí trong tương lai dựa trên số tiền đã đóng và thu nhập mang lại từ việc đầu tư của quỹ riêng này. Tập đoàn không có nghĩa vụ pháp lý hay nghĩa vụ liên đới phải chi trả thêm khoản đóng góp nào nếu quỹ đó không có đủ tài sản để chi trả cho tất cả nhân viên khoản trợ cấp liên quan đến thời gian làm việc của nhân viên trong năm hiện tại và trước đó. Các khoản đóng góp của Tập đoàn cho quỹ với mức đóng góp xác định sẽ được ghi nhận là chi phí trong năm được chi trả. Với quỹ với mức trợ cấp xác định, nhân viên sẽ nhận được một khoản trợ cấp hưu trí xác định khi nghỉ hưu, khoản trợ cấp thường phụ thuộc vào một hoặc nhiều yếu tố như tuổi tác, số năm làm việc và lương thưởng

tại thời điểm nghỉ hưu. Dự phòng phải trả cho quỹ với mức trợ cấp xác định được xác định bằng giá trị hiện tại của nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định được tính toán hàng năm bởi các chuyên gia độc lập. Giá trị hiện tại của nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định được ước tính bằng cách chiết khấu dòng tiền phải trả ước tính trong tương lai sử dụng lãi suất của trái phiếu doanh nghiệp chất lượng cao AA với thời hạn tương tự thời hạn phải trả các khoản trợ cấp này, thể hiện bằng đơn vị tiền tệ mà khoản trợ cấp sẽ được thanh toán. Tập đoàn xác định chi phí lãi thuần trên nợ phải trả/(tài sản) phúc lợi thuần xác định trong năm bằng cách áp dụng tỷ lệ chiết khấu được sử dụng để đo lường nghĩa vụ phúc lợi xác định vào đầu kỳ kế toán năm đối với nợ phải trả phúc lợi thuần xác định, có tính đến bất kỳ những thay đổi trong nghĩa vụ phúc lợi thuần được xác định trong năm do các khoản đóng góp. Chi phí lãi thuần và các chi phí khác liên quan đến các quỹ lợi ích xác định được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Việc xác định nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định còn bao gồm ước tính dòng tiền tương lai, tỷ lệ nghỉ việc của nhân viên, tỷ lệ tử vong và tỷ lệ tăng lương trong tương lai.

Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, bao gồm chênh lệch tăng giảm do định giá thông kê và thuế thu nhập hoãn lại liên quan, được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

Vào ngày Tập đoàn mất quyền kiểm soát đối với công ty con có quỹ với mức trợ cấp xác định, số dư “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” liên quan được phân loại lại vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

(o) Trái phiếu phát hành

Trái phiếu thường

Tại thời điểm ghi nhận ban đầu, trái phiếu được xác định theo giá gốc bao gồm khoản tiền thu được từ việc phát hành trái phiếu trừ đi chi phí phát hành. Các khoản chiết khấu, phụ trội và chi phí phát hành được phân bổ dần theo phương pháp đường thẳng trong suốt kỳ hạn của trái phiếu.

(p) Thuế

Thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận hoặc lỗ của năm bao gồm thuế thu nhập hiện hành và thuế thu nhập hoãn lại. Thuế thu nhập doanh nghiệp được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất ngoại trừ trường hợp có các khoản thuế thu nhập liên quan đến các khoản mục được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu, thì khi đó các thuế thu nhập này cũng được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

Tập đoàn có năm (5) bộ phận, như được trình bày dưới đây, là các hoạt động kinh doanh chiến lược của Tập đoàn. Các hoạt động kinh doanh chiến lược này đem đến các dịch vụ và sản phẩm khác nhau, và được quản lý theo phương pháp riêng vì các hoạt động này đòi hỏi các chiến lược tiếp thị và công nghệ khác nhau. Đối với từng hoạt động kinh doanh chiến lược, Ban Tổng Giám đốc của Tập đoàn soát xét các báo cáo quản lý nội bộ định kỳ.

Tập đoàn nắm giữ các bộ phận kinh doanh sau đây thông qua nhóm công ty con riêng:

- Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu
- MEATLife: chuỗi giá trị thịt
- Vật liệu công nghệ cao
- Bán lẻ tiêu dùng
- Khác: dịch vụ tài chính, dịch vụ viễn thông, chuỗi bán lẻ đồ ăn và thức uống và các dịch vụ khác

(a) Báo cáo theo bộ phận kinh doanh

	Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng			Khác		Loại trừ		Tổng
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Doanh thu bán hàng ra bên ngoài	29.290.408	27.500.834	5.018.270	5.001.712	14.336.329	14.093.253	32.711.724	29.894.724	1.820.989	1.761.096	-	-	83.177.720	78.251.619
Doanh thu giữa các bộ phận	2.174.221	1.565.647	2.631.446	1.982.731	-	-	252.251	159.503	897.272	689.147	(5.955.190)	(4.397.028)	-	-
Lợi nhuận gộp của bộ phận	13.750.358	12.993.895	1.552.074	846.188	908.604	784.276	8.027.722	6.869.451	416.980	627.302	-	-	24.655.738	22.121.112
Kết quả kinh doanh của bộ phận	7.405.081	6.589.010	153.684	(234.245)	125.887	(82.726)	108.931	(655.186)	3.236.467	2.788.280	-	-	11.030.050	8.405.133
Chi phí không phân bổ thuần													(6.757.666)	(6.535.206)
Lợi nhuận thuần													4.272.384	1.869.927

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN (tiếp theo)

Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Tổng		
31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024	
Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	
Tài sản của bộ phận	24.091.011	37.198.492	8.706.635	9.223.291	26.462.822	39.846.461	18.867.002	21.432.683	40.982.981	33.191.309	119.110.451	140.892.236
Tài sản không phân bổ											28.474.267	6.491.236
Tổng tài sản											147.584.718	147.383.472
Nợ phải trả của bộ phận	16.949.748	14.641.011	6.732.496	7.254.785	9.903.938	21.724.716	11.684.685	12.801.432	2.970.496	3.218.018	48.241.363	59.639.962
Nợ phải trả không phân bổ											58.590.975	49.506.269
Tổng nợ phải trả											106.832.338	109.146.231
2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	
Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	
Chi tiêu vốn	479.422	589.598	118.678	257.285	536.014	842.029	51.892	249.472	320.290	288.422	1.506.296	2.226.806
Chi tiêu vốn không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	1.593.004	1.990	1.593.004	1.990
Chi phí khấu hao	676.127	633.041	363.717	371.973	1.121.121	1.084.475	319.599	339.347	301.955	269.393	2.782.519	2.698.229
Chi phí khấu hao không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	22.519	4.506	22.519	4.506
Chi phí phân bổ	177.023	217.339	115.860	116.281	538.153	516.096	1.081.760	995.156	571.673	716.458	2.484.469	2.561.330
Chi phí phân bổ không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	14.418	3.420	14.418	3.420

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN (tiếp theo)

(b) Báo cáo bộ phận theo khu vực địa lý

Dựa trên thông tin về vị trí địa lý của khách hàng và tài sản là ở Việt Nam (“Trong nước”) hay ở các nước khác ngoài Việt Nam (“Nước ngoài”), Tập đoàn nắm giữ các bộ phận theo khu vực địa lý sau đây thông qua từng nhóm công ty con:

	Nước ngoài		Trong nước		Tổng	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Doanh thu thuần bán hàng ra bên ngoài	14 . 375 . 771	13 . 207 . 381	68 . 801 . 949	65 . 044 . 238	83 . 177 . 720	78 . 251 . 619
Chi tiêu vốn	247 . 778	125 . 430	2 . 851 . 522	2 . 103 . 366	3 . 099 . 300	2 . 228 . 796
	Nước ngoài		Trong nước		Tổng	
	31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Tổng tài sản	32 . 435	12 . 251 . 735	147 . 552 . 283	135 . 131 . 737	147 . 584 . 718	147 . 383 . 472

5. GIAO DỊCH THANH LÝ CHỦ YẾU TRONG NĂM

Mất quyền kiểm soát trong H.C. Starck Holding (Germany) GmbH (Germany) (“HCS”)

Trong tháng 12 năm 2024, Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”), một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, đã hoàn tất việc chuyển nhượng toàn bộ lợi ích kinh tế của mình trong HCS và các công ty con và công ty liên kết của HCS cho Mitsubishi Materials Corporation Group với tổng giá trị là 134,5 triệu USD (trước chi phí giao dịch).

Tại ngày thanh lý, HCS có các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp và công ty liên kết sau:

- ChemiLytics Beteiligungs GmbH (Germany)
- H.C. Starck GmbH (Germany)
- Chemische Fabriken Oker und Braunschweig AG (Germany)
- H.C. Starck Infrastructure GmbH & Co. KG (Germany)
- ChemiLytics GmbH & Co. KG (Germany)
- H.C. Starck Tungsten GmbH (Germany)
- H.C. Starck Nonferrous Metals Trading (Shanghai) Co. Ltd. (China)
- H.C. Starck Canada Inc. (Canada)
- H.C. Starck Tungsten GK (Japan)
- H.C. Starck Tungsten LLC (USA)
- H.C. Starck Jiangwu Tungsten Specialities (Ganzhou) Co. Ltd. (China)
- Chemitas GmbH (Germany)
- Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd. (China)

Liên quan đến giao dịch này, trước ngày thanh lý, HCS đã chuyển nhượng một khoản đầu tư dài hạn khác, Nyobolt Limited (“Nyobolt”), một công ty có trụ sở tại Vương quốc Anh chuyên cung cấp giải pháp pin sạc nhanh sử dụng vonfram và niobium, cho Công ty TNHH The SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, với tổng giá trị là 19,8 triệu USD (“Giá giao dịch Nyobolt”).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

5. GIAO DỊCH THANH LÝ CHỦ YẾU TRONG NĂM (tiếp theo)

Giao dịch này ảnh hưởng đến tài sản và nợ phải trả của Tập đoàn vào ngày thanh lý như sau:

	Giá trị ghi sổ
	Triệu VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	373 . 362
Các khoản phải thu ngắn hạn	934 . 808
Hàng tồn kho – thuần	2 . 325 . 915
Tài sản ngắn hạn khác	166 . 412
Các khoản phải thu dài hạn	132 . 207
Tài sản cố định hữu hình – thuần	2 . 769 . 690
Tài sản cố định vô hình – thuần	2 . 691 . 190
Bất động sản đầu tư – thuần	630 . 722
Xây dựng cơ bản dở dang	250 . 782
Đầu tư tài chính dài hạn, không bao gồm khoản đầu tư vào Nyobolt	239 . 674
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	6 . 731
Vay ngắn hạn	(365 . 520)
Phải trả ngắn hạn khác	(3 . 261 . 181)
Vay dài hạn	(152 . 420)
Dự phòng phải trả dài hạn	(4 . 730 . 223)
Phải trả dài hạn khác	(1 . 140 . 541)

	Giá trị ghi sổ
	Triệu VND
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	(271 . 319)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	213 . 176
Tài sản thuần có thể xác định được [1]	813 . 465
Giá trị ghi sổ của khoản đầu tư vào Nyobolt [2]	1 . 421 . 243
Tiền chi mua lại khoản đầu tư vào Nyobolt từ HCS [3]	(502 . 326)
Dự phòng đầu tư vào Nyobolt được ghi nhận trong báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn (Thuyết minh 13(c)) [4] = [2] + [3]	918 . 917
Điều chỉnh tài sản thuần có thể xác định được [5] = [1] + [4]	1 . 732 . 382
Tổng số tiền nhận được trừ đi chi phí giao dịch [6]	3 . 135 . 668
Lãi từ việc thanh lý HCS sau khi tính đến khoản dự phòng đầu tư vào Nyobolt (Thuyết minh 30) [7] = [6] - [5]	1 . 403 . 286
Xóa sổ tài sản thuế thu nhập hoãn lại trên lỗ tính thuế của HCS do mất quyền kiểm soát HCS	(442 . 502)
Lãi thuần từ việc thanh lý HCS	960 . 784
Tổng số tiền nhận được trừ đi chi phí giao dịch	3 . 135 . 668
Tiền và các khoản tương đương tiền của các công ty con đã thanh lý	(373 . 362)
Tiền thuần nhận được	2 . 762 . 306

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

6. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Tiền mặt	38.606	50.183
Tiền gửi ngân hàng	5.968.425	3.089.519
Tiền đang chuyển	57.533	150.852
Các khoản tương đương tiền	12.553.302	6.833.961
	18.617.866	10.124.515

Các khoản tương đương tiền phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với kỳ hạn gốc không quá 3 tháng kể từ ngày giao dịch.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, tiền và các khoản tương đương tiền với giá trị ghi sổ là 508.991 triệu VND (1/1/2024: 641.542 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 20).

7. CÁC KHOẢN PHẢI THU

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 và ngày 1 tháng 1 năm 2024, một phần của khoản phải thu ngắn hạn được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của một công ty con (Thuyết minh 20).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, trong khoản trả trước cho người bán của Tập đoàn bao gồm 314.872 triệu VND (1/1/2024: 341.797 triệu VND) liên quan đến các khoản trả trước mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác.

(a) Phải thu về cho vay ngắn hạn

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Các khoản cho vay nhân sự quản lý chủ chốt của một công ty con sở hữu gián tiếp	81.150	81.150

Các khoản cho vay cấp cho các cổ đông sáng lập và đồng thời cũng là các nhân sự quản lý chủ chốt của một công ty con sở hữu gián tiếp được đảm bảo bằng 7.170.640 cổ phần của công ty con nắm giữ bởi các cổ đông này, hưởng lãi suất là 12% một năm (1/1/2024: 12% một năm) và đáo hạn vào ngày 31 tháng 10 năm 2024.

(b) Phải thu về cho vay dài hạn

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Khoản cho vay bên thứ ba	79.200	-

Khoản cho vay này không có đảm bảo và hưởng lãi suất năm theo lãi suất đã thỏa thuận trong hợp đồng cho vay tương ứng. Khoản cho vay này sẽ đáo hạn sau 23 tháng kể từ ngày giải ngân và lãi sẽ được nhận vào ngày đáo hạn của nợ gốc cho vay.

(c) Phải thu khác

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND

PHẢI THU NGẮN HẠN KHÁC

Đặt cọc ngắn hạn (*)	18.800.621	5.738.314
Lãi phải thu	151.919	326.146
Phải thu từ thanh lý khoản đầu tư	84.669	1.606.669
Tạm ứng cho nhân viên	14.831	15.218
Phải thu khác (**)	1.015.570	1.212.411
	20.067.610	8.898.758

PHẢI THU DÀI HẠN KHÁC

Đặt cọc dài hạn (*)	6.889.899	9.538.896
Phải thu khác (***)	1.555.291	1.672.059
	8.445.190	11.210.955

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

- (*)

Đặt cọc ngắn hạn và dài hạn lần lượt bao gồm 18.611.000 triệu VND và 6.531.500 triệu VND liên quan đến khoản đặt cọc trả cho các đối tác để đầu tư như một phần của hoạt động quản lý nguồn vốn của Tập đoàn (1/1/2024: lần lượt là 5.510.000 triệu VND và 9.086.740 triệu VND). Theo các hợp đồng này, Tập đoàn sẽ nhận được lợi tức đầu tư trên số tiền đặt cọc theo mức được quy định trong các hợp đồng tương ứng.
- (**)

Trong khoản phải thu ngắn hạn khác bao gồm 980.846 triệu VND phải thu liên quan đến tiền cấp quyền khai thác khoáng sản (“TCQKTKS”) của dự án khai thác mỏ Núi Pháo (1/1/2024: 788.003 triệu VND). Phải thu tiền cấp quyền khai thác khoáng sản tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 thể hiện tiền cấp quyền khai thác khoáng sản bổ sung của Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPM”) – một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty cho giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2024 và phí hành chính liên quan mà NPM đã nộp cho cơ quan có thẩm quyền dựa trên tính toán tạm thời của Tổng cục Địa chất và Khoáng sản Việt Nam (“TCĐCKSVN”) theo Công văn số 3724/ĐCKS-KTĐCKS ngày 28 tháng 12 năm 2018 (“Công văn 3724”) và sau đó là tính toán của Bộ Tài nguyên và Môi trường (“Bộ TNMT”) theo Quyết định số 1640/QĐ-BTNMT ban hành ngày 23 tháng 8 năm 2021 (“Quyết định 1640”).

NPM không đồng ý với khoản tiền bổ sung này và cơ sở của Công văn 3724 vì Ban Giám đốc của NPM cho rằng công văn này là không hợp lý và không theo đúng các quy định hiện hành, bởi vì giá được sử dụng để tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản (“Giá tính TCQKTKS”) được dựa trên giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm tài nguyên khoáng sản thay vì giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp. Theo quy định tại Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12 tháng 2 năm 2015 của Chính phủ và hướng dẫn tại Thông tư số 152/2015/TT-BTC ngày 2 tháng 10 năm 2015 của Bộ Tài chính về Thuế tài nguyên, nếu tài nguyên khai thác không bán ra mà phải qua sản xuất, chế biến mới bán ra, thì giá tính thuế tài nguyên là (=) giá bán sản phẩm công nghiệp trừ đi (-) chi phí chế biến phát sinh của công đoạn chế biến từ sản phẩm tài nguyên thành sản phẩm công nghiệp nhưng không thấp hơn giá tính thuế do Ủy ban Nhân dân (“UBND”) cấp tỉnh quy định. Sản phẩm của NPM là sản phẩm công nghiệp mà giá để tính thuế tài nguyên được xác định theo giá cao hơn giữa giá bán trừ (-) chi phí chế biến và giá tính thuế do UBND tỉnh quy định. TCĐCKSVN đã không sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp; mà sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm tài nguyên khoáng sản – quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% <WO3 <0,3%). Trước ngày hiệu lực của Công văn 3724, NPM đã thanh toán TCQKTKS sử dụng ước tính giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp, theo Quyết định số 500/QĐ-BTNMT (“Quyết định 500”) do Bộ TNMT ban hành ngày 4 tháng 3 năm 2015.

Vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định 1640 để phê duyệt TCQKTKS cho Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724 mặc dù giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định. Khi ban hành Quyết định 1640 này, Bộ TNMT tiếp tục sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng 0,1%< WO3<0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp mà bất cập của việc sử dụng giá này đã được NPM nêu rõ trước đây. Theo Điểm 3 Điều 15 Nghị định 67, đối với những trường hợp đang tạm thu TCQKTKS, khi giá tính thuế tài nguyên do UBND cấp tỉnh ban hành đang có hiệu lực và đúng quy định về giá khoáng sản nguyên khai để tính TCQKTKS thì được áp dụng chính thức, thay thế giá tính TCQKTKS tạm thu trước đây. Ban Giám đốc của NPM đánh giá rằng vì giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định bởi UBND Tỉnh Thái Nguyên, Giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa phù hợp với quy định của pháp luật hiện hành.

NPM cũng đã có nhiều công văn gửi các cấp có thẩm quyền nêu rõ vấn đề và tìm hướng giải quyết phù hợp cho vấn đề TCQKTKS của NPM. Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 978/VPCP-KTTH ngày 8 tháng 2 năm 2021, Công văn số 5987/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 8 năm 2021 và tiếp đó là chỉ đạo bổ sung của Phó Thủ tướng Chính phủ tại Thông báo số 226/TB-VPCP ngày 16 tháng 6 năm 2023 (“Thông báo 226”), vấn đề TCQKTKS của NPM đang được Bộ Tài chính, Bộ TNMT và UBND Tỉnh Thái Nguyên xem xét. Theo đó, TCQKTKS cho Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo sẽ được Bộ TNMT xác định lại sau khi (1) giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được ấn định và được UBND Tỉnh Thái Nguyên ban hành chính thức; và (2) khung giá tính thuế tài nguyên đối với quặng vonfram mỏ

Núi Pháo do Bộ Tài chính ban hành và giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho quặng vonfram của NPM do UBND Tỉnh Thái Nguyên ban hành.

Như đề cập tại Thuyết minh 38 của báo cáo tài chính hợp nhất này, UBND Tỉnh Thái Nguyên, Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên và các cơ quan chức năng có liên quan hiện đang phối hợp làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho các sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM cho rằng bằng việc áp dụng giá được xác định trong Quyết định 500, NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về TCQKTKS và khoản tiền tạm nộp trên đây sẽ được hoàn lại hoặc bù trừ cho các khoản nợ phải trả về TCQKTKS trong tương lai dựa trên diễn giải của NPM về quy định pháp luật liên quan, bao gồm các quy định về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và quy định về thuế tài nguyên. Do đó, Tập đoàn đã ghi nhận khoản TCQKTKS nộp bổ sung và các khoản phí hành chính liên quan là khoản phải thu và chưa ghi nhận TCQKTKS tăng thêm theo Quyết định 1640 là nợ phải trả. Ban Giám đốc của NPM tin rằng khoản phải thu này sẽ được thu hồi khi giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định chính thức.

- (***)

Phải thu dài hạn khác bao gồm khoản phải thu 1.103.197 triệu VND từ Ngân sách Nhà nước đối với chi phí bồi thường đất của Dự án Khai thác Khoáng sản Núi Pháo tại Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên (1/1/2024: 1.228.947 triệu VND). Khoản này sẽ được căn trừ với phí thuê đất hàng năm trong tương lai.

Biến động dự phòng phải thu khó đòi trong năm như sau:

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	34 . 943	47 . 369
Dự phòng trích lập trong năm	50 . 967	733
Dự phòng sử dụng trong năm	(478)	(3 . 254)
Dự phòng hoàn nhập trong năm	(340)	(9 . 905)
Số dư cuối năm	85 . 092	34 . 943

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

8. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2024		1/1/2024	
	Giá gốc	Dự phòng	Giá gốc	Dự phòng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Hàng mua đang đi đường	186.540	-	256.960	-
Nguyên vật liệu	1.622.832	(54.823)	1.989.099	(87.084)
Công cụ và dụng cụ	690.667	(7.138)	1.098.721	(28.422)
Sản phẩm dở dang	842.361	(15.521)	1.517.776	(69.288)
Thành phẩm	3.172.416	(99.641)	4.545.610	(104.637)
Hàng hóa	4.333.260	(27.112)	4.048.146	(31.575)
Hàng gửi đi bán	153.719	(10.164)	40.290	(728)
	11.001.795	(214.399)	13.496.602	(321.734)

Biến động dự phòng giảm giá hàng tồn kho trong năm như sau:

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	321.734	188.936
Dự phòng trích lập trong năm	160.753	271.985
Dự phòng sử dụng trong năm	(133.806)	(103.587)
Dự phòng hoàn nhập trong năm	(65.799)	(35.600)
Thanh lý các công ty con	(68.483)	-
Số dư cuối năm	214.399	321.734

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 và ngày 1 tháng 1 năm 2024, một phần hàng tồn kho được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của một công ty con (Thuyết minh 20).

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 có 68.175 triệu VND (1/1/2024: 43.971 triệu VND) hàng tồn kho chậm luân chuyển.

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 có 822.014 triệu VND (1/1/2024: 3.041.609 triệu VND) hàng tồn kho được ghi nhận theo giá trị thuần có thể thực hiện được.

9. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Máy móc và thiết bị	Phương tiện vận chuyển	Thiết bị văn phòng và khác	Tài sản khai khoáng khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND

NGUYÊN GIÁ

Số dư đầu năm	17.413.517	55.267	29.807.456	170.829	442.173	5.095.927	52.985.169
Tăng trong năm/ Điều chỉnh sau quyết toán	11.289	-	110.513	1.648	28.182	-	151.632
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	614.838	-	1.303.030	11.528	197.230	-	2.126.626
Chuyển từ/(sang) chi phí trả trước dài hạn	-	-	(925)	-	45	-	(880)
Chuyển sang chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	(124)	-	(233)	-	(357)
Chuyển từ hàng tồn kho	-	-	65.157	-	-	-	65.157
Thanh lý/Xóa sổ	(117.185)	(1.067)	(235.681)	(21.247)	(50.483)	-	(425.663)
Phân loại lại	7.426	-	(1.951)	(919)	(4.556)	-	-
Thanh lý các công ty con	(1.639.788)	-	(5.516.828)	-	-	-	(7.156.616)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(61.438)	-	(54.105)	-	-	-	(115.543)
Số dư cuối năm	16.228.659	54.200	25.476.542	161.839	612.358	5.095.927	47.629.525

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

9. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH (tiếp theo)

	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Máy móc và thiết bị	Phương tiện vận chuyển	Thiết bị văn phòng và khác	Tài sản khai khoáng khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
KHẤU HAO LŨY KẾ							
Số dư đầu năm	5.073.370	52.759	15.343.960	80.919	200.275	1.765.184	22.516.467
Khấu hao trong năm	827.468	1.445	1.701.786	19.913	53.640	111.934	2.716.186
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	-	(1.022)	-	(1.192)	-	(2.214)
Chuyển sang chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	(119)	-	(3)	-	(122)
Thanh lý/Xóa sổ	(64.328)	(1.067)	(180.944)	(17.342)	(26.545)	-	(290.226)
Phân loại lại	6.302	-	(33)	(612)	(5.657)	-	-
Thanh lý các công ty con	(578.885)	-	(3.808.041)	-	-	-	(4.386.926)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(4.821)	-	(40.272)	-	-	-	(45.093)
Số dư cuối năm	5.259.106	53.137	13.015.315	82.878	220.518	1.877.118	20.508.072
GIÁ TRỊ CÒN LẠI							
Số dư đầu năm	12.340.147	2.508	14.463.496	89.910	241.898	3.330.743	30.468.702
Số dư cuối năm	10.969.553	1.063	12.461.227	78.961	391.840	3.218.809	27.121.453

Trong tài sản cố định hữu hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 có các tài sản có nguyên giá 3.564.177 triệu VND (1/1/2024: 3.609.635 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, tài sản cố định hữu hình với giá trị còn lại là 12.585.988 triệu VND (1/1/2024: 12.956.782 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

10. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm máy vi tính	Chi phí triển khai	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Tài nguyên nước khoáng	Quyền khai thác khoáng sản	Công nghệ	Quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng	Giấy phép và khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
NGUYÊN GIÁ											
Số dư đầu năm	3.829.899	1.061.737	750.735	3.649.931	3.755.597	412.698	792.657	2.214.789	76.235	146.667	16.690.945
Tăng trong năm	-	4.583	-	556	-	-	-	-	-	-	5.139
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	1.049.202	18.637	-	-	-	-	-	-	-	-	1.067.839
Thanh lý/Xóa sổ	-	(170.272)	-	-	-	-	-	-	-	-	(170.272)
Thanh lý các công ty con	(40.340)	(175.311)	(639.078)	(1.044.093)	(214.430)	-	-	(1.440.222)	-	(52.157)	(3.605.631)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(589)	2.743	(7.157)	(11.693)	(2.401)	-	-	(16.130)	-	(100)	(35.327)
Số dư cuối năm	4.838.172	742.117	104.500	2.594.701	3.538.766	412.698	792.657	758.437	76.235	94.410	13.952.693
GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ											
Số dư đầu năm	570.996	941.772	204.243	1.024.476	869.373	180.685	320.564	408.450	33.039	31.110	4.584.708
Khấu hao trong năm	161.956	52.799	36.988	139.020	125.565	19.331	37.767	166.923	2.782	13.414	756.545
Thanh lý/Xóa sổ	-	(170.257)	-	-	-	-	-	-	-	-	(170.257)
Thanh lý các công ty con	-	(159.250)	(232.379)	(160.744)	(27.654)	-	-	(321.483)	-	(12.931)	(914.441)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	2.827	(3.627)	(2.812)	(484)	-	-	(5.624)	-	283	(9.437)
Số dư cuối năm	732.952	667.891	5.225	999.940	966.800	200.016	358.331	248.266	35.821	31.876	4.247.118
GIÁ TRỊ CÒN LẠI											
Số dư đầu năm	3.258.903	119.965	546.492	2.625.455	2.886.224	232.013	472.093	1.806.339	43.196	115.557	12.106.237
Số dư cuối năm	4.105.220	74.226	99.275	1.594.761	2.571.966	212.682	434.326	510.171	40.414	62.534	9.705.575

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

10. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH (tiếp theo)

Trong tài sản cố định vô hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 có các tài sản có nguyên giá 1.712.066 triệu VND (1/1/2024: 1.589.727 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, tài sản cố định vô hình với giá trị còn lại là 1.486.671 triệu VND (1/1/2024: 515.313 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

11. BẤT ĐỘNG SẢN ĐẦU TƯ

Bất động sản đầu tư cho thuê bao gồm:

	Quyền sử dụng đất	Nhà cửa và cơ sở hạ tầng	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
NGUYÊN GIÁ			
Số dư đầu năm	35.370	1.180.979	1.216.349
Thanh lý các công ty con	(34.977)	(1.145.663)	(1.180.640)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(393)	(16.688)	(17.081)
Số dư cuối năm	-	18.628	18.628
GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ			
Số dư đầu năm	-	507.679	507.679
Khấu hao trong năm	-	66.994	66.994
Thanh lý các công ty con	-	(549.918)	(549.918)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	(10.293)	(10.293)
Số dư cuối năm	-	14.462	14.462
GIÁ TRỊ CÒN LẠI			
Số dư đầu năm	35.370	673.300	708.670
Số dư cuối năm	-	4.166	4.166

Trong bất động sản đầu tư tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 có các tài sản có nguyên giá 10.814 triệu VND (1/1/2024: 9.447 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, không có bất động sản đầu tư được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (1/1/2024: giá trị còn lại là 627.808 triệu VND) (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

Giá trị hợp lý của bất động sản đầu tư cho thuê không được xác định bởi vì Tập đoàn chưa thực hiện việc xác định giá trị hợp lý.

12. XÂY DỰNG CƠ BẢN DỮ DANG

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	3.127.230	3.324.848
Tăng trong năm	2.997.229	2.013.622
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	-	21.071
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(2.126.626)	(1.767.449)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(1.067.839)	(32.283)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(445.241)	(428.521)
Thanh lý/Xóa sổ	(558.190)	(11.171)
Thanh lý các công ty con	(250.782)	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(4.913)	7.113
Số dư cuối năm	1.670.868	3.127.230

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

12. XÂY DỰNG CƠ BẢN DỮ DANG (tiếp theo)

Các công trình xây dựng cơ bản dữ dang lớn tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm như sau:

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Nhà cửa và vật kiến trúc	307.129	515.461
Chi phí bồi thường đất	388.640	412.261
Máy móc và thiết bị	445.324	1.693.552
Phần mềm máy vi tính	59.728	17.437
Tài sản khác	470.047	488.519
	1.670.868	3.127.230

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, xây dựng cơ bản dữ dang với giá trị ghi sổ là 1.089.973 triệu VND (1/1/2024: 2.241.466 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

Trong năm, chi phí đi vay với giá trị là 15.221 triệu VND được vốn hóa vào xây dựng cơ bản dữ dang (2023: 129.114 triệu VND).

13. CÁC KHOẢN ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH NGẮN HẠN		
Chứng khoán kinh doanh	-	4.183.054
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn (a)	607.993	2.611.737
	607.993	6.794.791
ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH DÀI HẠN		
Đầu tư vào các công ty liên kết (b)	33.409.931	30.281.765
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác (c)	2.932.523	2.937.702
Dự phòng đầu tư tài chính dài hạn (c)	(1.023.673)	-
	35.318.781	33.219.467

(a) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn thể hiện các khoản tiền gửi có kỳ hạn bằng VND tại ngân hàng với kỳ hạn gốc trên 3 tháng và dưới 12 tháng kể từ ngày giao dịch. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, khoản tiền gửi có kỳ hạn với giá trị ghi sổ là 176.318 triệu VND (1/1/2024: 100.000 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của Tập đoàn (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

(b) Đầu tư vào các công ty liên kết

	31/12/2024				1/1/2024			
	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu	Giá trị hợp lý	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu	Giá trị hợp lý
			Triệu VND	Triệu VND			Triệu VND	Triệu VND
Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam (“Techcombank”) (i)	19,8%	19,8%	30.949.350	34.455.093	19,9%	19,9%	27.649.293	22.224.583
Công ty Cổ phần Thực phẩmCholimex (“Cholimex”) (ii)	32,8%	32,8%	346.526	(*)	32,8%	32,8%	294.757	(*)
Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”) (iii)	24,9%	24,9%	2.114.055	(*)	24,9%	24,9%	2.126.163	(*)
Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd. (China) (“Jiangwu”)	-	-	-	-	30,0%	30,0%	211.552	(*)
			33.409.931				30.281.765	

(*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư vào các công ty liên kết này để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

Cho mục đích thuyết minh thông tin, giá trị hợp lý của khoản đầu tư vào Techcombank tại ngày 31 tháng 12 năm 2024 và ngày 1 tháng 1 năm 2024 được xác định bằng cách tham khảo giá niêm yết tại các ngày tương ứng trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

13. CÁC KHOẢN ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH (tiếp theo)

- (i)

Tập đoàn nắm giữ 19,8% lợi ích vốn chủ sở hữu của Techcombank. Trong năm, Techcombank đã phát hành cổ phiếu cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Tập đoàn trong Techcombank giảm từ 19,9% xuống 19,8%.
- (ii)

MSC nắm giữ 32,8% lợi ích vốn chủ sở hữu của Cholimex.
- (iii)

MML nắm giữ 24,9% lợi ích vốn chủ sở hữu của Vissan.

Biến động các khoản đầu tư vào các công ty liên kết trong năm như sau:

	Techcombank	Cholimex	Vissan	Jiangwu	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	27 . 649 . 293	294 . 757	2 . 126 . 163	211 . 552	30 . 281 . 765
Phần lợi nhuận phát sinh trong năm của các công ty liên kết	4 . 348 . 387	65 . 065	-	30 . 317	4 . 443 . 769
Cổ tức đã công bố	(1 . 048 . 330)	(13 . 296)	(12 . 108)	-	(1 . 073 . 734)
Giảm do thanh lý các công ty con	-	-	-	(239 . 674)	(239 . 674)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(2 . 195)	(2 . 195)
Số dư cuối năm	30 . 949 . 350	346 . 526	2 . 114 . 055	-	33 . 409 . 931

(c) Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác

Chi tiết đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác của Tập đoàn như sau:

31/12/2024								1/1/2024
	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá gốc	Dự phòng giảm giá	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá gốc	Dự phòng giảm giá
			Triệu VND	Triệu VND			Triệu VND	Triệu VND
Công ty Cổ phần Trusting Social (“TSVN”) (i)	25 , 1%	25 , 1%	1 . 511 . 280	(104 . 756)	25 , 1%	25 , 1%	1 . 511 . 280	-
Nyobolt Limited (“Nyobolt”) (ii)	15 , 5%	15 , 5%	1 . 421 . 243	(918 . 917)	15 , 5%	15 , 5%	1 . 426 . 422	-
			2 . 932 . 523	(1 . 023 . 673)			2 . 937 . 702	-

Mẫu số B 09 – DN/HN

Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn vào các vào đơn vị khác để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

- (i)

Trong tháng 4 năm 2022, SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã đầu tư 65 triệu USD cho 25,1% lợi ích vốn chủ sở hữu của TSVN. Theo thỏa thuận giữa SHERPA và Trust IQ Pte. Ltd. (“TSSG”) (công ty mẹ của TSVN) và TSVN, SHERPA có một số quyền nhất định đối với TSVN và TSSG.
- (ii)

Khoản đầu tư này phản ánh 21,5% lợi ích vốn chủ sở hữu hay 15,5% lợi ích vốn chủ sở hữu trên cơ sở pha loãng hoàn toàn. Biến động trong năm của khoản đầu tư này là do chênh lệch quy đổi tiền tệ.

Trong tháng 6 năm 2024, SHERPA đã ký một thỏa thuận với HCS để mua lại toàn bộ lợi ích vốn chủ sở hữu mà HCS nắm giữ tại Nyobolt. Giao dịch đã được hoàn tất trong tháng 12 năm 2024 (Thuyết minh 5).

Ban Tổng Giám đốc đánh giá rằng Tập đoàn không có ảnh hưởng đáng kể đối với TSVN và Nyobolt, do đó các khoản đầu tư này được hạch toán là khoản đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác.

Dự phòng giảm giá đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác được xác định và trích lập theo chính sách kế toán được mô tả trong Thuyết minh 3(d)(iii). Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, giá trị của các khoản đầu tư này được xác định là suy giảm, do đó Tập đoàn đã trích lập dự phòng giảm giá với số tiền là 1.023.673 triệu VND (1/1/2024: Không). Số dư dự phòng tại thời điểm cuối năm thể hiện khoản dự phòng đã trích lập trong năm.

(d) Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024

Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“WCM”)

Do kết quả của giao dịch được mô tả trong Thuyết minh 1(d), lợi nhuận sau thuế chưa phân phối của Tập đoàn giảm đi 4.494.349 triệu VND.

Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”)

Do kết quả của giao dịch được mô tả trong Thuyết minh 1(b), lợi nhuận sau thuế chưa phân phối của Tập đoàn giảm đi 418.851 triệu VND.

(e) Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát trong các công ty con trong các năm trước

Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)

Liên quan đến các giao dịch phát hành 7.611.593 cổ phiếu phổ thông của CrownX trong tháng 6 và tháng 12 năm 2021, Công ty, SHERPA và CrownX đã ký thỏa thuận (“Thỏa thuận Cổ đông”) với Alibaba.Com Singapore E-Commerce Private Limited, Thunbergia Pte. Limited, Credit Suisse AG, Chi nhánh Singapore, TCX Madrid Holdings Pte.Ltd và Seatown Master Fund (sau đây được gọi chung là “Nhà đầu tư”), theo đó, Tập đoàn cam kết với Nhà đầu tư sẽ nỗ lực tối đa để thực hiện phát hành lần đầu ra công chúng (“IPO”) cổ phiếu của CrownX trước ngày 11 tháng 6 năm 2026 (có thể được gia hạn tối đa một năm theo quyết định của Tập đoàn) (“Thời hạn IPO”). Trong trường hợp CrownX không thực hiện được IPO theo các điều kiện đã thỏa thuận, mỗi Nhà đầu tư sẽ có quyền chọn được yêu cầu SHERPA, công ty mẹ của CrownX hoặc bên được chỉ định bởi SHERPA, mua cổ phiếu mà Nhà đầu tư đó đã mua trong vòng gọi vốn này với mức giá đã được đồng ý trong thỏa thuận. Quyền chọn này có thể được thực hiện sau Thời hạn IPO và tiếp tục có hiệu lực cho đến ngày tròn 9 năm 1 tháng kể từ ngày hoàn tất giao dịch – ngày 11 tháng 6 năm 2021. Quyền chọn này chỉ có thể được thực hiện một lần đối với tất cả các cổ phiếu nói trên.

SK Investment Vina Pte. Ltd (“SK”) cũng ký kết Thỏa thuận Cổ đông nêu trên và được hưởng quyền lợi như các Nhà đầu tư trên đối với 3.636.521 cổ phiếu phổ thông CrownX mà SK mua lại từ một bên thứ ba trong tháng 12 năm 2021.

Trong năm 2022, Hội đồng Quản trị của CrownX đã phê duyệt chương trình quyền chọn cổ phiếu cho nhân viên của CrownX, các công ty con của CrownX và nhân viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và các công ty con, những người đã có đóng góp cho sự phát triển của CrownX (“ESOP”). Tổng số cổ phiếu ESOP được phê duyệt theo ESOP cấp cho nhân viên tối đa là 7.743.652 cổ phiếu CrownX (sẽ được điều chỉnh tương ứng trong trường hợp hợp nhất, chia tách, chia nhỏ, phát hành cổ phiếu thưởng, phân loại lại hoặc các sự kiện tương tự khác). Trong năm, chương trình ESOP này đã được hủy. Tại ngày ESOP này được hủy, sự kiện phát hành chưa xảy ra và không có cổ phiếu ESOP nào được phát hành.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

14. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Chi phí khai thác khoáng sản khác	Chi phí đất trả trước	Chi phí bồi thường đất	Công cụ và dụng cụ	Lợi thế thương mại từ cổ phần hóa	Heo giống	Khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	1.774.963	1.404.009	1.273.048	1.529.064	6.269	46.246	1.384.443	7.418.042
Tăng trong năm	132.048	181.866	68.797	163.806	-	-	202.329	748.846
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	-	-	-	(1.334)	-	-	-	(1.334)
Chuyển từ/ (sang) xây dựng cơ bản dở dang	-	(8.587)	-	277.306	-	34.041	142.481	445.241
Chuyển từ chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	-	3.365	-	-	26	3.391
Phân bổ trong năm	(171.357)	(37.406)	(75.119)	(593.529)	(3.134)	(25.306)	(492.423)	(1.398.274)
Thanh lý/ Xóa sổ	-	(5.831)	-	(24.970)	-	(12.406)	(1.716)	(44.923)
Số dư cuối năm	1.735.654	1.534.051	1.266.726	1.353.708	3.135	42.575	1.235.140	7.170.989

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, chi phí trả trước dài hạn với giá trị ghi sổ là 565.667 triệu VND (1/1/2024: 437.407 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 20).

15. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI PHẢI TRẢ

(a) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và thuế thu nhập hoãn lại phải trả được ghi nhận

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI		
Chi phí phải trả và dự phòng (*)	372.813	404.706
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	-	297.826
Lãi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	83.500	84.173
Lỗi tính thuế mang sang	208.719	633.907
Tài sản cố định hữu hình	215	52
Cấn trừ (*)	-	(773.893)
Khác	22.742	29.898
Tổng tài sản thuế thu nhập hoãn lại	687.989	676.669
THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI PHẢI TRẢ		
Tài sản cố định hữu hình và tài sản dài hạn khác (*)	(247.170)	(851.159)
Tài sản cố định vô hình	(2.016.866)	(2.944.381)
Lỗi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	(9.815)	(52.546)
Dự phòng và các khoản khác	-	(3.289)
Đầu tư vào các công ty liên kết	(297.477)	(350.749)
Cấn trừ (*)	-	796.165
Khác	94.831	(439)
Tổng thuế thu nhập hoãn lại phải trả	(2.476.497)	(3.406.398)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả thuần	(1.788.508)	(2.729.729)

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

15. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI PHẢI TRẢ (tiếp theo)

(b) Biến động của các chênh lệch tạm thời trong năm

	1/1/2024	Thanh lý các công ty con	Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất	Ghi nhận trong vốn chủ sở hữu	31/12/2024
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí phải trả, dự phòng và các khoản khác	453.148	(50.145)	114.420	(27.037)	490.386
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	297.826	(178.622)	(171.710)	52.506	-
Lãi/(lỗ) chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	31.627	-	42.058	-	73.685
Lỗ tính thuế mang sang	633.907	(87.767)	(346.628)	9.207	208.719
Tài sản cố định hữu hình và tài sản dài hạn khác	(851.107)	612.708	(19.290)	10.734	(246.955)
Tài sản cố định vô hình	(2.944.381)	775.696	147.246	4.573	(2.016.866)
Đầu tư vào các công ty liên kết	(350.749)	60.804	(7.579)	47	(297.477)
	(2.729.729)	1.132.674	(241.483)	50.030	(1.788.508)

- (*)

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và nợ thuế thu nhập hoãn lại phải trả phát sinh từ HCS và các công ty con được trình bày trên cơ sở thuần bởi vì các công ty con có quyền hợp pháp để cản trở tài sản thuế thu nhập hoãn lại và nợ thuế thu nhập hoãn lại phải trả do cùng một cơ quan thuế quản lý và trên cùng một đơn vị chịu thuế.
- (**)

Thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận vào vốn chủ sở hữu bao gồm thuế thu nhập hoãn lại liên quan đến tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí – dự phòng trợ cấp hưu trí. Như đã đề cập ở Thuyết minh 3(n), các khoản mục này được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

16. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	Triệu VND
GIÁ GỐC	
Số dư đầu năm	7.446.614
Điều chỉnh khác	(213.665)
Số dư cuối năm	7.232.949
GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ	
Số dư đầu năm	3.073.475
Phân bổ trong năm	571.372
Số dư cuối năm	3.644.847
Giá trị còn lại	
Số dư đầu năm	4.373.139
Số dư cuối năm	3.588.102

17. THUẾ PHẢI NỘP NGÂN SÁCH NHÀ NƯỚC

	1/1/2024	Phát sinh	Nộp	Cản trở/ Phân loại lại/Hoàn lại	Thanh lý các công ty con	31/12/2024
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Thuế thu nhập doanh nghiệp	747.424	1.510.936	(1.408.359)	(11.794)	(82.610)	755.597
Thuế giá trị gia tăng	174.196	9.702.501	(1.766.493)	(7.964.722)	-	145.482
Thuế tiêu thụ đặc biệt	36.841	337.820	(333.921)	-	-	40.740
Thuế xuất nhập khẩu	1.191	266.904	(265.628)	(423)	-	2.044
Thuế thu nhập cá nhân	34.747	436.977	(395.386)	(31.318)	-	45.020
Các loại thuế khác	108.805	650.837	(633.690)	(1.097)	(96.359)	28.496
	1.103.204	12.905.975	(4.803.477)	(8.009.354)	(178.969)	1.017.379

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

18. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

(a) Chi phí phải trả ngắn hạn

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mại	1.688.022	1.568.282
Thưởng và lương tháng 13	677.538	722.727
Chi phí lãi vay	508.405	741.680
Phải trả cho xây dựng công trình	268.410	420.473
Chi phí kho vận	240.626	251.074
Chi phí trưng bày và nghiên cứu thị trường	163.655	131.975
Chiết khấu thương mại và chi phí hỗ trợ khách hàng	142.929	45.922
Mua hàng chưa nhận hóa đơn	137.673	167.715
Thuế và lệ phí tài nguyên môi trường	97.997	15.690
Chi phí tư vấn	11.718	23.924
Chi phí khác	850.169	729.582
	4.787.142	4.819.044

(b) Chi phí phải trả dài hạn

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí lãi vay	102.080	31.186

19. PHẢI TRẢ KHÁC

(a) Phải trả ngắn hạn khác

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Đặt cọc đầu tư ngắn hạn nhận từ bên thứ ba (*)	18.282.304	8.008.238
Lãi vay phải trả (*)	-	9.712
Phải trả cho các ngân hàng trong nước theo thỏa thuận thư tín dụng (**)	21.250	499.635
Cổ tức phải trả	31.446	11.995
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	10.739	11.462
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn nhận được	22.995	14.175
Phải trả khác	120.874	364.574
	18.489.608	8.919.791

(b) Phải trả dài hạn khác

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Đặt cọc đầu tư dài hạn nhận từ bên thứ ba (*)	5.912.186	7.803.740
Ký quỹ, ký cược dài hạn nhận được	50.436	36.660
Phải trả khác	249.727	358.845
	6.212.349	8.199.245

(*) Theo các hợp đồng hợp tác kinh doanh, Tập đoàn cam kết cung cấp lợi tức đầu tư trên số tiền đặt cọc nhận được cho các bên thứ ba theo mức được quy định trong hợp đồng hợp tác kinh doanh tương ứng.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

19. PHẢI TRẢ KHÁC (tiếp theo)

(**) Khoản này phản ánh các khoản phải trả cho các ngân hàng trong nước theo các thỏa thuận thư tín dụng. Khoản chưa thanh toán chịu mức phí cố định từ 7,9% đến 8,3% một năm (1/1/2024: 2,9% đến 12% một năm) trên số dư chưa thanh toán trong thời gian trả chậm từ 3 đến 9 tháng và được đảm bảo bằng 110 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2024: 110 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp). Trong trường hợp Tập đoàn chậm thanh toán khi đến hạn, các khoản phải trả này sẽ được chuyển thành các khoản vay.

Biến động khoản phải trả này trong năm như sau:

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	499.635	936.287
Tăng trong năm	64.147	780.896
Thanh toán trong năm	(542.532)	(1.217.548)
Số dư cuối năm	21.250	499.635

20. VAY, TRÁI PHIẾU VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH NGẮN HẠN

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Vay ngắn hạn	17.999.105	19.067.526
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả (Thuyết minh 21)	8.725.061	8.962.671
	26.724.166	28.030.197

Mẫu số B 09 – DN/HN

	1/1/2024	Movements during the year					31/12/2024
	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ	Tăng	Hoàn trả	Đánh giá lại	Thanh lý các công ty con		Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND		Triệu VND
Vay ngắn hạn	19.067.526	52.602.107	(53.307.438)	2.430	(365.520)		17.999.105
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả (Thuyết minh 21)	8.962.671	8.899.956	(9.140.078)	2.512	-		8.725.061
	28.030.197	61.502.063	(62.447.516)	4.942	(365.520)		26.724.166

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay ngắn hạn hiện còn số dư như sau:

		Lãi suất năm	31/12/2024	1/1/2024
	Loại tiền tệ		Triệu VND	Triệu VND
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	4,0% - 8,1%	1.886.497	973.637
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	5,9% - 8,2%	2.366.144	2.346.388
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	EUR	-	-	274.300
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	3,8% - 5,9%	13.306.768	15.049.973
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	USD	5,8% - 8,4%	439.696	335.881
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	CNY	-	-	87.347
			17.999.105	19.067.526

Các khoản vay ngân hàng có đảm bảo được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) một số cổ phiếu của các công ty con sở hữu gián tiếp;
- (ii) một số tài sản cố định và bất động sản đầu tư của các công ty con;
- (iii) một số hàng tồn kho và phải thu ngắn hạn của một công ty con;
- (iv) một số tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn và có kỳ hạn; và
- (v) bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

21. VAY, TRÁI PHIẾU VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH DÀI HẠN

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Vay dài hạn ngân hàng	34.503.851	33.725.965
Trái phiếu thường	12.799.172	16.435.049
Nợ thuê tài chính	247.223	343.551
	47.550.246	50.504.565
Hoàn trả trong vòng 12 tháng (Thuyết minh 20)	(8.725.061)	(8.962.671)
Hoàn trả sau 12 tháng	38.825.185	41.541.894

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2024	1/1/2024
				Triệu VND	Triệu VND
VAY DÀI HẠN (*)					
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	4,8% - 12,0%	2025 - 2028	3.939.501	3.421.131
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	6,5% - 9,3%	2027 - 2028	28.799.950	29.870.500
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	USD	6,8% - 7,2%	2029	1.764.400	-
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	CNY	-	-	-	94.334
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	-	-	-	340.000
				34.503.851	33.725.965
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(5.717.309)	(3.467.128)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				28.786.542	30.258.837

		Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2024	1/1/2024
	Loại tiền tệ			Triệu VND	Triệu VND
TRÁI PHIẾU THƯỜNG (**)	VND	4,1% - 9,2%	2025 - 2028	12.966.934	16.574.230
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ				(167.762)	(139.181)
				12.799.172	16.435.049
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(2.995.494)	(5.479.909)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				9.803.678	10.955.140
NỢ THUÊ TÀI CHÍNH (***)	VND	8,6% - 11,2%	2035	247.223	343.551
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(12.258)	(15.634)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				234.965	327.917

(*) Vay dài hạn

Các khoản vay dài hạn được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) một số tài sản cố định và bất động sản đầu tư của các công ty con;
- (ii) một số xây dựng cơ bản dở dang của các công ty con;
- (iii) một số chi phí trả trước dài hạn của các công ty con;
- (iv) một số cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp;
- (v) một số vốn cổ phần đã phát hành của một công ty con sở hữu gián tiếp và toàn bộ các lợi ích liên quan; và
- (vi) bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các hợp đồng vay trên.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

21. VAY, TRÁI PHIẾU VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH DÀI HẠN (tiếp theo)

(**) Trái phiếu thường

Bảo lãnh phát hành	31/12/2024 Triệu VND	1/1/2024 Triệu VND	Ngày đáo hạn	Lãi suất	Tài sản thế chấp
CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN KỸ THƯƠNG					
Trái phiếu được đảm bảo	3 . 193 . 704	5 . 284 . 000	2027	Từ 9% đến 11% một năm trong năm đầu tiên, và từ 3,3% đến 5,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(i) , (iii) , (iv) , (v)
Trái phiếu không đảm bảo	4 . 522 . 980	4 . 899 . 980	2026 - 2028	9,5% một năm trong năm đầu tiên, và từ 3,9% đến 4,0% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VPS					
Trái phiếu được đảm bảo	3 . 000 . 000	3 . 000 . 000	2025	9,9% một năm trong năm đầu tiên, 10,9% một năm trong năm thứ 2 và 3,9% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(ii) , (v)
CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN MB					
Trái phiếu được đảm bảo	-	1 . 140 . 000	2026	9,2% một năm trong năm đầu tiên và 3,2% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(i) , (v)
Trái phiếu không đảm bảo	50 . 250	50 . 250	2028	Từ 11,45% đến 11,65% một năm trong năm đầu tiên và 4,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
CÔNG TY TNHH CHỨNG KHOÁN NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM					
Trái phiếu không đảm bảo	1 . 700 . 000	1 . 700 . 000	2027	4,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VPBANK					
Trái phiếu được đảm bảo	500 . 000	500 . 000	2027	9,3% một năm trong năm đầu tiên và 4,24% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(iii) , (vi)
Tổng trái phiếu thường dài hạn theo mệnh giá	12 . 966 . 934	16 . 574 . 230			
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(2 . 995 . 494)	(5 . 479 . 909)			
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	(167 . 762)	(139 . 181)			
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	9 . 803 . 678	10 . 955 . 140			

(**) Trái phiếu thường (tiếp theo)

Các khoản trái phiếu được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) một số cổ phiếu của các công ty con sở hữu gián tiếp;
- (ii) một số cổ phiếu của một công ty con sở hữu trực tiếp;
- (iii) một số tài sản dài hạn của các công ty con;
- (iv) tiền gửi có kỳ hạn của một công ty con;
- (v) bảo lãnh bởi Credit Guarantee and Investment Facility; và
- (vi) bảo lãnh bởi Công ty.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các thỏa thuận phát hành trái phiếu trên.

(***) Nợ thuê tài chính

Các khoản thanh toán tiền thuê tối thiểu trong tương lai, bao gồm cả tiền gốc và lãi, theo các hợp đồng thuê tài chính không được hủy ngang như sau:

	31 / 12 / 2024	1 / 1 / 2024
	Triệu VND	Triệu VND
Trong vòng 1 năm	33 . 220	48 . 795
Từ 2 đến 5 năm	132 . 882	177 . 368
Sau 5 năm	231 . 344	349 . 531
	397 . 446	575 . 694

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

22. DỰ PHÒNG PHẢI TRẢ DÀI HẠN

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Trợ cấp hưu trí	-	5.009.184
Quyền khai thác mỏ	340.459	379.259
Chi phí phục hồi môi trường mỏ	124.830	119.203
Trợ cấp thôi việc	22.597	18.073
	487.886	5.525.719

Biến động các khoản dự phòng trong năm như sau:

	Trợ cấp hưu trí	Quyền khai thác mỏ	Chi phí phục hồi môi trường mỏ	Trợ cấp thôi việc	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	5.009.184	379.259	119.203	18.073	5.525.719
Dự phòng trích lập trong năm	163.037	7.491	5.627	5.224	181.379
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (*)	(111.520)	-	-	-	(111.520)
Dự phòng sử dụng trong năm	(252.918)	(46.291)	-	(700)	(299.909)
Thanh lý các công ty con	(4.730.223)	-	-	-	(4.730.223)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(77.560)	-	-	-	(77.560)
Số dư cuối năm	-	340.459	124.830	22.597	487.886

(*) Như đã đề cập ở Thuyết minh 3(n), tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí – dự phòng trợ cấp hưu trí và thuế thu nhập hoãn lại liên quan, được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

23. BIẾN ĐỘNG CỦA VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần	Thặng dư vốn cổ phần	Vốn khác của chủ sở hữu	Chênh lệch tỷ giá hối đoái	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty	Lợi ích cổ đông không kiểm soát	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2023	14.237.248	8.723.128	(8.388.147)	(385.158)	583.625	11.381.940	26.152.636	10.484.103	36.636.739
Phát hành cổ phiếu phổ thông	71.186	(50)	-	-	-	-	71.136	-	71.136
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	418.695	418.695	1.451.232	1.869.927
Cổ tức được công bố bởi công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(245.072)	(245.072)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	(241.244)	-	(241.244)	(37.995)	(279.239)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	160.936	-	-	160.936	25.868	186.804
Biến động khác	-	-	-	-	-	(2.579)	(2.579)	(475)	(3.054)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2023	14.308.434	8.723.078	(8.388.147)	(224.222)	342.381	11.798.056	26.559.580	11.677.661	38.237.241

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

23. BIẾN ĐỘNG CỦA VỐN CHỦ SỞ HỮU (tiếp tục)

	Vốn cổ phần	Thặng dư vốn cổ phần	Vốn khác của chủ sở hữu	Chênh lệch tỷ giá hối đoái	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty	Lợi ích cổ đông không kiểm soát	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2024	14.308.434	8.723.078	(8.388.147)	(224.222)	342.381	11.798.056	26.559.580	11.677.661	38.237.241
Phát hành cổ phiếu ưu đãi cổ tức có quyền chuyển đổi (Thuyết minh 24)	745.765	5.441.530	-	-	-	-	6.187.295	-	6.187.295
Phát hành cổ phiếu phổ thông (Thuyết minh 25)	75.082	(50)	-	-	-	-	75.032	-	75.032
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	1.999.059	1.999.059	2.273.325	4.272.384
Cổ tức được công bố bởi công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(1.740.742)	(1.740.742)
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát của WCM (Thuyết minh 13(d))	-	-	-	-	-	(4.494.349)	(4.494.349)	(605.651)	(5.100.000)
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát của MHT (Thuyết minh 13(d))	-	-	-	-	-	(418.851)	(418.851)	(1.038.406)	(1.457.257)
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát – khác	-	-	-	-	-	(81.773)	(81.773)	232.237	150.464
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	182.347	-	182.347	(13.988)	168.359
Thanh lý các công ty con (Thuyết minh 5)	-	-	-	213.176	(524.728)	524.728	213.176	(271.319)	(58.143)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	20.516	-	-	20.516	(2.769)	17.747
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2024	15.129.281	14.164.558	(8.388.147)	9.470	-	9.326.870	30.242.032	10.510.348	40.752.380

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

24. VỐN CỔ PHẦN VÀ THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN

Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành của Công ty là:

	31 / 12 / 2024		1 / 1 / 2024	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Vốn cổ phần được duyệt	1. 512. 928. 087	15. 129. 281	1. 430. 843. 406	14. 308. 434
Vốn cổ phần đã phát hành	1. 512. 928. 087	15. 129. 281	1. 430. 843. 406	14. 308. 434
Cổ phiếu phổ thông	1. 438. 351. 617	14. 383. 516	1. 430. 843. 406	14. 308. 434
Cổ phiếu ưu đãi	74. 576. 470	745. 765	-	-
Cổ phiếu đang lưu hành	1. 512. 928. 087	15. 129. 281	1. 430. 843. 406	14. 308. 434
Cổ phiếu phổ thông	1. 438. 351. 617	14. 383. 516	1. 430. 843. 406	14. 308. 434
Cổ phiếu ưu đãi	74. 576. 470	745. 765	-	-
Thặng dư vốn cổ phần	-	14. 164. 558	-	8. 723. 078

Cổ phiếu phổ thông có mệnh giá là 10.000 VND. Mỗi cổ phiếu phổ thông tương ứng với một phiếu biểu quyết tại các cuộc họp cổ đông của Công ty. Các cổ đông được nhận cổ tức mà Công ty công bố vào từng thời điểm. Tất cả cổ phiếu phổ thông đều có thứ tự ưu tiên như nhau đối với tài sản còn lại của Công ty. Các quyền lợi của các cổ phiếu đã được Công ty mua lại đều bị tạm ngừng cho tới khi chúng được phát hành lại.

Trong tháng 4 năm 2024 (“Ngày hoàn tất”), Công ty đã phát hành 74.576.470 cổ phiếu ưu đãi cổ tức có quyền chuyển đổi thành cổ phiếu phổ thông (“CDPS”) cho BCC Meerkat, LLC và BCC Meerkat II, LLC (sau đây được gọi chung là “Nhà đầu tư”) với giá 85.000 VND/cổ phiếu, có thể chuyển đổi thành cổ phiếu phổ thông của Công ty vào bất kỳ thời điểm nào kể từ Ngày hoàn tất đến ngày chuyển đổi bắt buộc là 10 năm kể từ Ngày hoàn tất và theo tỷ lệ chuyển đổi 1:1. Cổ tức ưu đãi sẽ không được trả trong 5 năm đầu tiên, mỗi năm kể từ năm thứ sáu trở đi cổ tức ưu đãi được chi trả bằng 10% mệnh giá của mỗi CDPS còn lại của Nhà đầu tư. Liên quan đến việc phát hành CDPS, Công ty đã ký kết thỏa thuận với Nhà đầu tư, theo đó, Công ty cũng cam kết với Nhà đầu tư rằng Công ty sẽ nỗ lực hết sức để tìm người mua để Nhà đầu tư bán CDPS

còn lại của mình với giá đã thỏa thuận trong hợp đồng khi xảy ra một số sự kiện nhất định hoặc vào thời điểm 5 năm rưỡi kể từ Ngày hoàn tất. Nhà đầu tư có thể chọn bán CDPS còn lại của Nhà đầu tư cho bất kỳ bên thứ ba nào. Trong trường hợp Nhà đầu tư không đạt được tổng số tiền thu được như đã thỏa thuận trong hợp đồng sau khi trừ đi việc bán các cổ phiếu CDPS không đủ điều kiện như đã thỏa thuận trong hợp đồng, Công ty sẽ bổ sung tiền mặt để Nhà đầu tư đạt được số tiền mục tiêu như đã thỏa thuận trong hợp đồng.

Trong năm 2018, Công ty đã ký một thỏa thuận cấp cho SK Investment Vina I Pte. Ltd. (“SK”), một cổ đông, một quyền chọn bán (“Thỏa thuận Quyền chọn Ban đầu”). Trong trường hợp Công ty và SK không thực hiện được việc tạo ra giá trị và sự cộng hưởng từ mối quan hệ đối tác hoặc không đồng ý với các định hướng chiến lược của Công ty (“Sự kiện Kích hoạt”), SK có một zquyền chọn không thể hủy ngang để yêu cầu Công ty hoặc người được chỉ định bởi Công ty mua lại toàn bộ 109.899.932 cổ phiếu của Công ty đã phát hành vào ngày 2 tháng 10 năm 2018 (“Ngày hoàn tất”) với giá mỗi cổ phiếu là 100.000 VND, giá này sẽ được trừ đi các khoản chi trả cổ tức bằng cổ phiếu và các khoản phân phối bằng cổ phiếu mà Công ty đã trả cũng như

Mẫu số B 09 – DN/HN

các sự kiện gộp hay chia tách cổ phiếu và các sự kiện tương tự. Quyền chọn này sẽ được thực hiện sau năm thứ 5 kể từ Ngày hoàn tất và trong năm thứ 6 kể từ Ngày hoàn tất. Quyền chọn này chỉ có thể được thực hiện một lần đối với toàn bộ số cổ phiếu trên và sẽ vô hiệu nếu SK bán bất kỳ cổ phiếu nào trong số đó.

Vào ngày 4 tháng 9 năm 2024, Công ty và SK đã ký một sửa đổi đối với Thỏa thuận Quyền chọn Ban đầu, trong đó:

- thời hạn thực hiện quyền chọn được gia hạn đến ngày 2 tháng 10 năm 2029; và
- nếu Sự kiện Kích hoạt xảy ra, quyền chọn có thể được thực hiện trong một hoặc nhiều lần và đối với tất cả các cổ phiếu hoặc với số lượng cổ phiếu ít hơn do SK xác định; và giá mua sẽ được xác định theo các điều khoản và điều kiện của Thỏa thuận Quyền chọn Ban đầu và các sửa đổi.

Vào ngày 31 tháng 10 năm 2024, SK đã đưa ra thông báo rằng SK không còn là cổ đông lớn của Công ty sau khi bán đi một số lượng cổ phiếu của Công ty. Biến động vốn cổ phần trong năm như sau:

	2024		2023	
	Số lượng cổ phiếu	Mệnh giá Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Mệnh giá Triệu VND
Số dư đầu năm	1. 430. 843. 406	14. 308. 434	1. 423. 724. 783	14. 308. 434
Phát hành CDPS	74. 576. 470	745. 765	-	-
Phát hành cổ phiếu phổ thông (Thuyết minh 25)	7. 508. 211	75. 082	7. 118. 623	71. 186
Số dư cuối năm	1. 512. 928. 087	15. 129. 281	1. 430. 843. 406	14. 308. 434

25. KẾ HOẠCH VỀ QUYỀN CHỌN MUA CỔ PHẦN CHO NHÂN VIÊN

Công ty có kế hoạch sở hữu cổ phiếu cho nhân viên dựa trên việc đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên. Việc phát hành cổ phiếu trong tương lai theo phương án phải được các cổ đông thông qua tại Đại hội đồng Cổ đông Thường niên.

Trong tháng 6 năm 2024, Công ty đã phát hành 7.508.211 cổ phiếu (2023: 7.118.623 cổ phiếu) cho nhân viên theo giá đã được phê duyệt trong Nghị quyết của Hội đồng Quản trị.

26. VỐN KHÁC CỦA CHỦ SỞ HỮU

Các thỏa thuận phát hành một số lượng cổ phiếu nhất định vào một ngày ấn định trong tương lai, được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý tại ngày của các thỏa thuận và được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu nếu không tồn tại các thỏa thuận thay thế nào khác.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

27. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

(a) Cam kết thuê hoạt động

Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê hoạt động không được huỷ ngang như sau:

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Trong vòng 1 năm	3.344.372	2.341.100
Từ 2 đến 5 năm	4.148.421	3.957.083
Sau 5 năm	1.372.465	1.397.539
	8.865.258	7.695.722

(b) Cam kết chi tiêu vốn

Tại ngày lập báo cáo, Tập đoàn có các cam kết vốn sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hợp nhất:

	31/12/2024	1/1/2024
	Triệu VND	Triệu VND
Đã được duyệt và đã ký hợp đồng	791.450	393.426
Đã được duyệt nhưng chưa ký hợp đồng	841.864	3.388.042
	1.633.314	3.781.468

(c) Ngoại tệ

	31/12/2024		1/1/2024	
	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND
USD	55.137.691	1.395.994	30.171.762	727.156
EUR	181	5	5.043.261	133.419
JPY	-	-	272.215.588	46.157
THB	38.371.038	27.666	58.898.301	40.286
CNY	-	-	7.473.826	25.120
CAD	-	-	1.810.973	32.684
AUD	1.971	31	3.606	59
		1.423.696		1.004.881

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

28. TỔNG DOANH THU

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán và dịch vụ đã cung cấp không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Tổng doanh thu		
Thành phẩm, hàng hóa và dịch vụ cung cấp	83.456.446	78.516.999
Các khoản giảm trừ		
Chiết khấu hàng bán	162.997	214.346
Hàng bán bị trả lại	115.729	51.034
	278.726	265.380
Doanh thu thuần	83.177.720	78.251.619

29. GIÁ VỐN HÀNG BÁN

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Tổng giá vốn hàng bán		
Thành phẩm và hàng hóa đã bán và dịch vụ cung cấp	58.427.028	55.894.122
Trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho	94.954	236.385
	58.521.982	56.130.507

30. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Thu nhập lãi từ tiền gửi, cho vay và hoạt động đầu tư khác	1.879.095	1.733.905
Lãi từ thanh lý các công ty con (Thuyết minh 5)	1.403.286	-
Lãi từ chuyển nhượng chứng khoán kinh doanh và đầu tư khác	110.698	233.526
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	543.077	347.874
Thu nhập khác	107.374	89.900
	4.043.530	2.405.205

31. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí lãi từ đi vay, trái phiếu phát hành và hoạt động đầu tư khác	6.404.706	6.946.060
Chi phí đi vay và phát hành trái phiếu	506.709	476.349
Chi phí thư tín dụng UPAS	6.025	36.605
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	613.364	384.444
Chi phí khác	369.335	286.055
	7.900.139	8.129.513

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

32. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	5.251.886	4.492.698
Chi phí nhân viên	3.466.365	3.315.216
Chi phí kho vận	1.715.031	1.525.334
Chi phí trưng bày	234.442	169.218
Chi phí dịch vụ mua ngoài	2.332.121	2.998.056
Chi phí khác	1.565.530	1.691.833
	14.565.375	14.192.355

33. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí nhân viên	1.812.341	1.730.505
Phân bổ lợi thế thương mại	571.372	695.338
Phân bổ giá trị hợp lý của tài sản từ hợp nhất kinh doanh	98.645	116.252
Chi phí khấu hao và phân bổ	227.064	209.997
Chi phí nghiên cứu phát triển	84.067	86.119
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	65.946	76.393
Chi phí thuê văn phòng	184.958	97.521
Chi phí dịch vụ mua ngoài	508.888	499.403
Chi phí khác	363.693	238.474
	3.916.974	3.750.002

34. THU NHẬP KHÁC

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Lãi từ thanh lý và xóa sổ tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	16.143	5.967
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	-	117.107
Thu nhập khác	163.883	186.902
	180.026	309.976

35. CHI PHÍ KHÁC

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Lỗ từ thanh lý và xóa sổ tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	675.021	22.409
Chi phí khác	240.751	75.022
	915.772	97.431

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

36. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

(a) Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
CHI PHÍ THUẾ THU NHẬP HIỆN HÀNH		
Năm hiện hành	1.508.671	1.286.462
Dự phòng thiếu trong những năm trước	2.265	2.324
	1.510.936	1.288.786
CHI PHÍ/(LỢI ÍCH) THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(194.371)	(250.551)
Lợi ích của các khoản lỗ tính thuế được ghi nhận	-	(334.188)
Ghi giảm/(hoàn nhập việc ghi giảm) tài sản thuế thu nhập hoãn lại và khác	435.854	(11.000)
	241.483	(595.739)
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	1.752.419	693.047

(b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2024		2023	
	%	Triệu VND	%	Triệu VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	100,0%	6.024.803	100,0%	2.562.974
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	20,0%	1.204.961	20,0%	512.595
Ảnh hưởng của các mức thuế suất khác nhau áp dụng cho các công ty con	-9,1%	(546.289)	-25,4%	(649.971)
Ảnh hưởng của các giao dịch hợp nhất	3,0%	178.509	-7,0%	(179.121)
Chi phí không được khấu trừ thuế	2,0%	121.214	1,2%	31.144
Ảnh hưởng của phần lãi trong các công ty liên kết, trừ đi ảnh hưởng thuế	-14,8%	(888.754)	-30,4%	(779.196)
Biến động của các chênh lệch tạm thời được khấu trừ	10,0%	602.911	30,7%	787.633
Dự phòng thiếu trong những năm trước	0,0%	2.265	0,1%	2.324
Lỗ tính thuế đã sử dụng	-1,4%	(86.576)	-0,6%	(15.005)
Thu nhập được miễn thuế	-	-	-0,1%	(2.333)
Chi phí lãi vay theo Nghị định 132/2020/NĐ-CP	12,1%	728.324	40,5%	1.038.949
Ghi giảm/(hoàn nhập việc ghi giảm) tài sản thuế thu nhập hoãn lại và khác	7,2%	435.854	-2,1%	(53.972)
	29,0%	1.752.419	26,9%	693.047

(c) Thuế suất áp dụng

Theo Luật thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành, Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp theo mức thuế suất thuế thu nhập phổ thông là 20% trên lợi nhuận tính thuế.

Một số công ty con của Công ty hưởng các mức ưu đãi miễn giảm thuế suất khác nhau.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

36. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP (tiếp theo)

(d) Các khoản thuế tiềm tàng

Luật thuế và việc áp dụng các luật này tại các quốc gia nơi Công ty và các công ty con phụ thuộc vào diễn giải và thay đổi theo thời gian, từ cục thuế này đến cục thuế khác. Tình hình quyết toán thuế có thể phụ thuộc vào việc thanh tra của các cơ quan có thẩm quyền khác nhau và các cơ quan này có thẩm quyền phạt, đánh thuế và tính lãi chậm nộp. Điều này có thể làm phát sinh rủi ro về thuế cho Công ty và các công ty con. Ban Tổng Giám đốc cho rằng Tập đoàn đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải về luật thuế của Ban Tổng Giám đốc, bao gồm các yêu cầu về chuyển giá, ưu đãi thuế và cách tính thuế thu nhập doanh nghiệp. Tuy nhiên, các cơ quan có thẩm quyền liên quan có thể có những cách hiểu khác nhau và ảnh hưởng (nếu có) có thể là đáng kể.

37. LÃI TRÊN CỔ PHIẾU

Việc tính lãi cơ bản trên cổ phiếu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 được dựa trên lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông phổ thông trong năm là 1.999.059 triệu VND (2023: lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông phổ thông trong năm là 418.695 triệu VND) và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền đang lưu hành trong năm là 1.486.639.966 cổ phiếu (2023: 1.425.987.140 cổ phiếu).

Cho mục đích tính lãi cơ bản trên cổ phiếu, cổ phiếu có thể được phát hành sau một thời gian xác định được coi là cổ phiếu phổ thông đang lưu hành kể từ ngày phát sinh quyền đối với các cổ phiếu này, được tính như sau:

(a) Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông

	2024	2023
	Triệu VND	Triệu VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	1 . 999 . 059	418 . 695

(b) Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền đang lưu hành

	2024	2023
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm	1 . 430 . 843 . 406	1 . 423 . 724 . 783
Ảnh hưởng của CDPS được phát hành sẽ được chuyển đổi thành cổ phiếu phổ thông (Thuyết minh 24)	51 . 755 . 255	-
Ảnh hưởng của cổ phiếu đã phát hành bằng tiền	4 . 041 . 305	2 . 262 . 357
Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm	1 . 486 . 639 . 966	1 . 425 . 987 . 140

Mẫu số B 09 – DN/HN

(c) Lãi cơ bản trên cổ phiếu

	2024	2023
	VND	VND
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	1 . 345	294

38. NỢ TIỀM TÀNG

Như được trình bày ở Thuyết minh 7(c)(**), vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định 1640 để phê duyệt TCQKTKS cho Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724 mặc dù giá tính thuế tài nguyên được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định. Khi ban hành Quyết định 1640 này, Bộ TNMT tiếp tục sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho tài nguyên khoáng sản – quặng vonfram (hàm lượng: 0,1%< WO3<0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế tài nguyên được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp mà vấn đề này đã được NPM nêu rõ trước đây. Giá tính TCQKTKS chính thức theo Quyết định 1640 là 1.831.085 VND/tấn, trong khi Giá tính TCQKTKS tạm thu theo Quyết định 500 là 775.026 VND/tấn. Vào ngày 6 tháng 10 năm 2021, NPM nhận được Thông báo số 3937/TB-CTTNG về việc nộp TCQKTKS của Cục Thuế Tỉnh Thái Nguyên. Thông báo này nhằm thông báo cho NPM về TCQKTKS phải nộp thêm theo Quyết định 1640, trong đó TCQKTKS phải nộp thêm do áp dụng các mức giá tính TCQKTKS khác nhau trong giai đoạn từ 2015 đến 2021 là 394,5 tỷ VND. Vào ngày 8 tháng 12 năm 2021, Cục Thuế Tỉnh Thái Nguyên đã có Công văn số 4883/CTTNG-QLN yêu cầu NPM nộp TCQKTKS là 125,8 tỷ VND tương ứng với số TCQKTKS phải nộp còn thiếu cho năm 2021, kèm theo lãi chậm nộp là 4,1 tỷ VND.

Sau khi Quyết định 1640 được ban hành, NPM đã gửi nhiều công văn đến Thủ tướng Chính phủ và Bộ TNMT để đề xuất tạm thời chưa thực hiện thu bổ sung thu TCQKTKS theo Quyết định 1640 và yêu cầu xác định lại TCQKTKS áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM tin rằng NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về TCQKTKS dựa trên diễn giải của NPM về quy định pháp luật liên quan, bao gồm các quy định về TCQKTKS và quy định về thuế tài nguyên. Do đó, Ban Giám đốc của NPM đã gửi công văn lên cơ quan quản lý các cấp để nêu rõ vấn đề và xin giải quyết phù hợp cho việc xác định TCQKTKS của NPM.

Trong năm 2021, theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 978/VPCP-KTTH ngày 8 tháng 2 năm 2021 và Công văn số 5987/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 8 năm 2021, vụ việc đang được Bộ Tài chính, Bộ TNMT, UBND Tỉnh Thái Nguyên và Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên xem xét để báo cáo cho Thủ tướng Chính phủ và Ủy ban Kinh tế của Quốc hội.

Trong năm 2022, các cơ quan ban ngành có liên quan cấp Trung ương và địa phương, thông qua buổi họp do TCĐCKS chủ trì, đã thống nhất xác định có bất cập về giá tính thuế tài nguyên làm căn cứ tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản cho Dự án khai thác khoáng sản Núi Pháo. Trên cơ sở đó, UBND Tỉnh Thái Nguyên đã và đang làm việc với Bộ Tài chính và Bộ TNMT để tìm kiếm đơn vị tư vấn kỹ thuật, đồng thời chỉ đạo Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên phối hợp với các sở, ngành liên quan của địa phương hoàn thiện thủ tục lựa chọn đơn vị tư vấn kỹ thuật phù hợp để xây dựng cơ chế xác định giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM. Sau đó, NPM đã nhận được thêm chỉ đạo từ Phó Thủ tướng Chính phủ theo Thông báo 226, theo đó, TCQKTKS cho Dự án khai thác khoáng sản Núi Pháo sẽ được Bộ TNMT xác định lại sau khi (1) giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho các sản phẩm công nghiệp của NPM được UBND Tỉnh Thái Nguyên ấn định và ban hành chính thức; và (2) khung giá tính thuế tài nguyên đối với quặng vonfram mỏ Núi Pháo do Bộ Tài chính ban hành và giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho quặng vonfram của NPM do UBND Tỉnh Thái Nguyên ban hành. Tại thời điểm phát hành báo cáo này, UBND Tỉnh Thái Nguyên, Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên và các cơ quan chức năng các cấp có liên quan vẫn đang phối hợp làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho các sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM đánh giá vì giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được UBND Tỉnh Thái Nguyên xác định, cho nên giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa phù hợp với quy định phát luật hiện hành. Do đó, NPM tin rằng khi giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được ban hành, TCQKTKS chính thức của Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo cho giai đoạn từ 2015 đến năm 2024 sẽ được xác định, và thay thế số TCQKTKS như đã phê duyệt tại Quyết định 1640.

Kết quả cuối cùng của vấn đề TCQKTKS này hiện nay vẫn chưa có và phụ thuộc vào việc giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định và Bộ TNMT có chấp thuận tính toán lại TCQKTKS tại Quyết định 1640 theo giá tính thuế tài nguyên đó khi được xác định. Do đó, Tập đoàn chưa ghi nhận TCQKTKS bổ sung theo Quyết định 1640 là nợ phải trả trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

39. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Ngoài các số dư và giao dịch với các bên liên quan được trình bày trong các thuyết minh khác của báo cáo tài chính hợp nhất này, Tập đoàn có các giao dịch chủ yếu với các bên liên quan theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam trong năm như sau:

Bên liên quan	Tính chất giao dịch	2024	2023
		Triệu VND	Triệu VND
CÔNG TY LIÊN KẾT			
Techcombank và các công ty con	Khoản vay đã nhận	3.403.590	3.027.246
	Khoản vay đã hoàn trả	3.728.101	2.868.121
	Khoản cho vay đã cấp	6.137.600	-
	Khoản cho vay đã thu hồi	6.137.600	-
	Trái phiếu phát hành (đại lý phát hành)	-	7.300.000
	Chi phí phát hành trái phiếu	119.210	32.085
	Mua chứng khoán kinh doanh	2.455.799	11.000.658
	Bán chứng khoán kinh doanh	7.278.708	7.868.014
	Chi phí lãi từ vay và trái phiếu	308.697	384.726
	Thu nhập lãi cho vay	48.448	-
	Thu nhập cổ tức	1.048.330	-
	Mua tài sản cố định	1.507.664	-
	Chia sẻ chi phí	12.928	-
CÁC BÊN LIÊN QUAN KHÁC			
Thành viên quản lý chủ chốt	Thù lao trả cho thành viên quản lý chủ chốt (*)	162.865	173.122

Tại ngày và cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 và 2023, Tập đoàn có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn, các khoản vay và số dư phải trả và phí dịch vụ đại lý tại Techcombank và các công ty con của Techcombank theo các điều khoản giao dịch thông thường.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, các công ty liên kết của Tập đoàn sở hữu 730.921 triệu VND (1/1/2024: 1.698.097 triệu VND) trái phiếu đã phát hành của Tập đoàn.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, 9.033.045 triệu VND (1/1/2024: 12.065.750 triệu VND) trái phiếu phát hành được sở hữu bởi Công ty và các công ty con và được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất.

(*) Các thành viên Hội đồng Quản trị Công ty và Ủy ban Kiểm toán Công ty không hưởng thù lao cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 và 2023.

Bao gồm trong thù lao trả cho thành viên quản lý chủ chốt, thù lao, lương và tiền thưởng thực tế của từng thành viên trong Hội đồng Quản trị Công ty và Ủy ban Kiểm toán Công ty và Tổng Giám đốc Công ty trong năm là:

			2024	2023
Tên	Chức vụ		Triệu VND	Triệu VND
HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ				
Dr.	Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	-	-
Bà	Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	-	-
Ông	Nguyễn Thiệu Nam	Thành viên	-	-
Bà	Chae Rhan Chun	Thành viên (đến ngày 8 tháng 10 năm 2024)	-	-
Ông	Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên	-	-
Ông	David Tan Wei Ming	Thành viên	-	-
Bà	Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	-	-
ỦY BAN KIỂM TOÁN				
Mr	Nguyễn Đoàn Hùng	Chủ tịch	-	-
Ông	Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	-	-
TỔNG GIÁM ĐỐC				
Ông	Danny Le			
Lương, thưởng và các phúc lợi khác			21.789	14.686

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 (tiếp theo)

Mẫu số B 09 – DN/HN

40. CÁC SỰ KIỆN SAU NGÀY TRÊN BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Không có sự kiện trọng yếu nào phát sinh sau ngày lập bảng cân đối kế toán cần phải điều chỉnh hoặc thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

Ngày 28 tháng 2 năm 2025

Người lập



Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt



Đoàn Thị Mỹ Duyên
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

Thông tin chung về Công ty



Lịch sử và cấu trúc của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”, “Tập đoàn Masan” hay “Masan Group”) được thành lập vào tháng 11/2004 dưới tên gọi Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San. Tháng 8/2009, Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (tên tiếng Anh là Ma San Group Corporation) và niêm yết thành công tại Sở Giao dịch chứng khoán TP. HCM vào ngày 05/11/2009 với mã chứng khoán MSN. Tháng 7/2015, Công ty chính thức sử dụng tên gọi như hiện nay là Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan. Dù theo hồ sơ đăng ký kinh doanh, Công ty được thành lập từ năm 2004, nhưng xét về thời điểm hình thành và hoạt động của các cổ đông lớn, công ty con và các công ty tiền nhiệm, Masan Group đã hoạt động được hơn 29 năm.

Masan Group là công ty mẹ giữ lợi ích kinh tế kiểm soát tại các công ty: The CrownX (“TCX”), Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MCH”), Masan MEATLife (“MML”), Masan High-Tech Materials (“MHT”) và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (sở hữu 99,99% Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce; với “WCM” và “WinCommerce” được sử dụng thay thế cho nhau trong báo cáo này), với lợi ích kinh tế tương ứng là 84,9%, 67,4%, 94,3%, 94,9% và 78,7% tại thời điểm 31/12/2024. Tỷ lệ sở hữu hợp nhất của chúng tôi trong vốn điều lệ ở Techcombank là 19,8% vào ngày 31/12/2024.

Tiền thân của Tập đoàn Masan là Công ty Công Nghệ - Kỹ Thuật - Thương Mại Việt Tiến, được thành lập vào năm 1996 và là nhà máy sản xuất gia vị tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ năm 2000 đến năm 2002, Tập đoàn Masan phát triển thành công ty thực phẩm thông qua việc thành lập thêm các công ty như Công ty Xuất nhập khẩu Minh Việt và Công ty Cổ phần Công nghiệp Masan.

Năm 2002, Tập đoàn Masan chuyển hướng từ thị trường xuất khẩu sang tập trung vào thị trường nội địa bằng cách giới thiệu thương hiệu “CHIN-SU”. Sau thành công của CHIN-SU, Công ty tiếp tục gặt hái những thành công khác khi ra mắt thương hiệu “Nam Ngư” và “Tam Thái Tử” vào năm 2007.



Tháng 11
Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San được thành lập, sau đó đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San, đặt nền tảng tái cấu trúc hoạt động kinh doanh của toàn Tập đoàn Masan.

Công ty Cổ phần Công nghiệp - Thương mại Ma San (Masan Trading, sau này đổi tên thành Masan Consumer) – đơn vị sở hữu các công ty con trong ngành hàng thực phẩm của Tập đoàn Masan – lần đầu tiên đạt doanh thu 2.000 tỷ đồng.

Tháng 8
Cổ phần Tập đoàn Ma San nắm giữ 19,9% cổ phần tại Techcombank và 54,8% cổ phần tại Masan Consumer.

Tháng 9
TPG, thông qua quỹ đầu tư vốn tăng trưởng (TPG Growth), đã đầu tư 630 tỷ đồng vào Công ty dưới hình thức trái phiếu chuyển đổi. Khoản trái phiếu này được chuyển đổi hoàn toàn thành cổ phần của Công ty vào tháng 6/2012.

Tháng 10
BankInvest thông qua Quỹ Private Equity New Markets đầu tư vào Công ty và tham gia vào Hội đồng Quản trị.

Công ty tăng quyền sở hữu trong Masan Consumer lên 76,6%.

Tháng 11
Chúng tôi chính thức niêm yết trên Sàn Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh với giá niêm yết là 36.000 đồng một cổ phiếu và bắt đầu giao dịch với mã chứng khoán “MSN”. Kết thúc phiên giao dịch đầu tiên, giá cổ phiếu đạt 43.200 đồng, đưa Công ty trở thành doanh nghiệp lớn thứ sáu tại Việt Nam theo giá trị vốn hóa thị trường.

Tháng 4
Công ty Cổ phần Tài Nguyên Masan (Masan Resources, nay đổi tên thành Masan High-Tech Materials) được thành lập.

Tháng 7
Công ty mua 85% vốn điều lệ Công ty Liên doanh Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“Nuiphaovica”) và đổi tên công ty thành Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo.



Tháng 12
Công ty tăng sở hữu tại Masan Consumer lên 86,6%.

Tháng 1

Công ty tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank lên 30,6% sau khi mua trái phiếu chuyển đổi của Techcombank.

Tháng 4

KKR đầu tư 159 triệu USD vào Masan Consumer để mua 10% cổ phần.



Tháng 10

Masan Consumer thâm nhập vào thị trường đồ uống thông qua thương vụ mua 50,3% cổ phần của Vinacafé Biên Hòa, nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất tại Việt Nam.

Tháng 2

Masan Consumer tăng tỷ lệ sở hữu tại Vinacafé lên 53,2%.

Tháng 5

Công ty thu hút đầu tư thêm 50 triệu USD thông qua việc cấp khoản vay chuyển đổi bắt buộc, chuyển đổi thành cổ phiếu Công ty, cho Kairos Capital Limited, một công ty đầu tư thuộc Richard Chandler Corporation.



Tháng 1

Công ty bán 8,7% cổ phần tại Masan Consumer cho KKR với trị giá 200 triệu USD, giảm tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn tại Masan Consumer xuống 77,7%.

Tháng 2

Masan Consumer mua 24,9% cổ phần tại Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Vĩnh Hảo (“Vĩnh Hảo”).

Tháng 4

Masan Consumer tăng tỷ lệ sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 63,5%.

Tháng 7

Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (chủ sở hữu mỏ đa kim vonfram Núi Pháo) liên doanh với H.C. Starck và thành lập công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H.C. Starck để sản xuất các sản phẩm chế biến sâu vonfram có giá trị cao hơn. Việc hợp tác với H.C. Starck đánh dấu một bước phát triển mới của dự án và minh chứng cho chất lượng sản phẩm mỏ và giảm thiểu rủi ro cho dự án khi hợp tác với khách hàng có tiếng tăm trên thế giới cho sản phẩm vonfram của chúng tôi.

Tháng 12

Công ty TNHH Hoa Bằng Lăng, đã đổi tên thành Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (“Masan Consumer Holdings”). Masan Consumer Holdings được tái cấu trúc hướng tới tập trung vào ngành hàng thực phẩm và đồ uống.

Tháng 3

Nhà máy chế biến khoáng sản của Mô Núi Pháo thực hiện chạy thử thành công.

Tháng 5

Masan Consumer thành lập công ty con Masan Beverage. Theo đó, toàn bộ phần sở hữu của Masan Consumer tại Vinacafé Biên Hòa và Vĩnh Hảo đã được chuyển giao sang Masan Beverage.

Tháng 9

Tập đoàn Masan mua lại công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên để sản xuất sản phẩm bia có nhãn hiệu “Sư Tử Trắng”. Công ty TNHH Masan Brewery (trước đây là một công ty con nắm giữ các khoản đầu tư) được tái cấu trúc để sở hữu cổ phần của công ty bia này và được chuyển thành công ty con của Masan Consumer Holdings. Dưới sự quản lý của chúng tôi, nhà máy bia đã hoạt động hết công suất sau khi tung hàng thử nghiệm thành công tại các tỉnh miền Tây. Năm 2015, Công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên chính thức đổi tên thành Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY.

Cuối năm 2014, Masan Consumer đã thành lập một số công ty con để mở rộng sự hiện diện của chúng tôi tại các khu vực chiến lược nhằm tăng công suất và tiếp cận gần hơn đến người tiêu dùng. Chúng tôi đã bắt đầu xây dựng tại nhà máy ở Nghệ An và bắt đầu xin giấy phép cho nhà máy tại Hậu Giang.

Tháng 12

Masan Consumer Holdings đã phát hành thành công trái phiếu kỳ hạn 10 năm, huy động 2.100 tỷ đồng với lãi suất cố định 8%. Trái phiếu được tổ chức Credit Guarantee and Investment Facility (“CGIF”), một quỹ ủy thác của Ngân hàng Phát triển Châu Á (“ADB”) bảo lãnh, và đây là thương vụ đầu tiên của CGIF tại Việt Nam.

Masan Consumer mua 32,8% cổ phần của Công ty Thực phẩm Cholimex. Masan Group cũng chấm dứt đầu tư vào các công ty không thuộc ngành cốt lõi như bao bì thực phẩm thông qua việc bán công ty TNHH MTV Bao bì Minh Việt và các đơn vị khác mà Tập đoàn không sở hữu cổ phần kiểm soát.

Tháng 1

Masan Consumer mua 99,99% cổ phần của Saigon Nutri Food, một công ty sản xuất thịt chế biến, nhằm tiến tới thâm nhập vào chuỗi giá trị thịt.

Tháng 4

Tập đoàn Masan mua lại Công ty TNHH Sam Kim, cổ đông kiểm soát hai công ty Proconco và ANCO. Công ty Sam Kim sau đó được đổi tên thành Masan Nutri-Science. Việc mua lại Masan Nutri-Science ngay lập tức biến Tập đoàn Masan trở thành một trong những công ty thức ăn chăn nuôi lớn nhất Việt Nam. Mục tiêu của Masan Nutri-Science là chuyển đổi ngành đạm động vật của Việt Nam nhằm cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu.

Tháng 6

Masan Consumer Holdings phát hành trái phiếu kỳ hạn 5 năm trị giá 9.000 tỷ đồng do Vietcombank thu xếp với sự tham gia của các ngân hàng trong nước. Giao dịch này là một phần trong nỗ lực của chúng tôi nhằm đơn giản hóa cấu trúc tài sản, thanh toán các khoản nợ lãi suất cao, gia hạn ngày đáo hạn, giảm nợ tiền USD, và tăng số dư tiền mặt để dành cho các khoản đầu tư tiếp theo trong lĩnh vực tiêu dùng. Đây là đợt phát hành trái phiếu lớn nhất từ trước đến nay tại Việt Nam.

Tháng 7

Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San chính thức được đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan.

Tháng

Sau khi đã khẳng định thành công của việc vận hành thử nghiệm và gia tăng công suất sản xuất của nhà máy Công ty Núi Pháo, cổ phiếu của Masan Resources đã đăng ký giao dịch trên hệ thống giao dịch UPCoM thuộc Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội và trở thành một trong những công ty đại chúng có giá trị vốn hóa lớn nhất được đăng ký giao dịch trên Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội.

Tháng 11

Masan MB khánh thành trung tâm sản xuất nước mắm và mì ăn liền ở tỉnh Nghệ An để nâng cao công suất sản xuất đáp ứng nhu cầu tăng trưởng và tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng.

Tháng 12

Masan Beverage mua lại cổ phần kiểm soát của Công ty Nước khoáng Thiên nhiên Quảng Ninh, chủ sở hữu thương hiệu Quang Hanh, để cùng với việc kiểm soát Vĩnh Hảo, trở thành nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nước khoáng trong nước có quy mô đáng kể tại Việt Nam và củng cố nền tảng đồ uống đóng chai của Tập đoàn.

Masan Consumer Holdings và Singha ký thỏa thuận đối tác chiến lược để phục vụ tốt hơn cho 250 triệu người tiêu dùng tại thị trường “Inland ASEAN”. Ngay lập tức, thị trường thực phẩm và đồ uống mà Masan có thể tiếp cận tăng gấp nhiều lần. Theo thỏa thuận, Singha sẽ đầu tư 1,1 tỷ USD vào Masan Consumer Holdings và mảng kinh doanh bia của Masan, và đây sẽ là thỏa thuận M&A lớn nhất trong lịch sử các doanh nghiệp Việt Nam. Đợt góp vốn đầu tiên diễn ra trong tháng 1/2016 với khoản tiền 650 triệu USD.

Một ngày sau khi ký kết thỏa thuận với Singha, Masan Brewery HG khánh thành nhà máy bia mới tại tỉnh Hậu Giang với công suất tăng hơn 4 lần công suất hiện tại.

Tháng 1

Masan Consumer Holdings tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Masan Consumer lên 96,7%. Masan Beverage đã tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại Vĩnh Hảo lên 84,2% và Masan tăng tỷ lệ sở hữu tại Proconco lên 75,2%.

Tháng 2

Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%.

Tháng 3

ANCO mua 14% cổ phần của VISSAN và trở thành đối tác chiến lược.

Tháng 4

Masan Beverage mua thêm 4,32% cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 88,56%.

Tháng 6

ANCO tăng tỷ lệ sở hữu tại VISSAN lên 24,94%, và Masan Nutri-Farm (NA) được thành lập và hiện nay được đổi tên thành MNS Farm Nghệ An.

Tháng 7

Masan Consumer Thailand được thành lập, vài tháng sau, Masan và đối tác chiến lược Singha giới thiệu sản phẩm gia vị đầu tiên tại Thái Lan, nước mắm CHIN-SU Yod Thong. Đây là bước chân nhô đầu tiên của chúng tôi trong hành trình chinh phục thị trường In-land ASEAN để có thể phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng của khu vực.

Tháng 11

Masan Nutri-Farm (NA) khởi công trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An, đánh dấu hoàn tất việc thực hiện mô hình 3F.

Tháng 12

Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.

Masan Group, thông qua công ty con, hoàn tất việc chào mua công khai cổ phiếu Masan Resources, đồng thời Mount Kellet thoái vốn, Masan Group đã nâng tỷ lệ lợi ích kinh tế sở hữu gián tiếp tại Masan Resources từ 72,7% lên 93,8%, tạo điều kiện cho cơ hội tăng trưởng và kế hoạch huy động vốn chiến lược cho giai đoạn tiếp theo.

Tháng 1

Masan Group thực hiện việc chia cổ tức bằng tiền cho toàn bộ cổ đông của Công ty với tỷ lệ cổ tức được chia là 30% (mỗi cổ phần nhận được 3.000 đồng).

Masan Group thực hiện việc phát hành cổ phiếu thưởng cho toàn bộ cổ đông của Công ty (cổ đông sở hữu 02 cổ phiếu được nhận 01 cổ phiếu thưởng).

Cổ phần của Masan Consumer được đăng ký giao dịch trên sàn UpCoM, một sàn chứng khoán do Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội quản lý.

Tháng 4

KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science, nền tảng thịt của thương hiệu Tập đoàn Masan, để sở hữu 7,5% cổ phần, biến công ty trở thành doanh nghiệp thịt có thương hiệu hàng đầu, và đầu tư 100 triệu USD để mua lại cổ phần Masan Group từ PENM Partners, công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân của Đan Mạch. Đây là khoản đầu tư thứ hai của KKR vào Masan, sau khoản đầu tư vào Masan Consumer Corporation với tổng giá trị 359 triệu USD.

Tháng 11

Masan Group hoàn thành việc mua lại cổ phiếu quỹ là 100.665.722 cổ phiếu, tăng tổng số cổ phiếu quỹ lên 109.899.932 hoặc 9,50% vốn điều lệ Công ty.

Tháng 12

Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage, công ty con của Masan Consumer đã chào mua công khai cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa từ 68,5% lên 100%. Sau khi thương vụ chào mua công khai hoàn tất vào ngày 5/2/2018, Masan Beverage đã tăng tỷ lệ sở hữu lên 98,49%.

Masan Horizon, công ty con của Masan Group mua lại cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết tại Masan Resources với trị giá 22,9 triệu USD. Như vậy, tỷ lệ lợi ích kinh tế sở hữu của Masan Group tại Masan Resources (bao gồm cả cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết) tăng từ 93,8% lên 96,0% sau khi mua lại. Việc thoái vốn của nhà đầu tư tư nhân tại Masan Resources sẽ mang lại cho Masan Resources khả năng linh động hơn để có thể huy động vốn tăng trưởng chiến lược sau này.

Masan Group cũng tắt toán khoản vay chuyển đổi trị giá 30 triệu USD với Goldman Sachs, tránh việc phải phát hành thêm 13,6 triệu cổ phiếu để chuyển đổi.

Tháng 1

PENM Partners đầu tư 16 triệu USD để mua lại 0,8% vốn điều lệ của Masan Nutri-Science từ Masan Group.

Tháng 2

Masan Nutri-Science khởi công Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam nhằm cung cấp thịt mát đến người tiêu dùng.

Tháng 6

Công ty Jinju Ham, một công ty sản xuất thịt chế biến hàng đầu tại Hàn Quốc, đã đầu tư mua 25% cổ phần phát hành mới của Saigon Nutri Food. Saigon Nutri Food sau đó được đổi tên thành Masan Jinju.

Tháng 8

Núi Pháo, công ty con của Masan Resources, mua 49% phần vốn góp trong Công ty TNHH Tỉnh Luyện Vonfram Núi Pháo – H.C. Starck từ H.C. Starck với giá trị 29,1 triệu USD. Sau giao dịch này, công ty liên doanh hiện nay trở thành một công ty con do Masan Resources sở hữu 100% và được đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan.

Tháng 10

SK Group đầu tư khoảng 470 triệu USD để trở thành cổ đông nước ngoài lớn nhất của Công ty.

Tháng 12

Masan Nutri-Science khánh thành Tổ hợp chế biến thịt mát tại Hà Nam và giới thiệu thành công ra thị trường thương hiệu thịt mát “MEATDeli”.



Tháng 7

Masan Nutri-Science đặt trọng tâm vào ngành thịt, công bố đổi tên thành Masan MEATLife. Mục tiêu cuối cùng của Masan MEATLife là cung cấp các sản phẩm thịt ngon, an toàn và giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.

Tháng 9

Công ty TNHH Vonfram Masan, một công ty con thuộc sở hữu của Công ty cổ phần Tài nguyên Masan (MSR), đã ký thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H.C. Starck (Cộng hoà Liên bang Đức). Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR: trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao dựa trên nền tảng chuỗi giá trị tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới.

Tháng 12

Masan Group và VinGroup đã thỏa thuận nguyên tắc về việc sáp nhập Masan Consumer Holdings và VinCommerce và VinEco thông qua hoán đổi cổ phần. Thỏa thuận nhằm tối ưu hóa thể mạnh hoạt động của mỗi bên, đồng thời tạo nên một Tập đoàn Hàng tiêu dùng - Bán lẻ mới có sức cạnh tranh vượt trội và quy mô hàng đầu Việt Nam. Masan Group là cổ đông sở hữu đa số cổ phần (nắm 70% cổ phần) của công ty mới. Công ty mới sẽ nắm giữ 85,7% cổ phần Masan Consumer Holdings và 83,7% cổ phần VinCommerce.

Hơn 324,3 triệu cổ phiếu của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (MML) đã được đăng ký giao dịch tập trung trên UPCoM.

Tháng 2

Công ty TNHH Masan HPC hoàn tất mua 52% cổ phần Công ty Cổ phần Bột giặt NET (NETCO) với mức giá trung bình 48.000 đồng/cổ phần và tổng giá trị giao dịch khoảng 560 tỷ đồng.

Tháng 6

Công ty Cổ phần The CrownX (“The CrownX”) chính thức đi vào hoạt động. Đây là công ty sở hữu Masan Consumer Holdings - công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh và Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại VinCommerce (“VinCommerce”) - nền tảng bán lẻ hiện đại (“MT”) đứng số 1 Việt Nam về thị phần. The CrownX nắm giữ 85,71% cổ phần của Masan Consumer Holdings và 83,74% cổ phần của VinCommerce.

Vonfram Masan hoàn tất giao dịch mua lại nền tảng kinh doanh vonfram từ H.C. Starck Group GmbH.

Đại Hội đồng Cổ đông thường niên năm 2020 của Masan Resources thông qua nghị quyết phê duyệt việc đổi tên công ty thành Masan High-Tech Materials.

Tháng 10

Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”) – một công ty thành viên của Công ty công bố hai bước tiến chiến lược trong hành trình mang đến các sản phẩm thịt tươi ngon, dinh dưỡng cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam: (i) khánh thành Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli Sài Gòn trị giá 1.800 tỷ đồng tại Long An; và (ii) mở rộng hoạt động sang thị trường thịt gia cầm thông qua việc rót vốn 613 tỷ đồng để sở hữu 51% Công ty Cổ phần 3F VIỆT - doanh nghiệp nội địa có nền tảng sản xuất thịt gia cầm hàng đầu.

Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”) và Mitsubishi Materials Corporation (“MMC”) đã ký cam kết thiết lập liên minh chiến lược hướng đến mục tiêu phát triển nền tảng vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu. Như một phần của hợp tác này, MMC đăng ký mua 109.915.542 cổ phần phổ thông phát hành mới theo phương thức chào bán riêng lẻ với tổng giá trị tiền mặt là 90 triệu USD. Sau khi hoàn tất phát hành, MMC nắm giữ 10% vốn cổ phần pha loãng hoàn toàn của MHT, qua đó trở thành cổ đông lớn thứ hai của MHT.

Tháng 4

Tập đoàn Masan và SK Group (“SK”) công bố về việc ký kết thỏa thuận SK mua lại 16,26% cổ phần của VinCommerce với tổng giá trị tiền mặt là 410 triệu USD. Với giao dịch này, VinCommerce được định giá 2,5 tỷ USD cho 100% vốn chủ sở hữu.

Tháng 5

Tập đoàn Masan và nhóm các nhà đầu tư trong đó có Tập đoàn Alibaba và Baring Private Equity Asia đã công bố ký kết thỏa thuận mua cổ phần phát hành mới của The CrownX với tổng giá trị tiền mặt là 400 triệu USD tương đương với 5,5% tỷ lệ sở hữu sau phát hành. Thông qua Giao dịch này, The CrownX được định giá 6,9 tỷ USD (trước phát hành) cho 100% vốn chủ sở hữu. Sau đợt phát hành này, tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn Masan tại The CrownX là 80,2%.

Công ty TNHH The Sherpa – một công ty thành viên của Tập đoàn Masan công bố ký kết thỏa thuận mua 20% Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage – công ty sở hữu thương hiệu Phúc Long (“Phúc Long Heritage”), một trong những thương hiệu chuỗi bán lẻ trà và cà phê hàng đầu Việt Nam. Giá trị giao dịch là 15 triệu USD.

Tháng 7

Tập đoàn Masan (“Masan”) và The CrownX (“TCX”), một công ty thành viên của Masan, công bố về việc mua lại cổ phần của TCX từ các cổ đông thiểu số. Sau giao dịch, tỷ lệ sở hữu trực tiếp và gián tiếp của Tập đoàn Masan tại The CrownX tăng từ 80,2% lên 84,9%.

Tháng 9

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và Công ty TNHH De Heus đã ký kết Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác Đối tác. Sự kết hợp giữa De Heus - chuyên gia, nhà cung cấp hàng đầu các sản phẩm dinh dưỡng cho động vật và Masan Group – Tập đoàn Tiêu dùng - Bán lẻ hàng đầu Việt Nam, được xem là một sự kết hợp đầy triển vọng, có thể đẩy nhanh quá trình hiện đại hóa chuỗi giá trị đậm động vật. Các bên đều cam kết xúc tiến phát triển một hoặc nhiều thỏa thuận hợp tác trước quý đầu tiên của năm 2022.

Công ty TNHH The Sherpa đã công bố hoàn tất mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast với tổng giá trị tiền mặt là 297 tỷ đồng, bước đầu mở rộng sang lĩnh vực viễn thông. Là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động, Mobicast sở hữu thương hiệu mạng Reddi (nay đã đổi tên thành Wintel) tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông. Việc mở rộng sang lĩnh vực viễn thông là bước đầu để Masan số hóa hệ sinh thái tiêu dùng “Point Of Life” và mang đến trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ tích hợp xuyên suốt từ offline đến online.



Tháng 11

Tập đoàn Masan công bố hợp tác chiến lược với De Heus Việt Nam (công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan). Theo đó, De Heus Việt Nam sẽ tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi (“Giao dịch”) và đầu tư từ 600 - 700 triệu USD vào chuỗi cung ứng đậm động vật tại Việt Nam. Giao dịch là một phần của Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác được hai bên ký kết vào tháng 9/2021: Masan MEATLife sẽ tập trung nguồn lực phát triển các sản phẩm thịt có thương hiệu còn De Heus sẽ ưu tiên cung cấp các giải pháp dinh dưỡng, con giống và chăn nuôi.

Tập đoàn Masan và SK Group đã công bố ký kết thỏa thuận mua lại cổ phần của The CrownX với tổng giá trị tiền mặt là 345 triệu USD, trong đó SK Group đầu tư 340 triệu USD. Sau giao dịch, tỷ lệ sở hữu của Masan và SK tại The CrownX lần lượt là 84,9% và 4,9%.

Tháng 12

Tập đoàn Masan công bố ký kết Giao dịch với nhóm các nhà đầu tư bao gồm TPG, Platinum Orchid (thuộc sở hữu của Quỹ đầu tư Quốc gia Abu Dhabi) và SeaTown Master Fund (do công ty con của Temasek Holdings quản lý) cho khoản đầu tư 350 triệu USD vào The CrownX. Giao dịch khép lại vòng huy động vốn cuối cùng vào hệ sinh thái TCX. Được thành lập vào nửa đầu năm 2020, đến cuối năm 2021 hệ sinh thái này đã thu hút nguồn vốn hơn 1,5 tỷ USD từ các nhà đầu tư hàng đầu thế giới.

Tháng 1

Tập đoàn Masan tiến hành mua thêm 31% cổ phần Phúc Long Heritage với giá trị đầu tư 110 triệu USD, nâng tỷ lệ sở hữu của Masan Group tại Phúc Long Heritage lên 51%, qua đó nắm quyền chi phối thương hiệu đồ uống này.

Tháng 3

Tập đoàn Masan đã tăng tỷ lệ sở hữu lợi ích kinh tế vào MML từ 87,8% lên 94,9% thông qua việc mua lại 2 công ty Công ty TNHH Taivas và Công ty TNHH Hatsun.

Tháng 4

Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 65 triệu USD để mua 25% cổ phần Công ty Cổ phần Trusting Social (“Trusting Social”), công ty con của Trust IQ Pte.Ltd. có trụ sở tại Singapore. Theo đó, thỏa thuận hợp tác với Trusing Social sẽ giúp thúc đẩy quá trình chuyển đổi của hệ sinh thái tiêu dùng – công nghệ tích hợp từ offline đến online (“O²”) mà Tập đoàn Masan đang hướng đến và cung cấp các giải pháp ứng dụng trí tuệ nhân tạo và fintech để mang đến các trải nghiệm vượt trội nhất cho khách hàng.

Tháng 7

Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 45 triệu GBP để sở hữu 15% cổ phần của Nyobolt Limited, có trụ sở tại Anh Quốc, trên cơ sở pha loãng. Nyobolt Limited là một công ty chuyên cung cấp giải pháp pin Li-on sạc nhanh và thỏa thuận chiến lược này sẽ giúp MHT dẫn tiến gần hơn với người dùng cũng như góp phần đẩy mạnh bước phát triển nền kinh tế tuần hoàn.

Tháng 8

Tập đoàn Masan tiến hành mua thêm 34% cổ phần Phúc Long Heritage, nâng tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn Masan tại Phúc Long Heritage lên 85%.





Tháng 4

Tập đoàn Masan công bố Bain Capital – Quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu thế giới - đã hoàn thành việc đầu tư cổ phần với tổng giá trị 250 triệu USD vào Tập đoàn Masan.

Tháng 5

Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials đã ký thỏa thuận khung với Mitsubishi Materials Corporation để chuyển nhượng 100% vốn góp của H.C. Starck Group GmbH.

Tháng 7

Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 13 triệu EUR để mua 100% vốn cổ phần của Chemitas GmbH, nhà cung cấp dịch vụ cung cấp năng lượng, quản lý chất thải và hậu cần có trụ sở tại Goslar, Đức.

Tháng 12

Masan High-Tech Materials đã hoàn tất giao dịch chuyển nhượng này với giá 134,5 triệu USD.

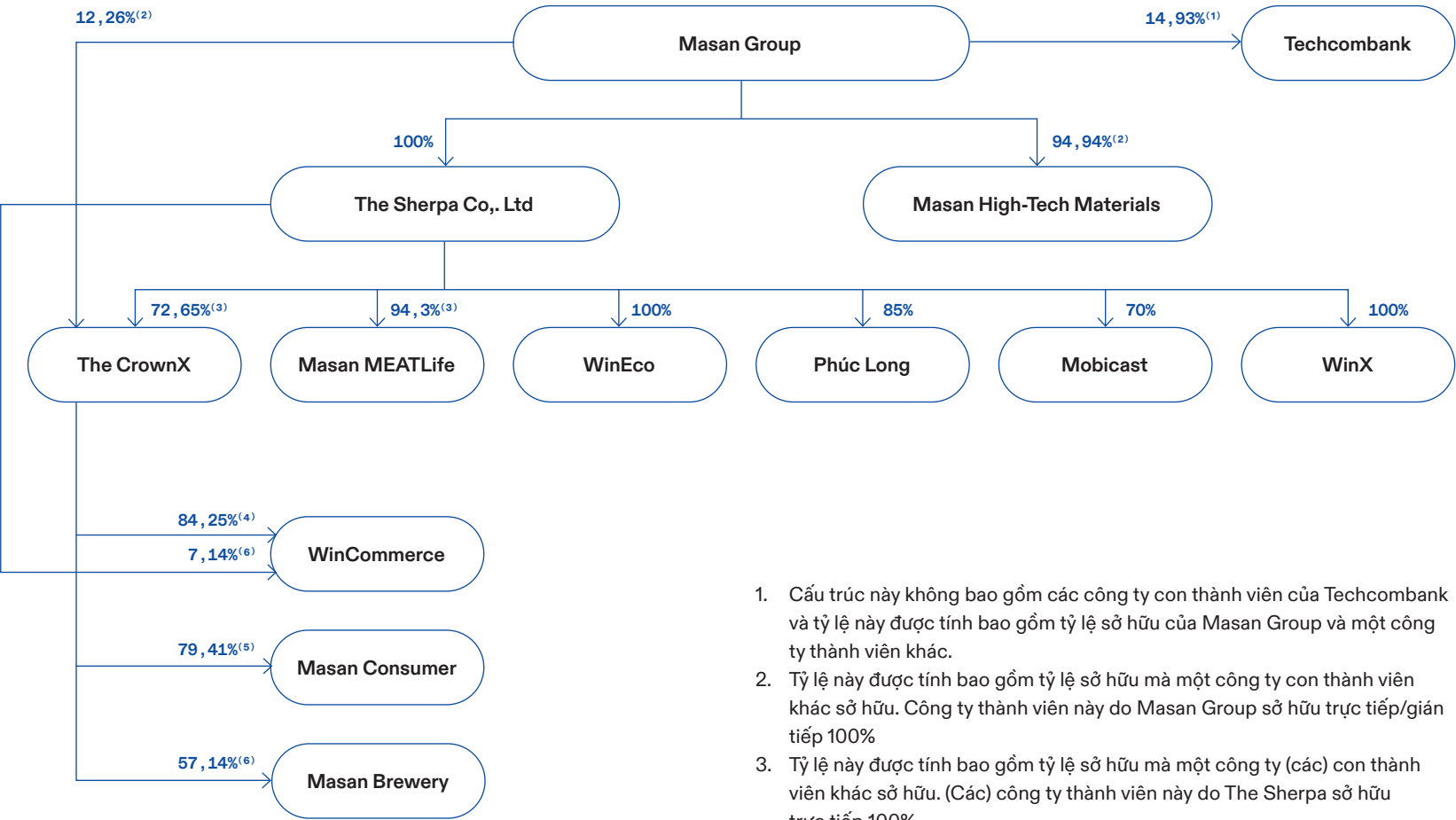
Tháng 1

Tập đoàn Masan đã điều chỉnh và gia hạn thành công các khoản vay trị giá tổng cộng 650 triệu USD, ngày đáo hạn được kéo dài thêm 2 năm đến năm 2030, lãi suất vay giảm đến 85 điểm cơ bản.



Cấu trúc Tập đoàn^(*)

Cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan ở thời điểm 31/12/2024, cụ thể như sơ đồ.



- 1. Cấu trúc này không bao gồm các công ty con thành viên của Techcombank và tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu của Masan Group và một công ty thành viên khác.
- 2. Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty con thành viên khác sở hữu. Công ty thành viên này do Masan Group sở hữu trực tiếp/gián tiếp 100%
- 3. Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty (các) con thành viên khác sở hữu. (Các) công ty thành viên này do The Sherpa sở hữu trực tiếp 100%
- 4. Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty con thành viên khác sở hữu. Công ty thành viên này do The CrownX sở hữu trực tiếp 84,3%
- 5. Tỷ lệ này chưa tính đến số cổ phiếu quỹ của Masan Consumer gồm 10.915.388 cổ phần. Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty con thành viên khác sở hữu. Công ty thành viên này do The CrownX sở hữu trực tiếp 85,7%
- 6. Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty con thành viên khác sở hữu. Công ty thành viên này do The CrownX sở hữu trực tiếp 85,7%

(*) Tỷ lệ sở hữu được căn cứ vào báo cáo tài chính kiểm toán

The CrownX

The CrownX là nền tảng tiêu dùng - bán lẻ hợp nhất các lĩnh vực kinh doanh của Tập đoàn Masan bao gồm Masan Consumer và WinCommerce. The CrownX tận dụng mạng lưới phân phối rộng khắp trên toàn quốc và sự thấu hiểu sâu sắc về người tiêu dùng để khai thác tiềm năng của tầng lớp trung lưu đang gia tăng và xu hướng tiêu dùng ngày càng phát triển tại Việt Nam. Được thành lập với tầm nhìn trở thành hệ sinh thái Point Of Life tích hợp hoàn chỉnh, The CrownX kết nối liền mạch các kênh bán lẻ trực tuyến và ngoại tuyến để đáp ứng nhu cầu đa dạng về sản phẩm và dịch vụ của người tiêu dùng Việt Nam. Với trọng tâm là đổi mới sáng tạo, tương tác khách hàng dựa trên công nghệ và tối ưu hóa chuỗi cung ứng, The CrownX hướng đến việc tái định nghĩa trải nghiệm bán lẻ, mang đến sự tiện lợi, chất lượng và giá trị vượt trội cho hàng triệu người tiêu dùng trên cả nước.

Masan Consumer Corporation

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“Masan Consumer”, niêm yết trên sàn UpCOM với mã chứng khoán MCH) là nền tảng chính của Tập đoàn Masan trong lĩnh vực đầu tư vào ngành thực phẩm, đồ uống và các ngành liên quan.

Được thành lập với sứ mệnh nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của hơn 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam, Masan Consumer đã vươn lên trở thành doanh nghiệp hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), đa ngành hàng dẫn đầu tại Việt Nam, đáp ứng các nhu cầu lớn, ngày càng thay đổi và ẩn sâu trong tâm trí của người tiêu dùng. Với mạng lưới phân phối rộng khắp, tiếp cận 98% hộ gia đình thông qua khoảng 313.000 điểm bán lẻ truyền thống và 6.700 điểm bán lẻ hiện đại, Masan Consumer đã xây dựng vị thế vững chắc trong các ngành hàng chủ chốt: gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống, cà phê và chăm sóc cá nhân & gia đình (HPC). Dựa trên sự thấu hiểu sâu sắc về người tiêu dùng, không ngừng đổi mới và sở hữu danh mục thương các hiệu mạnh bao gồm CHIN-SU, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Tiến Vua, Vinacafé, Wake-Up Coffee, Wake-Up 247, Compact, EnerZ, Bupnon Tea 365, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, Vivant, Faith, Homey, Joins, NET và Chanté, Masan Consumer đã chuyển đổi các thị trường hàng hóa phổ thông và tiên phong trong xu hướng cao cấp hóa.

Hành trình phát triển của công ty được xác định qua ba giai đoạn chiến lược: đầu tiên, trở thành lựa chọn thiết yếu trong gian bếp của người Việt với các sản phẩm gia vị và thực phẩm tiện lợi; tiếp theo, mở rộng sang ngành hàng đồ uống, cà phê và HPC để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng; và cuối cùng, thúc đẩy xu hướng cao cấp hóa, mở rộng tiêu dùng ngoài gia đình và vươn ra thị trường quốc tế. Với vị trí dẫn đầu thị trường, bao gồm số một trong ngành hàng nước mắm, tương ớt và nước tương, số hai trong mì ăn liền và số ba trong cà phê hòa tan, Masan Consumer tiếp tục đổi mới các ngành hàng và duy trì tăng trưởng bền vững. Cam kết đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu & phát

triển sản phẩm (R&D), chuyển đổi số và tương tác với người tiêu dùng giúp công ty duy trì công thức chiến thắng hiện thực hóa tầm nhìn: Mỗi gia đình Việt Nam, mọi sản phẩm Masan. Mỗi gia đình thế giới, ít nhất một sản phẩm Masan.

WinCommerce

WinCommerce là nhà bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam, tiên phong trong việc đổi mới thị trường bán lẻ hiện đại và đón đầu xu hướng chuyển dịch mạnh mẽ sang mô hình bán lẻ có tổ chức. Là mạng lưới bán lẻ lớn nhất và có độ phủ rộng nhất cả nước, WinCommerce vận hành đa dạng các mô hình cửa hàng bao gồm hệ thống siêu thị, cửa hàng WinMart, WinMart+, WinMart+ Rural và WIN. Các mô hình cửa hàng được phân bổ một cách chiến lược để phục vụ khách hàng ở cả khu vực thành thị và nông thôn Việt Nam. Hiện diện tại 62/63 tỉnh thành với hệ thống gồm 3.828 điểm bán lẻ cùng với việc hợp tác chiến lược với Masan MEATLife và WinEco nhằm đảm bảo nguồn cung ổn định các sản phẩm thịt chất lượng cao đạt tiêu chuẩn quốc tế và rau củ quả sạch, an toàn, WinCommerce đã và đang thiết lập tiêu chuẩn mới về sự tiện lợi, chất lượng và giá cả cạnh tranh trong ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tại Việt Nam.

Trọng tâm thành công của WinCommerce là chiến lược bán lẻ đa kênh (omnichannel), tích hợp liền mạch hệ thống cửa hàng offline với hệ sinh thái số mạnh mẽ. Thông qua chương trình Hội viên WiN, công ty đang xây dựng một trong những nền tảng khách hàng thân thiết lớn nhất tại Việt Nam, thúc đẩy sự gắn kết sâu sắc hơn, trải nghiệm cá nhân hóa đi cùng với các chương trình khuyến mãi giá trị cao.

Masan MEATLife

Masan MEATLife được thành lập với sứ mệnh mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt chất lượng cao, truy xuất nguồn gốc rõ ràng và giá cả hợp lý, góp phần thay đổi thị trường đạm động vật còn phân mảnh và thiếu tiêu chuẩn hóa tại Việt Nam. Đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về an toàn thực phẩm và chất lượng, công ty đã ra mắt MEATDeli vào năm 2018, tiên phong áp dụng công nghệ chế biến theo tiêu chuẩn châu Âu và công nghệ đóng gói khí quyển biến đổi (MAP) để cung cấp sản phẩm thịt an toàn hơn, tươi ngon hơn và có thể truy xuất đầy đủ nguồn gốc.Nhận thấy nhu cầu ngày càng lớn đối với các xu hướng tiêu dùng chất đạm tiện lợi, Masan MEATLife mở rộng sang mảng thịt chế biến vào năm 2022 thông qua việc mua lại Masan Jinju, giới thiệu các thương hiệu dẫn đầu thị trường không chứa phụ gia như Heo Cao Bồi và Ponnjie. Với nền tảng có khả năng mở rộng, liên tục đổi mới và hợp tác chiến lược, Masan MEATLife đang xây dựng nền tảng thịt tích hợp hoàn chỉnh đầu tiên tại Việt Nam, cung cấp danh mục sản phẩm đa dạng từ thịt ủ mát đến thịt chế biến, phù hợp với lối sống hiện đại của người tiêu dùng.

Bằng cách thúc đẩy tiêu chuẩn hóa thị trường và nâng cấp xu hướng tiêu dùng tương tự như những chuyển đổi đã diễn ra tại các thị trường phát triển

trong khu vực, MML đã và đang góp phần nâng tầm ngành đạm động vật tại Việt Nam. Được hỗ trợ bởi hệ sinh thái mạnh mẽ của Tập đoàn Masan, Masan MEATLife tận dụng các chiến lược tương tác số với người tiêu dùng, tiếp thị dựa trên dữ liệu và mô hình bán lẻ đa kênh, bao gồm tích hợp sâu với WinCommerce, để thúc đẩy tăng trưởng và mở rộng vị thế dẫn đầu trên thị trường.

Masan High-Tech Materials

Masan High-Tech Materials là nhà cung cấp vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu thế giới. Sản phẩm của Masan High-Tech Materials được sử dụng trong các ngành công nghiệp then chốt trên toàn cầu như điện tử, hóa chất, ô tô, hàng không vũ trụ, năng lượng và dược phẩm. Là nhà sản xuất các sản phẩm vonfram cận sâu lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc, Công ty có trung tâm nghiên cứu và phát triển tại Việt Nam và hiện đang vận hành mỏ đa kim Núi Pháo và một nhà máy chế biến vonfram hiện đại tại tỉnh Thái Nguyên. Masan High-Tech Materials cũng là nhà sản xuất Florit và Bismut lớn hàng đầu thế giới.

Techcombank

Techcombank là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn và tiên phong tại Việt Nam, cam kết dẫn đầu quá trình chuyển đổi số trong ngành tài chính. Với sứ mệnh trao quyền cho cá nhân, doanh nghiệp và tập đoàn để phát triển bền vững, Techcombank đã xây dựng một mạng lưới vững chắc trên toàn quốc với hơn 300 chi nhánh và phòng giao dịch, khẳng định vị thế là đối tác tài chính đáng tin cậy cho cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME).

Trong hơn 30 năm qua, Techcombank luôn tiên phong trong đổi mới và dịch vụ ngân hàng lấy khách hàng làm trung tâm, cung cấp danh mục sản phẩm tài chính đa dạng phù hợp với tầng lớp tiêu dùng đang phát triển nhanh chóng và khu vực kinh tế tư nhân năng động của Việt Nam. Bằng cách kết hợp các giải pháp số tiên tiến với sự am hiểu sâu sắc về nhu cầu tài chính địa phương, Techcombank đang trao quyền cho hàng triệu khách hàng Việt Nam hiện thực hóa mục tiêu tài chính của họ, đồng thời thúc đẩy sự chuyển đổi của nền kinh tế Việt Nam.

Cấu trúc vốn⁽¹⁾

2024 EBITDA ⁽²⁾ (tỷ đồng)	15,921
Số dư tiền và các khoản tương đương tiền (tỷ đồng) ⁽³⁾	19,226
Tổng nợ (tỷ đồng)	65,549
Nợ thuần (tỷ đồng)	46,323
Số cổ phiếu đã phát hành	1,512,928,087
Vốn điều lệ (tỷ đồng)	15,129
Vốn chủ sở hữu ⁽⁴⁾ (tỷ đồng)	30,242

(1) Số liệu theo Bảng cân đối kế toán tại ngày 31/12/2024.

(2) EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại. Đóng góp của công ty liên kết Techcombank (“TCB”) được đưa vào do tầm quan trọng của TCB trong kết quả hoạt động của MSN.

(3) Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn.

(4) Không bao gồm lợi ích cổ đông không kiểm soát.

Quản trị Doanh nghiệp
Cơ cấu Tổ chức

Tập đoàn Masan cam kết quản trị doanh nghiệp hiệu quả, thực hiện quy trình, chính sách theo thông lệ tốt nhất và minh bạch. Ngoài việc được giám sát từ các nhà đầu tư, tổ chức lớn, các quy định về quản trị doanh nghiệp theo pháp luật Việt Nam, chúng tôi đã thành lập Hội đồng Chiến lược và Phát triển. Hoạt động quản trị doanh nghiệp được hỗ trợ và tư vấn bởi thành viên độc lập Hội đồng Quản trị và các bên tư vấn khác.

Chấp thuận	Đại Hội đồng Cổ đông	
Phê duyệt	Hội đồng Quản trị Ủy ban Kiểm toán (trực thuộc Hội đồng Quản trị)	
Quản trị chiến lược	Ban Điều hành - Tổng Giám đốc - Các Phó Tổng Giám đốc - Giám đốc Tài chính - Kế toán Trưởng	
Thực thi	Bộ phận Chiến lược và Phát triển	Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Nguồn Nhân lực, Quan hệ đối ngoại, Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị

Hội đồng Quản Trị

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

Ban Điều hành

Được dẫn dắt bởi Tổng Giám đốc, Ban Điều hành có nhiệm vụ chính là quản lý chiến lược, phân bổ nguồn lực ở cấp quản lý cấp cao, kế toán tài chính và kiểm soát, phân bổ vốn, quản trị, và kiểm soát nội bộ. Tổng Giám đốc và thành viên Ban Điều hành được hỗ trợ và tư vấn bởi Hội đồng Chiến lược và Phát triển.

Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực

Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực chịu trách nhiệm thực hiện các báo cáo tài chính, tuân thủ luật pháp, xây dựng thương hiệu và quan hệ đối ngoại, và quản lý các công việc hành chính hàng ngày trong Công ty. Những vị trí quản lý cấp cao của bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực giữ vai trò quan trọng trong việc thực thi và theo dõi các giao dịch sau khi hoàn tất.

Ủy ban Kiểm toán

Ủy ban Kiểm toán là cơ quan chuyên môn thuộc Hội đồng Quản trị. Ủy ban Kiểm toán, ngoài các quyền và nghĩa vụ khác, rà soát hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro, giám sát tính trung thực của báo cáo tài chính của Công ty và thực hiện các hoạt động giám sát khác nhằm bảo đảm Công ty tuân thủ quy định của pháp luật, yêu cầu của cơ quan quản lý và quy định nội bộ khác của Công ty.

Bộ phận chiến lược và phát triển

Bộ phận Chiến lược và Phát triển làm việc sát sao với các Tổng Giám đốc và đội ngũ lãnh đạo của các công ty con để phát triển chiến lược phục vụ cho tăng trưởng bền vững và tạo giá trị gia tăng. Bộ phận Chiến lược và Phát triển chịu trách nhiệm phối hợp với các phòng ban khác để thực hiện các giao dịch lớn như M&A, hợp tác chiến lược. Từ những thương thảo ban đầu cho đến ký kết hợp đồng, Bộ phận Chiến lược và Phát triển đều áp dụng quy trình chặt chẽ nhằm bảo đảm có được các chấp thuận từ cấp lãnh đạo khi thực hiện giao dịch. Một giao dịch được đánh giá dựa trên các phân tích chiến lược, những điều khoản thương mại, ảnh hưởng của chính sách kế toán, cấu trúc công ty, tính hợp pháp và phù hợp với các thỏa thuận hiện tại và tiềm năng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trong tương lai.

Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị

Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị tư vấn cho Tổng Giám đốc về chiến lược bền vững của công ty cũng như các xu hướng, rủi ro và cơ hội liên quan đến Môi trường, Xã hội, và Quản trị. Ủy ban thúc đẩy chương trình nghị sự về phát triển bền vững ở cấp độ nhóm và phối hợp chặt chẽ giữa các phân khúc kinh doanh và chức năng nội bộ của công ty, trong việc thực hiện và điều chỉnh chiến lược theo chủ đề/ phát triển bền vững bao gồm các chính sách, thủ tục, sáng kiến, chương trình và xếp hạng. Thông tin chi tiết về Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị và thành tích của Ủy ban, vui lòng xem Chương Phát triển Bền vững.

Hội đồng Quản trị

Hiện nay, Hội đồng Quản trị có một thành viên điều hành và năm thành viên không điều hành. 2/6 thành viên của Hội đồng Quản trị là thành viên độc lập. Hoạt động của Hội đồng Quản trị được tổ chức bởi Chủ tịch Hội đồng Quản trị.

Thành viên của Hội đồng Quản trị bao gồm:

Dr. Nguyễn Đăng Quang — Chủ tịch

Dr. Nguyễn Đăng Quang là Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Masan Group. Ông hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 4 công ty khác, gồm Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation), Chủ tịch HĐQT Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Techcombank.

Dr. Quang đã góp phần quan trọng trong quá trình thành lập và phát triển nhiều hoạt động kinh doanh và công ty con của chúng tôi. Ông là người có tầm nhìn chiến lược, đã hỗ trợ quá trình chuyên môn hóa Masan Group trong giai đoạn phát triển đầu tiên đồng thời vẫn giữ được bản sắc văn hóa cũng như các giá trị Việt Nam.

Dr. Quang có học vị Tiến sĩ Khoa học Kỹ thuật của Đại học Vật lý Ứng dụng thuộc Viện Hàn Lâm Khoa Học Belarus và bằng Thạc sĩ Quản lý và Quản trị Kinh doanh của Đại học Kinh tế Nga Plekhanov.

Ông Nguyễn Thiếu Nam — Thành viên

Ông Nguyễn Thiếu Nam là Phó Tổng Giám đốc và là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty. Ông đã từng giữ vai trò điều hành cấp cao tại các công ty con và công ty liên kết của chúng tôi như Masan Consumer và Techcombank. Ông là thành viên HĐQT tại 05 công ty khác, bao gồm Masan Corporation, Công ty Cổ phần Tập đoàn Baltic Titan, Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Nước Khoáng Quảng Ninh và Công ty Cổ phần Mobicast, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Masan High-Tech Materials.

Ông Nguyễn Thiếu Nam cũng nắm giữ các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

1	Công ty Cổ phần Masan	Phó Tổng Giám đốc
2	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Chủ tịch Hội đồng Thành viên (HĐTV)
3	Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương	Chủ tịch Công ty và Giám đốc
4	Công ty TNHH MTV Masan Brewery Distribution	Chủ tịch
5	Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY	Chủ tịch
6	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Chủ tịch
7	Công ty TNHH Masan Master Brewer	Chủ tịch
8	Công ty TNHH Masan Brewery MB	Chủ tịch
9	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	Thành viên HĐQT
10	Công ty TNHH Masan Brewery	Thành viên HĐQT
11	Công ty TNHH Vonfram Masan	Thành viên HĐQT
12	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco	Chủ tịch công ty và Tổng Giám đốc
13	Công ty TNHH Nông Nghiệp Đồng Nai - WinEco	Chủ tịch HĐQT và Giám đốc
14	Công ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất và Phát Triển Nông Nghiệp WinEco – Tam Đảo	Chủ tịch HĐQT và Giám đốc

Tại Masan Group, ông Nam quản lý mảng quan hệ với các đối tác quan trọng và lãnh đạo công tác thực thi trong nước. Ông đã góp phần thúc đẩy quá trình bồi thường và tái định cư Dự Án Núi Pháo, tạo điều kiện cho quá trình thu hồi đất lên tới 91% diện tích đất cần thiết cho dự án tính đến tháng 6/2011, so với mức thu hồi chỉ đạt 2% diện tích đất trước khi Masan Group tiếp nhận. Gần đây, ông Nam giữ vai trò quan trọng trong chiến lược tham gia ngành thịt mát có thương hiệu của Tập đoàn. Ông tốt nghiệp trường Đại học Thương mại Hà Nội với bằng Cử nhân Kinh tế.

Bà Nguyễn Hoàng Yến — Thành viên

Bà Nguyễn Hoàng Yến là Phó Tổng Giám đốc của Masan Consumer. Bà là nhà quản lý điều hành chủ chốt của Masan Consumer từ những năm đầu thành lập khi đây còn là một công ty kinh doanh thực phẩm. Bà đã đóng góp vào sự chuyển đổi Masan Consumer một cách toàn diện, giúp công ty này trở thành doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống có thương hiệu lớn trong nước.

Bà hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, cụ thể Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Masan PQ, thành viên Hội đồng Quản trị của Masan Corporation, Masan Consumer, Công ty Cổ phần Bột giặt NET (NETCO), và Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa.

Bà Nguyễn Hoàng Yến còn nắm các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

1	Công ty TNHH Cát Trắng	Chủ tịch HDTV và Tổng Giám đốc
2	Công ty TNHH MTV Nam Ngư Phú Quốc	Chủ tịch công ty
3	Công ty TNHH Masan Long An	Chủ tịch công ty

Bà Nguyễn Hoàng Yến tốt nghiệp Đại học Ngoại ngữ Hà Nội, chuyên ngành Tiếng Nga.

Ông Nguyễn Đoan Hùng — Thành viên độc lập

Ông Nguyễn Đoan Hùng cũng là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng. Trước đó ông từng giữ nhiều chức vụ cấp cao khi làm việc cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam như Trưởng ban Nghiên cứu, Xây dựng và Phát triển thị trường vốn; Chánh văn phòng Thống đốc NHNN, Vụ trưởng Vụ Quản lý Ngoại hối. Ông Hùng cũng từng là Phó Chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, và là thành viên độc lập trong Hội đồng Quản trị Ngân hàng Techcombank. Ông Nguyễn Đoan Hùng có bằng Cử nhân tiếng Anh từ ĐH Ngoại Ngữ Hà Nội, và bằng Thạc sĩ Quản trị Tài chính của ĐH London.

Ông David Tan Wei Ming — Thành viên độc lập

David Tan hiện là thành viên HĐQT tại TPG Capital Asia. Trước đó ông là Giám đốc của KKR Châu Á. Ông từng giữ vị trí thành viên Hội đồng Quản trị tại Masan Consumer và Masan MEATLife. Với 13 năm hoạt động trong lĩnh vực quỹ đầu tư tư nhân, David có nhiều kinh nghiệm trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp đa ngành ở Đông Nam Á phát triển thành các công ty hàng đầu thị trường. Ông David Tan có bằng Cử nhân Khoa học chuyên ngành Kinh tế và bằng Cử nhân Xã hội.

Bà Nguyễn Thị Thu Hà — Thành viên

Bà Nguyễn Thị Thu Hà hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của Masan Corporation và Masan Consumer. Trước đó bà từng làm việc tại Cơ quan Hợp tác Quốc Tế Nhật Bản (JICA). Bà Hà có bằng Cử nhân Luật, Khoa luật, Đại học Quốc gia (Hà Nội); Cử nhân Kinh tế, chuyên ngành Kinh tế Đối ngoại, Đại học Ngoại thương Hà Nội; Cử nhân Ngoại ngữ tiếng Anh và tiếng Nga, Đại học Ngoại ngữ - Đại học Quốc gia Hà Nội.

Chủ tịch Hội đồng Quản trị đóng vai trò lãnh đạo quan trọng và tham gia:

- Chủ trì các cuộc họp của Hội đồng Quản trị và đóng vai trò lãnh đạo hiệu quả;
- Duy trì đối thoại với Ban Điều hành và chỉ đạo chiến lược phù hợp;
- Giám sát hiệu quả hoạt động của Hội đồng Quản trị; và
- Là đại sứ cho Tập đoàn, bao gồm chủ trì Đại hội đồng Cổ đông và xử lý các vấn đề liên quan đến cộng đồng và giữ quan hệ với những cổ đông lớn.

Hội đồng Quản trị có trách nhiệm vạch ra phương hướng, chiến lược và mục tiêu tài chính của Tập đoàn, và giám sát sự tiến triển của những vấn đề này. Hiện HĐQT chưa thành lập các tiểu ban trực thuộc.

Các thành viên không điều hành thường xuyên trao đổi với Ban Điều hành để nắm được diễn biến và hiệu quả hoạt động của Tập đoàn.

Chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu Masan Group của các thành viên Hội đồng Quản trị (theo số liệu tại ngày 18/9/2024) như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Dr. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	18	0,00
Ông Nguyễn Thiếu Nam	Thành viên	721.567	0,05
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	50.898.280	3,36
Bà Chae Rhan Chun (đã từ nhiệm tháng 10/2024)	Thành viên	0	0
Ông Nguyễn Đoan Hùng	Thành viên độc lập	0	0
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên độc lập	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	0	0

Họp Hội đồng Quản trị

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

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

Hoạt động của Hội đồng Quản trị

Trong năm 2024, Hội đồng Quản trị đã ban hành 22 Nghị quyết thuộc thẩm quyền theo hình thức họp và lấy ý kiến bằng văn bản. Những vấn đề chính trong năm 2024 được các thành viên Hội đồng Quản trị thảo luận và thông qua gồm:

- Phê duyệt việc điều chỉnh phương án sử dụng vốn chi tiết từ đợt chào bán cổ phần ưu đãi cổ tức có quyền chuyển đổi thành cổ phần phổ thông;
- Thông qua hồ sơ chào bán riêng lẻ cổ phiếu ưu đãi cổ tức có quyền chuyển đổi thành cổ phần phổ thông;
- Triệu tập Đại Hội đồng Cổ đông thường niên;
- Phê duyệt kế hoạch kiểm toán nội bộ năm 2024;
- Bầu Chủ tịch HĐQT và phê chuẩn UBKT nhiệm kỳ 2024 – 2029;
- Phê duyệt việc tăng vốn điều lệ sau đợt chào bán riêng lẻ cổ phiếu ưu đãi cổ tức;
- Triển khai thực hiện phát hành cổ phiếu ESOP và phương án đảm bảo phát hành cổ phiếu đáp ứng tỷ lệ sở hữu nước ngoài;
- Tăng vốn và thay đổi địa chỉ trụ sở chính của công ty con;
- Phê duyệt việc miễn nhiệm 01 (một) thành viên HĐQT và thay đổi số lượng thành viên HĐQT;
- Triển khai các giao dịch khác của Masan Group và các công ty con.

Trong năm qua không có cuộc họp riêng biệt nào dành cho các thành viên không điều hành. Các phê chuẩn của Hội đồng Quản trị có sự tham gia của các thành viên.

Ban lãnh đạo Tập đoàn và các nhân sự chuyên trách về pháp lý, tài chính...của Công ty được cử và tích cực tham gia các lớp đào tạo, hội thảo, hội nghị về công tác quản trị công ty để cập nhật và nắm bắt kịp thời các quy định pháp luật mới và các hướng dẫn liên quan đến hoạt động quản trị do Ủy ban Chứng khoán nhà nước, Tổng Công ty Lưu ký và Bù trừ chứng khoán Việt Nam và các đơn vị khác liên quan phối hợp tổ chức.

Ban Điều hành

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

Hiện nay, Ban Điều hành có các thành viên điều hành cao cấp nhất của Masan Group, gồm Tổng Giám đốc, hai Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng. Thành viên của Ban Điều hành bao gồm:

Ông Danny Le — Tổng Giám đốc

Ngày 19/6/2020, Hội đồng Quản trị đã thông qua Nghị quyết bổ nhiệm ông Danny Le làm Tổng Giám đốc Masan Group với nhiệm kỳ 5 năm. Trước khi gia nhập Masan, ông Danny Le từng là chuyên viên phân tích, bộ phận Ngân hàng Đầu tư tại Morgan Stanley trong giai đoạn 2006-2010. Khoảng thời gian này, ông Danny Le đã tham gia nhiều thương vụ M&A và các giao dịch trên thị trường vốn và tư nhân hoá cho nhiều khách hàng trên toàn cầu. Gia nhập Masan Group từ năm 2010, ông Danny Le có vai trò quan trọng trong việc xây dựng chiến lược tăng trưởng của Masan Group, cũng như trực tiếp tổ chức các giao dịch M&A tạo dựng Nền tảng Chiến lược của Tập đoàn.

Ông Danny Le tốt nghiệp Đại học Bowdoin, Mỹ.

Ông Nguyễn Thiếu Nam — Phó Tổng Giám đốc

Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

Ông Michael Hung Nguyen — Phó Tổng Giám đốc

Ông Michael Hung Nguyen phụ trách các dự án chiến lược (bao gồm các cơ hội kinh doanh mới), thị trường vốn (cổ phiếu, trái phiếu, các công cụ tài chính khác), quản trị quan hệ với các nhà đầu tư chiến lược, và các nhiệm vụ quản trị khác. Ông đã xây dựng nền tảng thực hiện giao dịch và hoạt động kinh doanh của Công ty để hỗ trợ các công ty con và sự phát triển của Công ty trong các lĩnh vực mới. Ông đã tham gia từ đầu vào quá trình chuyển đổi Masan từ một công ty thực phẩm thành một Tập đoàn tư nhân hàng đầu qua việc huy động hơn 4 tỷ USD vốn cho công ty và dẫn dắt một số thương vụ mua bán doanh nghiệp quan trọng.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông Michael đã hỗ trợ xây dựng nhóm thực thi ngân hàng đầu tư tại Việt Nam của J.P. Morgan và làm việc trong lĩnh vực M&A, thị trường vốn và các giao dịch tư nhân với các khách hàng tài chính, bất động sản và tiêu dùng. Trước khi đến Việt Nam, ông Michael đã tư vấn và cung cấp các giải pháp cho nhiều khách hàng quốc tế tại J.P. Morgan ở New York.

Ông Michael H. Nguyen tốt nghiệp Đại học Harvard, Mỹ.

Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên — Giám đốc Tài chính

Bà Duyên có 18 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán. Ngày 29/12/2023, Hội đồng Quản trị đã thông qua nghị quyết bổ nhiệm bà Đoàn Thị Mỹ Duyên làm Giám đốc Tài chính của Tập đoàn Masan. Bà gia nhập Masan từ năm 2011, đóng vai trò quan trọng trong công tác xây dựng chiến lược tăng trưởng của Tập đoàn Masan. Trước khi gia nhập Masan, bà Duyên từng làm việc cho các công ty kiểm toán toàn cầu trong Big4. Bà Duyên có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và có bằng Thạc sĩ Tài chính Doanh nghiệp và bằng Kế toán tại Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Ông Nguyễn Huy Hùng — Kế toán trưởng

Ông Hùng có 17 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán. Trước khi gia nhập Tập đoàn Masan, ông từng giữ vị trí Giám đốc Kiểm toán của KPMG, Việt Nam. Ông Hùng có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và tốt nghiệp Đại Học Kinh tế - Luật - Đại Học Quốc Gia Thành Phố Hồ Chí Minh.

Chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan Group của các thành viên Ban Điều hành (theo số liệu tại ngày 18/9/2024) như sau:

Ban Điều hành	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Danny Le	Tổng Giám đốc	3 . 700 . 855	0 , 25
Ông Nguyễn Thiệu Nam	Phó Tổng Giám đốc	721 . 567	0 , 05
Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc	3 . 665 . 407	0 , 24
Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên	Giám đốc Tài chính	673 . 666	0 , 04
Ông Nguyễn Huy Hùng	Kế toán Trưởng	121.465	0 , 01

Ủy ban Kiểm toán

Ủy ban Kiểm toán bao gồm các thành viên sau đây:

Ông Nguyễn Đoàn Hùng — Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

Bà Nguyễn Thị Thu Hà — Thành viên Ủy ban Kiểm toán

Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

Tính đến ngày 31/12/2024, chi tiết về sở hữu cổ phiếu Công ty của các thành viên Ủy ban Kiểm toán như sau:

Thành viên Ủy ban Kiểm toán	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	0	0

Trong năm 2024, Ủy ban Kiểm toán đã tổ chức 2 cuộc họp nhằm xem xét, đánh giá tình hình tài chính, hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro của Công ty. Một số kết quả chính từ hoạt động giám sát của Ủy ban Kiểm toán trong năm:

- Ban Điều hành thực hiện đúng và đầy đủ trách nhiệm điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty phù hợp Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, Nghị quyết của Đại Hội đồng Cổ đông, các Nghị quyết của Hội đồng Quản trị, các quy chế nội bộ và các quy định khác của pháp luật;
- Các báo cáo tài chính và các công bố kết quả kinh doanh hàng quý, 06 tháng đầu năm và cả năm của Công ty được lập phản ánh trung thực về kết quả tài chính, tình hình hoạt động của Công ty; được công bố thông tin định kỳ phù hợp quy định pháp luật.
- Các Nghị quyết của HĐQT đã được ban hành phù hợp với thẩm quyền của HĐQT và nội dung của các Nghị quyết này tuân thủ Nghị quyết của Đại Hội đồng Cổ đông, Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, và các quy định khác của pháp luật.

Thù lao của Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc

Trong năm 2024, các thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty không hưởng thù lao (trừ thành viên Nguyễn Đoàn Hùng nhận một khoản thanh toán cho các chi phí điện thoại, chi phí đi lại là 1.080.000.000 đồng). Tiền lương và tiền thưởng của Tổng Giám đốc phát sinh cho cả năm 2024 được thể hiện trong báo cáo tài chính năm 2024 của Công ty.

Hợp đồng hoặc giao dịch với người nội bộ và người có liên quan của người nội bộ

Danh sách người có liên quan của Công ty, người nội bộ và người có liên quan của người nội bộ được liệt kê tại Báo cáo tình hình quản trị năm 2024 và được công bố trên website của Công ty.

Trong năm 2024, Công ty thực hiện các giao dịch với người có liên quan của Công ty; hoặc với cổ đông lớn, người nội bộ, người có liên quan của người nội bộ như sau:

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ liên quan với Công ty	Nội dung, số lượng, tổng giá trị giao dịch	
1	Công ty TNHH The Sherpa	Công ty con	Góp vốn Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp Chia sẻ chi phí
2	Công ty TNHH Zenith Investment	Công ty con	Góp vốn Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp Lãi trái phiếu đã trả Mua dịch vụ
3	Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Chia sẻ chi phí	Mua hàng
4	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Lãi trái phiếu đã trả Mua hàng	Chia sẻ chi phí
5	Công ty TNHH Tầm nhìn Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp	Khoản vay đã nhận Khoản vay đã hoàn trả Chi phí lãi vay từ các khoản vay nhận được
6	Công ty Cổ phần Masan Blue	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp
7	Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp Chia sẻ chi phí
8	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp
9	Công ty TNHH Vonfram Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp
10	Công ty Cổ phần 3F Việt	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp
11	Công ty Cổ phần The CrownX	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Mua dịch vụ	
12	Công ty Cổ phần Mobicast	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi	Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp Mua dịch vụ
13	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Mua hàng	Chia sẻ chi phí
14	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triểnNông nghiệp WinEco	Tổ chức liên quan của người nội bộ	Khoản cho vay đã cấp Khoản cho vay đã thu hồi Thu nhập lãi cho vay từ các khoản vay đã cấp	Khoản vay đã nhận Chi phí lãi vay từ các khoản vay nhận được Mua hàng

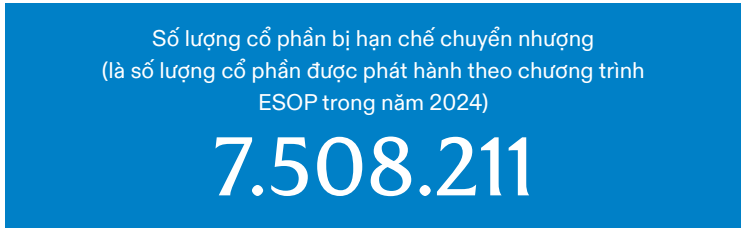
Thông tin Cổ đông

Tại thời điểm 31/12/2024, vốn điều lệ của Masan Group là 15.129.280.870.000 đồng.

Cổ phần

Tổng số cổ phần đã phát hành và loại cổ phần của Masan Group: 1.438.351.617 cổ phần phổ thông và 74.576.470 cổ phần ưu đãi cổ tức.

- Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần.
- Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 1.438.351.617 cổ phần; trong đó:
 - Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 7.508.211 cổ phần (là số lượng cổ phần được phát hành theo chương trình ESOP trong năm 2024); và
 - Số lượng cổ phần tự do chuyển nhượng: 1.430.843.406 cổ phần.



Cơ cấu cổ đông

Tính theo tỷ lệ sở hữu

Cổ đông lớn bao gồm

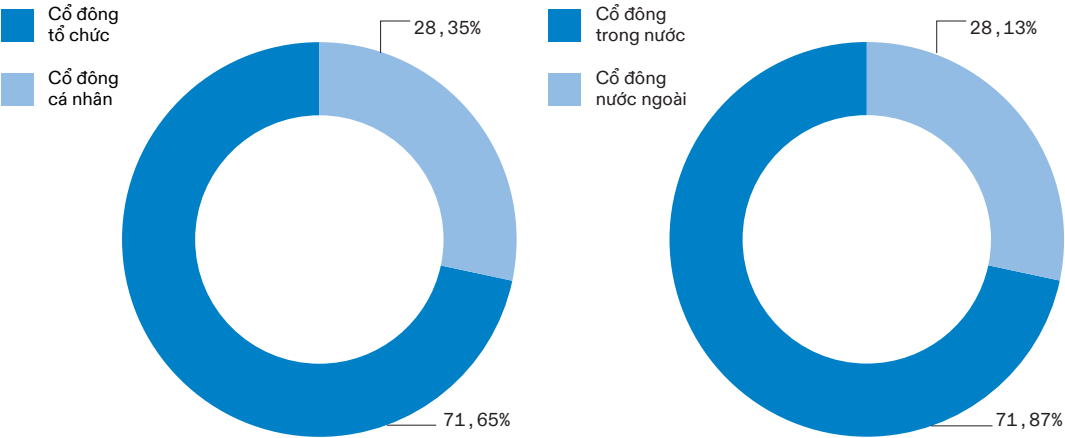
STT	Cổ đông	Cổ phần	Tỷ lệ (%)
1	Công ty Cổ phần Masan	446 . 278 . 464	29 , 5%
2	Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương	189 . 081 . 487	12 , 5%
3	Tổng cộng	635 . 359 . 951	42%

Tính đến ngày 31/12/2024, Công ty không có cổ đông lớn là tổ chức nước ngoài.

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Tại thời điểm ngày 18/9/2024, Masan Group có 32.159 cổ đông, trong đó có 31.860 cổ đông cá nhân nắm giữ 428.869.222 cổ phần tương ứng với 28,35%; và 299 cổ đông tổ chức nắm giữ 1.084.058.865 cổ phần tương ứng với 71,65%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Tại thời điểm ngày 18/9/2024, Masan Group có 30.725 cổ đông trong nước nắm giữ 1.087.346.842 cổ phần tương ứng với 71,87%; và 1.434 cổ đông nước ngoài nắm giữ 425.581.245 cổ phần, tương ứng với 28,13%.

Từ ngày 10/05/2024, tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Công ty là 49% vốn điều lệ.



Thay đổi vốn điều lệ

Trong năm 2024, Công ty đã tăng vốn điều lệ từ 14.308.434.060.000 đồng lên 15.129.280.870.000 đồng do phát hành cổ phiếu ưu đãi cổ tức và phát hành cổ phiếu mới theo chương trình ESOP.

Trong năm 2024, Công ty không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

Trong năm 2024, Công ty không thực hiện phát hành trái phiếu.

Tỷ lệ sở hữu và sự thay đổi tỷ lệ sở hữu của các thành viên Hội đồng Quản trị

	31/12/2024	31/12/2023	Tăng/ Giảm
Dr. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch	0%	0%	0%
Ông Nguyễn Thiều Nam, Thành viên	0,05%	0,05%	0%
Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên	3,36%	3,56%	(0,2%)
Bà Chae Rhan Chun, Thành viên (đã từ nhiệm tháng 10/2024)	0%	0%	0%
Ông Nguyễn Đoàn Hùng, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Ông David Tan Wei Ming, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Bà Nguyễn Thị Thu Hà, Thành viên	0%	0%	0%

Thông tin về giao dịch cổ phiếu của những người nội bộ và người có liên quan

Từ ngày 29/10/2024 đến ngày 18/11/2024, Bà Nguyễn Yến Linh là người có liên quan của Ông Nguyễn Đăng Quang và Bà Nguyễn Hoàng Yến đã mua 8.496.800 cổ phiếu, tương đương 0,56% vốn điều lệ của Công ty.

XÁC NHẬN CỦA ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CÔNG TY

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



NGUYỄN ĐĂNG QUANG

Thông tin cổ phiếu

	Vào ngày 31/12/2024
Vốn điều lệ (tỷ đồng)	15 . 129
Giá cổ phiếu (đồng)	70 . 100
Giá cao nhất 52 tuần (đồng)	81 . 100
Giá thấp nhất 52 tuần (đồng)	64 . 700
Số lượng cổ phiếu đã phát hành (cổ phiếu)	1 . 512 . 928 . 087
Số lượng cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu)	1 . 438 . 351 . 617
Số lượng cổ phiếu ưu đãi (cổ phiếu)	74 . 576 . 470
Số cổ phiếu quỹ (cổ phiếu)	0
Thị giá vốn (tỷ đồng)	100 . 828

Khuyến cáo sử dụng báo cáo

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

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

Định nghĩa thuật ngữ/ từ viết tắt

3F	Thức ăn chăn nuôi - Trang trại - Thực phẩm (Feed – Farm – Food, từ trang trại đến bàn ăn)
AI	Trí tuệ nhân tạo
ANCO	Công Ty Cổ Phần Dinh Dưỡng Nông Nghiệp Quốc Tế là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến, gia công các sản phẩm thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản từng thuộc sở hữu của Tập Đoàn Masan, hoặc thương hiệu “ANCO”, tùy từng trường hợp áp dụng
APT	Ammonium Paratungstate
B2C	Business to Consumer (giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng)
B2B2C	Business to Business to Customer (mô hình kinh doanh phản ánh sự hợp tác giữa các chủ thể doanh nghiệp để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng)
BRC	Là tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm do Hiệp hội bán lẻ Anh quốc (British Retailer Consortium) thiết lập
CAGR	Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm
Công ty/ Tập đoàn Masan/ Masan Group/ MSN	Công Ty Cổ Phần Tập Đoàn Masan
Công Ty Núi Pháo	Công Ty TNHH Khai Thác Chế Biến Khoáng Sản Núi Pháo, một công ty do Công ty TNHH Thương Mại Và Đầu Tư Thái Nguyên và Công ty TNHH Tài Nguyên Masan Thái Nguyên (công ty con của Masan High-Tech Materials) sở hữu toàn bộ
CTCP	Công ty cổ phần
Dự Án Núi Pháo	Dự án mang tên “Dự án khai thác, chế biến khoáng sản Núi Pháo” theo Giấy Chứng Nhận Đầu Tư số 1712100026 do UBND Tỉnh Thái Nguyên cấp ngày 21 tháng 7 năm 2010, như được sửa đổi bổ sung vào từng thời điểm
ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông
GLOBAL G.A.P	Tiêu chuẩn toàn cầu về thực hành sản xuất nông nghiệp tốt
ESOP	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động
ESG	Môi trường, Xã hội, và Quản trị (Environmental, Social, and Governance)
GCNĐKDN	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp
H.C. Starck / HCS	H.C. Starck GmbH
HDQT	Hội đồng quản trị
Inland ASEAN	Khu vực Đông Nam Á lục địa, bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Lào và Campuchia

KNK	Khí nhà kính
KKR	Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., một công ty đầu tư toàn cầu
Masan Beverage	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage, một công ty do Masan Consumer sở hữu toàn bộ
Masan Brewery	Công Ty TNHH Masan Brewery, một công ty do Masan Consumer Holdings sở hữu phần vốn góp chi phối
Masan Brewery Distribution	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery Distribution, một công ty do Masan Brewery sở hữu toàn bộ
Masan Brewery HG	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery HG, một công ty do Masan Master Brewer sở hữu toàn bộ
Masan Brewery PY	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery PY (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Bia Và Nước Giải Khát Phú Yên), một công ty do Masan Master Brewer sở hữu toàn bộ
Masan Corporation	Công Ty Cổ Phần Masan
Masan Consumer/ Masan Consumer Corporation/ MCH	Công Ty Cổ Phần Hàng Tiêu Dùng Masan, một công ty do Masan Consumer Holdings sở hữu cổ phần chi phối
Masan Consumer Holdings	Công Ty TNHH MasanConsumerHoldings, một công ty do The CrownX sở hữu phần vốn góp chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng
Masan Food	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thực Phẩm Masan, một công ty do Masan Consumer sở hữu toàn bộ
Masan High-Tech Materials/ MHT	Công Ty Cổ Phần Masan High-Tech Materials (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Tài Nguyên Masan), một công ty do Masan Horizon sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực khai thác và chế biến khoáng sản thuộc Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng
Masan Jinju	Công Ty Cổ Phần Masan Jinju (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Sài Gòn), một công ty do Masan Food sở hữu cổ phần chi phối
Masan Master Brewer	Công Ty TNHH Masan Master Brewer, một công ty do Masan Brewery sở hữu toàn bộ
Masan MEATLife/ MML	Công Ty Cổ Phần Masan MEATLife (tên trước đây có là Công Ty Cổ Phần Masan Nutri-Science), một công ty do Tập đoàn Masan sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh sản phẩm tiêu dùng thuộc chuỗi giá trị “MEATLife” của Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng
Masan Horizon	Công ty TNHH Tầm Nhìn Masan (trước đây có tên là Công ty Cổ phần Tầm Nhìn Masan)

ML	Machine Learning (công nghệ máy học)
Nam Ngự Phú Quốc	Công Ty TNHH Một Thành Viên Nam Ngự Phú Quốc, một công ty do Masan Food sở hữu toàn bộ
NETCO	Công Ty Cổ Phần Bột Giặt Net
Nước Khoáng Quảng Ninh	Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Quảng Ninh, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối
O²	Từ offline đến online
Phúc Long	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, một công ty do The Sherpa (thông qua sở hữu trực tiếp và gián tiếp) sở hữu cổ phần chi phối
Proconco	Công Ty Cổ Phần Việt – Pháp Sản Xuất Thức Ăn Gia Súc là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản từng thuộc sở hữu của Tập đoàn Masan, hoặc thương hiệu “Proconco”, tùy từng trường hợp áp dụng
R&D	Nghiên cứu & Phát triển
SGDCK	Sở giao dịch chứng khoán
SGDCK TP.HCM/ HOSE	Sở Giao Dịch Chứng Khoán Thành Phố Hồ Chí Minh
Singha	Singha Asia Holdings Pte. Ltd, một công ty thành viên của Singha Asia – một trong những công ty sản xuất bia, thức uống và thực phẩm tại khu vực Đông Nam Á
SKU	Đơn vị lưu kho
Techcombank/ TCB	Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Kỹ Thương Việt Nam
The CrownX	Công Ty Cổ Phần The CrownX, một công ty do The Sherpa sở hữu cổ phần chi phối
The Sherpa	Công Ty TNHH The Sherpa, một công ty do Masan Group sở hữu toàn bộ
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
UBCKNN	Ủy Ban Chứng Khoán Nhà Nước
USD/ Đô La Mỹ	Đô la Mỹ, đơn vị tiền hợp pháp của Hợp Chúng Quốc Hoa Kỳ
Vinacafé	Công Ty Cổ Phần Vinacafé Biên Hòa, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối, hoặc thương hiệu “Vinacafé”, tùy từng trường hợp áp dụng
Vĩnh Hảo	Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Vĩnh Hảo, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối, hoặc thương hiệu “Vĩnh Hảo”, tùy từng trường hợp áp dụng
Vissan	Công Ty Cổ Phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản, một công ty liên kết của Masan MEATLife

VND/ Đồng/ Đồng Việt Nam	Đơn vị tiền tệ hợp pháp của Việt Nam
VCM	Công Ty CP Phát Triển Thương Mại Và Dịch Vụ VCM, một công ty do The CrownX sở hữu cổ phần chi phối
WinCommerce/ WCM (trước đây là VinCommerce)	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce (tên trước đây là Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp VinCommerce), một công ty do VCM sở hữu cổ phần chi phối
WinEco (trước đây là VinEco)	Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Phát Triển Nông Nghiệp WinEco (trước đây là Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Phát Triển Nông Nghiệp VinEco), một công ty do WinCommerce sở hữu toàn bộ
Zenith Investment	Công Ty TNHH Zenith Investment, một công ty do Masan Group sở hữu toàn bộ



