

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

9 tháng năm 2023, mảng kinh doanh tiêu dùng¹ của MSN đạt tăng trưởng EBIT 45,5% so với cùng kỳ
Quý 3 năm 2023, lợi nhuận cốt lõi hợp nhất và dòng tiền tự do của Masan tăng mạnh

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 10 năm 2023 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” hoặc “Công ty”) hôm nay công bố báo cáo tài chính chưa kiểm toán của 9 tháng đầu năm 2023.

“Trong thời điểm toàn cầu đối mặt nhiều thách thức và bất ổn, sứ mệnh phụng sự người tiêu dùng của chúng tôi ngày càng trở nên quan trọng hơn. Triết lý “doing well by doing good” đã soi đường dẫn lối chúng tôi vượt qua bao giai đoạn thử thách và lần này cũng không ngoại lệ.” Tiến sĩ Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch Tập đoàn Masan chia sẻ.

Hoạt động chiến lược:

- Khoản đầu tư vốn cổ phần của Bain Capital vào Masan Group có thể tăng lên 500 triệu USD. Số tiền thu được từ giao dịch này sẽ giúp giảm đòn bẩy tài chính, tối ưu bảng cân đối kế toán của Công ty. Masan đặt mục tiêu đạt tỷ lệ Nợ ròng trên EBITDA $\leq 3,5x$.
 - Đây thuần túy là giao dịch vốn đầu tư cổ phần, không có cơ cấu phòng vệ giá hoặc vay cổ phiếu MSN dẫn đến việc bán cổ phiếu MSN ra thị trường vào ngày phát hành. Cấu trúc của khoản đầu tư trên được thiết kế nhằm đảm bảo các lợi ích của cổ đông hiện hữu của MSN.
 - Tương tự, SK Group là đối tác dài hạn của Masan. Trên tinh thần đó, đối với phần vốn sở hữu của SK Group tại Masan, đôi bên đã thống nhất hợp tác cùng nhau để triển khai một **lộ trình nhiều năm giúp tối đa hóa giá trị cho cổ đông của cả hai doanh nghiệp.**
- Masan đã hoàn tất thanh toán đầy đủ nghĩa vụ nợ đáo hạn vào năm 2023.
 - Trong năm 2024, tổng mức trái phiếu đáo hạn chỉ rơi vào mức ~6.000 tỷ đồng, thấp hơn rất nhiều so với lượng tiền mặt và các khoản tương đương tiền hiện tại của Công ty là hơn 14.000 tỷ đồng và EBITDA cho 12 tháng gần nhất là ~14.000 tỷ đồng. Tiền mặt và các khoản tương đương tiền dự kiến có thể tăng thêm khoảng từ 4.900 tỷ đồng đến 12.250 tỷ đồng sau khoản đầu tư vốn cổ phần dẫn đầu bởi Bain Capital.
- Dòng tiền tự do (“FCF”) cho thấy sự cải thiện liên tục, với FCF quý 3/2023 đạt 2.202 tỷ đồng, tăng đáng kể so với mức 125 tỷ đồng trong quý 3/2022 nhờ vào việc quản lý vốn lưu động hiệu quả.

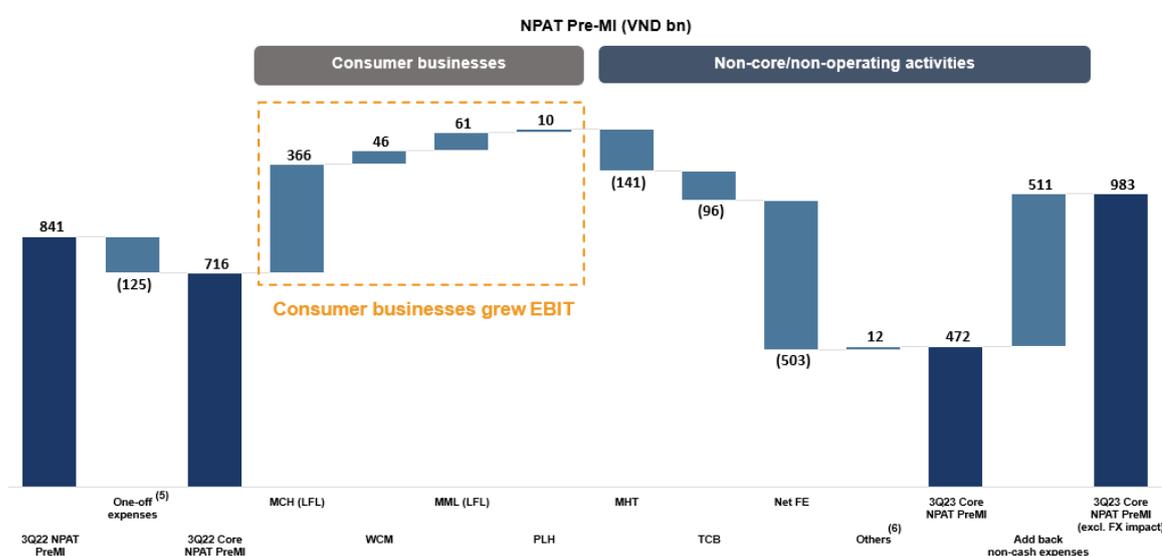
Điểm nhấn chiến lược:

- Mảng kinh doanh tiêu dùng của Masan bao gồm WinCommerce (“WCM”), Masan Consumer Holdings (“MCH”), Masan MEATLife (“MML”) và Phúc Long Heritage (“PLH”) ghi nhận lợi nhuận hoạt động kinh doanh (“EBIT” hay “thu nhập trước lãi vay và thuế”) tăng trưởng ở mức 45,5% trong 9 tháng đầu năm 2023 và 47,3% trong quý 3/2023 so với cùng kỳ.
 - Doanh thu LFL² của MCH tăng trưởng 10,5%, đạt biên lợi nhuận gộp 44,3% trong 9 tháng đầu năm 2023, tăng 430 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm ngoái. Trong quý 3/2023, biên lợi nhuận gộp ghi nhận mức cao nhất trong lịch sử là 45,6% giúp thúc đẩy biên EBITDA lên mức 26%.

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

² Khi đề cập đến MCH, LFL loại trừ đóng góp của mảng thịt chế biến trong năm 2022.

- WCM gần đạt điểm hòa vốn EBIT lần đầu tiên kể từ sau Covid-19. Các siêu thị mini LFL³, chiếm 70% trên tổng số các siêu thị mini, ghi nhận lợi nhuận sau thuế (“LNST”) là con số dương trong 2 quý liên tiếp. Con số này đã tính luôn cả các chi phí cho văn phòng và trụ sở chính.
- MML ghi nhận EBIT hòa vốn trong quý 3/2023, nhờ tăng trưởng sản lượng trên nhiều phân khúc sản phẩm. Trong đó, mảng thịt chế biến với biên lợi nhuận hoạt động kinh doanh cao đã có sự đóng góp đáng kể.
- Để cải thiện khả năng sinh lời, PLH đã cơ cấu lại số lượng ki-ốt. Biên EBITDA được cải thiện lên mức 20,8% trong quý 3/2023 so với 15,7% trong quý 1/2023 và 17,0% trong quý 2/2023.
- Mặc dù mảng kinh doanh tiêu dùng của Công ty đạt được kết quả hoạt động khả quan trong 9 tháng đầu năm 2023, nhưng lợi nhuận ròng vẫn bị ảnh hưởng tiêu cực bởi các mảng kinh doanh và hoạt động không cốt lõi. Trong quý 3/2023, có 1 khoản lỗ tỷ giá phát sinh 1 lần. Nếu loại trừ các chi phí không dùng tiền mặt, LNST cốt lõi trước lợi ích cổ đông không kiểm soát (“Pre-MI”)⁴ đạt 983 tỷ đồng trong quý 3/2023, tăng 37,2% so với cùng kỳ năm ngoái.



- Masan đã và đang liên tục thực hiện các giải pháp chiến lược để thu hẹp khoảng cách giữa lợi nhuận cốt lõi và lợi nhuận kế toán sau thuế.
 - Tăng quy mô khoản đầu tư vốn cổ phần từ Bain Capital và các nhà đầu tư dài hạn.
 - Phòng vệ ~30% các khoản nợ ngoại tệ trước rủi ro biến động tỷ giá vào cuối tháng 10 năm 2023.
 - Tìm cách thoái vốn các tài sản không cốt lõi.

Điểm nhấn kết quả kinh doanh:

- MSN ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu 3,5% so với cùng kỳ trong 9 tháng đầu năm 2023. Khả năng sinh lời liên tục cải thiện, mảng kinh doanh tiêu dùng của MSN ghi nhận EBIT tăng mạnh 45,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, việc EBIT hợp nhất giảm từ mức 6.878 tỷ đồng của 9 tháng đầu năm 2022 xuống mức 6.211 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023 chủ yếu là do đóng góp lợi nhuận ít hơn từ TCB và Masan High-tech Materials (“MHT”) - mức đóng góp so với cùng kỳ năm ngoái giảm lần lượt là 663 tỷ đồng và 675 tỷ đồng. Ngoài ra, lợi nhuận ròng chịu tác động tiêu cực bởi chi phí tài chính ròng

³ LFL cho WCM đề cập đến nhóm cửa hàng được mở trước năm 2022 và vẫn đang hoạt động.

⁴ LNST cốt lõi Pre-MI không bao gồm tác động của thu nhập/chi phí phát sinh một lần.

⁵ Thu nhập 1 lần trong quý 3/2023 là khoản thu từ định giá Phúc Long.

⁶ Đề cập đến tác động của Mobicast lên lợi nhuận và việc loại bỏ Interco.

tăng 1.094 tỷ đồng (bao gồm cả khoản phát sinh 1 lần không dùng tiền mặt trong quý 3/2023 là ~500 tỷ đồng).

- TCX đạt doanh thu 41.704 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023 và 14.869 tỷ đồng trong quý 3/2023, tăng lần lượt 2,4% và 1,2% so với cùng kỳ. EBITDA của TCX đạt 5.622 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023 và 2.116 tỷ đồng trong quý 3/2023, tăng lần lượt 11,4% và 13,6% so với cùng kỳ:
 - **Doanh thu MCH đạt tăng trưởng 10,5% trong 9 tháng đầu năm 2023 và 8,7% trong quý 3/2023 so với cùng kỳ trên cơ sở LFL với biên lợi nhuận tăng mạnh.**
 - Doanh thu của MCH tăng 3,5% trong 9 tháng đầu năm 2023 và 1,3% trong Q3/2023 so với cùng kỳ. Trên cơ sở LFL, doanh thu thuần của MCH ghi nhận mức tăng trưởng 10,5% lên 20.376 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023 và tăng trưởng 8,7% lên 7.435 tỷ đồng trong quý 3/2023 so với cùng kỳ.
 - Ngành hàng Gia vị, Thực phẩm tiện lợi và HPC (Sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình) ghi nhận tăng trưởng lần lượt là 21,0%, 8,3% và 39,4% trong 9 tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ. Trong quý 3/2023, các ngành hàng này đạt tốc độ tăng trưởng doanh thu lần lượt là 16,6%, 10,8% và 24,5% so với cùng kỳ.
 - MCH đạt biên lợi nhuận gộp 44,3% trong 9 tháng đầu năm 2023, tăng 430 điểm cơ bản so với 40,0% của 9 tháng đầu năm 2022 (LFL).
 - Trong quý 3/2023, biên lợi nhuận gộp ghi nhận mức cao nhất trong lịch sử là 45,6% giúp thúc đẩy biên EBITDA lên mức 26%. Tăng trưởng vượt trội của biên lợi nhuận gộp là thành quả của việc có mức giá bán cao được củng cố bởi thương hiệu mạnh, danh mục sản phẩm có biên lợi nhuận cao, khả năng đảm bảo chi phí nguyên vật liệu thấp, và kế hoạch cung cầu được tối ưu hóa để cải thiện chi phí chuyển đổi sản xuất.
 - **WCM gần đạt điểm hòa vốn EBIT trong quý 3 năm 2023.**
 - Doanh thu thuần tăng 2,1% trong 9 tháng đầu năm 2023 và 3,3% trong quý 3/2023 so với cùng kỳ nhờ mở cửa hàng mới. WCM thận trọng hơn trong việc mở cửa hàng mới với 245 siêu thị mini (WinMart+) mới và 2 siêu thị (WinMart) mới trong 9 tháng đầu năm 2023. WCM kết thúc tháng 9 năm 2023 với 3.586 cửa hàng trên toàn quốc bao gồm siêu thị mini và siêu thị.
 - Mặc dù tâm lý người tiêu dùng phục hồi chậm và số lượng cửa hàng mở mới thấp hơn, WCM vẫn đạt được mức tăng trưởng EBITDA ổn định trong quý 3/2023, đạt biên EBITDA là 2,9%, tăng từ 2,2% trong quý 2/2023 và 1,0% trong quý 1/2023. WCM đạt biên EBIT hòa vốn trong Q3/2023 và trên đà gặt hái lợi nhuận trong thời gian tới, lần đầu tiên sau giai đoạn Covid-19.
 - Doanh thu LFL tăng trưởng trong Q3/2023 so với nửa đầu năm 2023, cho thấy tâm lý người tiêu dùng có thể đã chạm đáy trong 6 tháng đầu năm 2023. Tăng trưởng doanh thu LFL so với cùng kỳ của WinMart+ cải thiện lên -5,9% trong quý 3/2023 so với -9,6% trong nửa đầu 2023. Tăng trưởng doanh thu LFL của WinMart cải thiện lên -3,8% trong quý 3/2023 so với -7,7% trong nửa đầu năm 2023.
 - Đà hồi phục tích cực này cho thấy cơ hội để tăng trưởng LFL so với cùng kỳ trở về con số dương trong quý 4/2023.
 - Trong quý 2/2023, WCM chia sẻ kế hoạch cải tạo các cửa hàng WinMart+ hiện có ở khu vực thành thị và nông thôn. Các cửa hàng này sẽ được cải tạo lại theo mô hình WIN “All That You Need” mới ở khu vực thành thị và WinMart+ Rural ở khu vực nông thôn. Là động lực tăng trưởng LFL chính, hoạt động cải tạo này hoàn thành tiến độ ngoài mong đợi, đạt được ~45% và ~95% kế hoạch cải tạo 6 tháng cuối năm lần lượt cho cửa hàng WIN và WinMart+ Rural. Các cửa hàng được cải tạo mang lại doanh thu tăng như dự kiến: trong quý 3/2023, tăng trưởng LFL so với cùng kỳ của cửa hàng WIN và WinMart+ Rural lần lượt là 4,8% và -3,5%, so với mức giảm -8% của các cửa hàng WinMart+ khác.
 - Nhóm siêu thị mini LFL – chiếm 70% trên tổng số các siêu thị mini, ghi nhận biên LNST đạt 2,2% trong quý 3/2023, quý thứ hai liên tiếp có LNST dương. Đây là cột mốc quan trọng mang

lại niềm tin cho ban lãnh đạo về lộ trình tiến đến điểm hòa vốn LNST của toàn bộ mạng lưới trong năm 2024.

- **PLH đã cải thiện khả năng sinh lời bằng cách cơ cấu hợp lý số lượng ki-ốt trong khi doanh thu⁷ giảm 8,8% trong 9 tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ. Nguyên nhân chủ yếu do người tiêu dùng cắt giảm chi tiêu bên ngoài và doanh thu từ các ki-ốt trong WCM giảm.**
 - Doanh thu thuần của PLH giảm 8,8% trong 9 tháng đầu năm 2023 và giảm 16,5% trong Q3/2023 so với cùng kỳ. Nguyên nhân của sự suy giảm doanh thu này một phần đến từ môi trường vĩ mô đầy thách thức gây ảnh hưởng tiêu cực đến lượng khách tại cửa hàng và một phần đến từ việc doanh thu PLH bên trong WCM giảm 59,9% trong 9 tháng đầu năm 2023 và giảm 74,6% trong quý 3/2023. Trước tình hình tiêu dùng ngoài nhà (“out-of-home”) suy yếu, ban lãnh đạo thận trọng trong việc mở các cửa hàng mới dẫn đến PLH chỉ có 6 địa điểm mới trong quý 3/2023.
 - Biên EBITDA cải thiện lên 20,8% trong quý 3/2023 so với 17,0% trong quý 2/2023 do việc phân bổ lại các ki-ốt (các cửa hàng PLH bên trong WCM) để bảo vệ lợi nhuận.
 - Các cửa hàng PLH ngoài WCM có doanh thu tăng trưởng nhẹ, đạt 876 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023.
- **MML mang lại doanh thu và tăng trưởng EBITDA bền vững trong 9 tháng đầu năm 2023 và đạt điểm hòa vốn EBIT trong quý 3/2023.**
 - Doanh thu của MML tăng 61,1% trong 9 tháng đầu năm 2023 và 47,5% trong quý 3/2023 so với cùng kỳ, nhờ doanh số tăng mạnh hơn trên hầu hết các phân khúc sản phẩm, đặc biệt là thịt chế biến với mức tăng trưởng vượt trội 35,9% trong 9 tháng đầu năm 2023 và tăng trưởng 23,1% trong quý 3/2023 so với cùng kỳ. Trên cơ sở LFL⁸, doanh thu tăng 15,9% trong 9 tháng đầu năm 2023 và 6,3% trong quý 3/2023 so với cùng kỳ.
 - Trong 9 tháng đầu năm 2023, biên lợi nhuận gộp LFL ở mức 14,1%, giảm 130 điểm cơ bản so với mức 15,4% của 9 tháng đầu năm 2022. Bên cạnh đó, trong quý 3/2023, biên lợi nhuận gộp là 18,6%, tăng 260 điểm cơ bản so với mức 16,0% của quý 3/2022. Biên lợi nhuận cao hơn trong quý 3/2023 so với 9 tháng đầu năm 2023 được thúc đẩy bởi tỷ suất lợi nhuận gộp của mảng lợn trang trại và gà trang trại cải thiện đáng kể so với quý liền kề. Nguyên nhân chính của sự tăng trưởng này đến từ giá lợn hơi, giá gà thịt cao hơn trong quý 3/2023 so với nửa đầu năm 2023. Cũng trong quý này, mảng lợn trang trại ghi nhận biên lợi nhuận gộp là 30,8% (so với 11,6% trong nửa đầu năm 2023) và gà trang trại đạt biên lợi nhuận gộp là 14,4% (so với -17,1% trong nửa đầu năm 2023).
 - Khả năng sinh lời của MML cải thiện và đạt điểm hòa vốn EBIT trong quý 3/2023 (so với -6,3% trong quý 2/2023 và -5,3% trong quý 1/2023).
 - Đối với mảng thịt chế biến, doanh thu tăng 35,9% lên 1.714 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023, chủ yếu nhờ sản lượng tăng. Tuy nhiên, do chi phí nguyên vật liệu và chuyển đổi tăng, biên lợi nhuận gộp giảm từ 35,9% trong 9 tháng đầu năm 2022 xuống 27,6% trong 9 tháng đầu năm 2023.
 - Đối với mảng thịt lợn mát có thương hiệu, MML đã thành công thu hẹp khoảng cách giá với chợ truyền thống thông qua chương trình giá độc quyền cho Hội viên WIN, giúp doanh thu theo ngày của các sản phẩm MML tại các cửa hàng của WCM tăng thêm 30%. Doanh thu theo ngày tại mỗi cửa hàng WCM đạt 1,6 triệu đồng trong quý 3/2023, tăng từ mức 1,2 triệu đồng vào tháng 1/2023, nhờ lượng hàng bán gia tăng.
- **Doanh thu MHT giảm 6,4% trong 9 tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ do nhu cầu của khách hàng giảm trong môi trường vĩ mô đầy thách thức.**
 - Doanh thu MHT giảm 6,4% trong 9 tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ do nhu cầu khách hàng của H.C.Starck suy yếu, giá đầu ra thấp hơn, cũng như việc ngừng hoạt động của bộ phận nỗ mìn

⁷ Doanh thu của PLH còn bao gồm cả giai đoạn chưa hợp nhất trong năm 2022.

⁸ Khi đề cập đến MML, LFL bao gồm đóng góp của mảng thịt chế biến trong năm 2022.

ảnh hưởng đến sản lượng của công ty khai thác và chế biến khoáng sản Núi Pháo (“NPMC”). Trong quá trình MHT tìm kiếm đối tác lâu dài cung cấp hoạt động nổ mìn với chi phí tối ưu nhất, Công ty đã tận dụng tối đa kho dự trữ và tiết kiệm⁹ được 16,6 triệu USD tiền mặt dù phải chịu tác động tiêu cực trong ngắn hạn lên lợi nhuận.

- Giá vonfram trong 9 tháng đầu năm 2023 đạt trung bình 324 USD/mtu, thấp hơn 4,1% so với mức giá trong 9 tháng đầu năm 2022 là 338 USD/mtu.
- EBITDA giảm 33,5% so với cùng kỳ năm ngoái với biên EBITDA là 15,5% trong 9 tháng đầu năm 2023, giảm 640 điểm cơ bản so với 9 tháng đầu năm 2022. Nguyên nhân chủ yếu đến từ lợi nhuận APT thấp hơn do các vấn đề liên quan đến hoạt động nổ mìn và các vấn đề khác của H.C.Starck: giá năng lượng và chi phí nguyên vật liệu thô tăng do ảnh hưởng bởi cuộc xung đột Nga - Ukraine và lợi thế phế liệu giảm do tình hình kinh tế khó khăn tại Bắc Mỹ và Châu Âu.
- MHT đã bán được 13.400 tấn đồng trong quý 3/2023 và 26.893 tấn đồng trong 9 tháng đầu năm 2023.
- Techcombank (“TCB”), công ty liên kết của Masan, đóng góp 2.898 tỷ đồng vào EBITDA trong 9 tháng đầu năm 2023, giảm 18,6% so với cùng kỳ năm ngoái. Để biết kết quả chi tiết, vui lòng tham khảo trang web của ngân hàng.

⁹ Khoản tiết kiệm là lượng tiền mặt tiết kiệm được từ tác động liên quan đến mảng Khai thác & Địa chất và Chế biến do việc trì hoãn hoạt động nổ mìn trong quý 2/2023 và quý 3/2023

Kết quả báo cáo tài chính hợp nhất

- **Doanh thu thuần:** Theo báo cáo, doanh thu thuần của Masan đạt 57.470 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023, tăng 3,5% so với 55.546 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2022.
- **EBITDA:** EBITDA hợp nhất 9 tháng đầu năm 2023 giảm 6,0% xuống còn 10.175 tỷ đồng với biên EBITDA là 17,7% so với 19,5% trong 9 tháng đầu năm 2022.
- **Lợi nhuận sau thuế:** LNST trước phân bổ cho cổ đông thiểu số (NPAT Pre – MI) giảm 65,8% xuống 1.353 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023 từ mức 3.951 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2022 trên cơ sở báo cáo. Nguyên nhân đến từ việc không có khoản thu nhập một lần¹⁰ và chịu tác động tiêu cực từ các hoạt động của mảng kinh doanh không cốt lõi: đóng góp lợi nhuận thấp hơn từ MHT, TCB và chi phí tài chính cao hơn. Loại trừ tác động từ các chi phí không dùng tiền mặt phát sinh một lần khoảng hơn 500 tỷ đồng, LNST của mảng kinh doanh cốt lõi trước phân bổ cho cổ đông thiểu số (Core NPAT Pre-MI) đạt mức 1.872 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2023 và 983 tỷ đồng trong quý 3/2023, tương ứng lần lượt với mức giảm 35,7% và tăng trưởng 37,2% so với cùng kỳ năm trước.
- **Điểm nhấn bằng cân đối kế toán:** Nợ ròng¹¹ trên EBITDA cho 12 tháng gần nhất duy trì ổn định ở mức 4,0x vào cuối quý 3/2023 so với mức 4,1x vào cuối quý 2/2023. Mức giảm nhẹ đến từ sự tích cực của kết quả hoạt động kinh doanh trong khi nợ ròng vẫn giữ nguyên. Số dư tiền mặt hợp nhất của MSN, bao gồm tiền mặt và các khoản tương đương tiền, là 14.258 tỷ đồng vào cuối quý 3/2023. Ngoài ra, dòng tiền tự do (“FCF”) được cải thiện liên tục qua nhiều quý, đạt 2.202 tỷ đồng trong quý 3/2023 so với chỉ 125 tỷ đồng trong quý 3/2022.

Kế hoạch kinh doanh quý 4/2023:

Để tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng bền vững và cải thiện khả năng sinh lời, Masan sẽ tập trung vào các phát kiến:

- **TCX:**
 - **WCM** có kế hoạch nâng cao năng suất bán hàng, cải thiện mức tăng trưởng LFL để đạt mức doanh thu trên mỗi cửa hàng về mức của quý 4/2022 và đặt mục tiêu đạt EBIT dương trong quý 4/2023.
 - **MCH** tiếp tục tập trung cải tiến, đổi mới cho sản phẩm đồ uống, HPC và thực phẩm tiện lợi để thúc đẩy tăng trưởng trong quý 4/2023, đóng vai trò là động lực tăng trưởng mạnh mẽ cho năm 2024.
- **PLH** đặt mục tiêu mở mới 11 cửa hàng trong quý 4/2023 và cải thiện doanh số trên mỗi cửa hàng về mức tương tự trong quý 4/2022.
- **MML** kỳ vọng cải thiện doanh số bán hàng hàng ngày tại mỗi điểm bán WCM từ 1,6 triệu đồng lên 2 triệu đồng bằng cách tập trung vào chiến lược giá linh hoạt để cải thiện doanh số các mặt hàng bán chậm, lập kế hoạch tích hợp với WCM để phân phối đúng chủng loại sản phẩm đến đúng cửa hàng. Bên cạnh đó, MML sẽ tiếp tục nâng cao trải nghiệm thương hiệu - là điểm đến mua thịt tại các điểm bán của WCM bằng cách triển khai các quầy Meat Corner tại một số địa điểm, giúp nâng cao khả năng hiển thị và trải nghiệm khách hàng cho các sản phẩm MEATDeli. MML sẽ kiểm soát chi phí chặt chẽ để thích nghi với các điều kiện thị trường.
- **MHT** đặt mục tiêu tăng sản lượng bán ra với động thái chủ động xây dựng số nhu cầu khách hàng khi nền kinh tế toàn cầu đang dần hồi phục và sẽ bán bớt lượng đồng tồn kho (đặt mục tiêu bán 18.000 dmt trong quý 4/2023). MHT cũng sẽ tiếp tục thực hiện các hoạt động tối ưu chi phí trong vận hành và thu mua, tìm kiếm các giải pháp chiến lược khác nhau để giảm nợ cũng như giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động nổ mìn với nhà thầu.
- **Bảng cân đối kế toán:** Masan sẽ tiếp tục tích cực tìm kiếm các giải pháp khác nhau trên thị trường vốn để kéo dài thời gian đáo hạn nợ, cải thiện lãi suất và gia tăng lợi nhuận thông qua việc giảm đòn bẩy tài chính. Song song với đó, để hiện thực hóa chiến lược công nghệ tiêu dùng, Công ty sẽ tiếp tục

¹⁰ Thu nhập 1 lần trong 9 tháng năm 2022 đề cập đến tác động của việc nâng định giá Phúc Long và giao dịch De Heus.

¹¹ Nợ ròng, tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (như tiền gửi có kỳ hạn) và các khoản phải thu chịu lãi liên quan đến hoạt động ngân quỹ

đầu tư vào các phát kiến dựa trên thế mạnh của hệ sinh thái tiêu dùng bán lẻ toàn diện như chương trình hội viên và hệ thống logistics.

Kết quả tài chính hợp nhất 9¹² tháng đầu năm 2023

Kết quả kinh doanh (1/2)

Tỷ đồng	3Q2023	3Q2022	Tăng trưởng	9T2023	9T2022	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	20.155	19.523	3,2%	57.470	55.546	3,5%
<i>The Crown X</i>	14.869	14.696	1,2%	41.704	40.725	2,4%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	7.435	7.340	1,3%	20.376	19.695	3,5%
<i>Masan Consumer Holdings (LFL)</i>	7.435	6.840	8,7%	20.376	18.433	10,5%
<i>WinCommerce</i>	7.884	7.631	3,3%	22.401	21.936	2,1%
<i>Masan MEATLife</i>	1.903	1.291	47,5%	5.207	3.232	61,1%
<i>Masan MEATLife (LFL)</i>	1.903	1.791	6,3%	5.207	4.493	15,9%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	3.590	3.528	1,8%	10.905	11.651	-6,4%
<i>Phuc Long Heritage</i>	377	452	-16,5%	1.160	1.143	1,5%
Lợi nhuận gộp	5.940	5.424	9,5%	16.353	15.481	5,6%
<i>The Crown X</i>	5.195	4.568	13,7%	14.272	12.629	13,0%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	3.391	2.867	18,3%	9.019	7.832	15,2%
<i>Masan Consumer Holdings (LFL)</i>	3.391	2.708	25,2%	9.019	7.378	22,2%
<i>WinCommerce</i>	1.887	1.782	5,9%	5.291	5.020	5,4%
<i>Masan MEATLife</i>	353	127	178,2%	735	238	209,2%
<i>Masan MEATLife (LFL)</i>	353	286	23,6%	735	691	6,3%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	398	568	-29,9%	1.169	2.003	-41,6%
<i>Phuc Long Heritage</i>	246	288	-14,9%	750	762	-1,5%
Biên lợi nhuận gộp	29,5%	27,8%		28,5%	27,9%	
<i>The Crown X</i>	34,9%	31,1%		34,2%	31,0%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	45,6%	39,1%		44,3%	39,8%	
<i>Masan Consumer Holdings (LFL)</i>	45,6%	39,6%		44,3%	40,0%	
<i>WinCommerce</i>	23,9%	23,4%		23,6%	22,9%	
<i>Masan MEATLife</i>	18,6%	9,8%		14,1%	7,3%	
<i>Masan MEATLife (LFL)</i>	18,6%	16,0%		14,1%	15,4%	
<i>Masan High-Tech Materials</i>	11,1%	16,1%		10,7%	17,2%	
<i>Phuc Long Heritage</i>	65,1%	63,9%		64,7%	66,6%	
SG&A	-4.580	-4.269	7,3%	-13.092	-12.193	7,4%
<i>The Crown X</i>	-3.667	-3.447	6,4%	-10.414	-9.819	6,1%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	-1.691	-1.504	12,4%	-4.638	-4.156	11,6%
<i>WinCommerce</i>	-1.917	-1.859	3,2%	-5.601	-5.437	3,0%
<i>Masan MEATLife</i>	-353	-215	64,2%	-940	-576	63,1%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	-224	-253	-11,6%	-669	-820	-18,4%
<i>Phuc Long Heritage</i>	-199	-252	-20,9%	-680	-659	3,1%
EBITDA	3.739	3.486	7,2%	10.175	10.826	-6,0%
<i>The Crown X</i>	2.116	1.863	13,6%	5.622	5.047	11,4%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1.907	1.626	17,3%	5.045	4.480	12,6%
<i>Masan Consumer Holdings (LFL)</i>	1.907	1.588	20,1%	5.045	4.343	16,2%
<i>WinCommerce</i>	228	251	-9,2%	452	566	-20,0%
<i>Masan MEATLife</i>	124	16	684,9%	170	-34	n.m.
<i>Masan MEATLife (LFL)</i>	124	53	132,2%	170	103	65,7%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	551	726	-24,1%	1.696	2.548	-33,5%
<i>Đóng góp của Techcombank</i>	1.045	1.141	-8,4%	2.898	3.560	-18,6%
<i>Phuc Long Heritage</i>	78	59	32,5%	206	199	3,4%
Biên EBITDA	18,5%	17,9%		17,7%	19,5%	
<i>The Crown X</i>	14,2%	12,7%		13,5%	12,4%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	25,6%	22,2%		24,8%	22,7%	
<i>Masan Consumer Holdings (LFL)</i>	25,6%	23,2%		24,8%	23,6%	
<i>WinCommerce</i>	2,9%	3,3%		2,0%	2,6%	
<i>Masan MEATLife</i>	6,5%	1,2%		3,3%	-1,0%	
<i>Masan MEATLife (LFL)</i>	6,5%	3,0%		3,3%	2,3%	
<i>Masan High-Tech Materials</i>	15,4%	20,6%		15,5%	21,9%	
<i>Phuc Long Heritage</i>	20,8%	13,1%		17,8%	17,4%	

¹² Các số liệu tài chính dựa trên các số liệu quản lý chưa được soát xét và phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam. Để ngắn gọn và đơn giản, phân tích phân khúc chỉ bao gồm các mảng kinh doanh hiện có và không hiển thị tất cả các mảng kinh doanh của Masan (chẳng hạn như Mobicast, v.v.) nhưng tác động tài chính của chúng được phản ánh trong số liệu tài chính hợp nhất của Masan.

Kết quả kinh doanh (2/2)

Tỷ đồng	3Q2023	3Q2022	Tăng trưởng	9T2023	9T2022	Tăng trưởng
Lợi nhuận / (Chi phí) tài chính thuần	-1.965	-1.336	47,0%	-4.754	-2.618	81,6%
<i>Thu nhập tài chính</i>	421	330	27,5%	1.761	1.921	-8,4%
<i>Chi phí tài chính</i>	-2.386	-1.667	43,2%	-6.515	-4.539	43,5%
Thu nhập / (Chi phí) khác	139	-54	n.m.	157	-17	n.m.
Thuế TNDN	-98	-68	44,9%	-262	-293	-10,6%
Lợi nhuận thuần trước phân bổ Cổ đông thiểu số	486	841	-42,3%	1.353	3.951	-65,8%
Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính trước phân bổ Cổ đông thiểu số¹³	472	716	-34,1%	1.361	2.910	-53,2%
Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính trước phân bổ Cổ đông thiểu số (Loại trừ tác động tỷ giá trong quý 3/2023)	983	716	37,2%	1.872	2.910	-35,7%

Bảng cân đối kế toán

Tỷ đồng	9T2023	FY2022
Tiền và các khoản tương đương tiền¹⁴	14.258	17.512
Nợ vay	68.616	70.993
Nợ vay ngắn hạn	25.693	40.567
Nợ vay dài hạn	42.923	30.426
Tổng tài sản	145.073	141.343
Tổng vốn chủ sở hữu	38.073	36.637
Tổng vốn chủ không tính cổ đông thiểu số	26.783	26.153
Số lượng cổ phiếu đang phát hành (triệu cổ phiếu)	1.431	1.424

Các chỉ số tài chính tiêu biểu

Tỷ đồng	9T2023	FY2022
Nợ vay ròng/EBITDA¹⁵	4,0	3,7x
ROAA	1%	4%
ROAE	3%	12%
FFO¹⁶ to Debt	5%	7%
LTM FCF¹⁷	6.415	887
Vòng quay tiền mặt	67	58
Số ngày tồn kho ¹⁸	92	90
Số ngày phải thu ¹⁹	12	12
Số ngày phải trả	37	44
CAPEX	(1.766)	(4.165)

¹³ LNST cốt lõi Pre-MI không bao gồm tác động của thu nhập/chi phí phát sinh một lần.

¹⁴ Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn 3 đến 12 tháng) và các khoản phải thu liên quan đến hoạt động ngân quỹ và đầu tư (bao gồm các khoản phải thu có lãi suất nhất định).

¹⁵ Tỷ lệ nợ ròng/EBITDA sử dụng "Tiền mặt và các khoản tương đương tiền" như chú thích 14.

¹⁶ FFO: Tiền từ hoạt động thuần trong 12 tháng ("LTM") được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho chi phí tài chính thuần và điều chỉnh cho thuế thu nhập doanh nghiệp trong giai đoạn báo cáo.

¹⁷ FCF: Dòng tiền thuần được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho thay đổi trong vốn lưu động, thuế thu nhập doanh nghiệp và chi phí đầu tư CAPEX.

¹⁸ Số ngày tồn kho được tính bằng cách lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán LTM.

¹⁹ Số ngày phải thu và phải trả được tính bằng việc lấy số dư cuối kỳ của khoản phải thu và phải trả chia cho doanh thu LTM và giá vốn hàng bán LTM.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan” hoặc “Tập đoàn”) tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Tập đoàn là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho 100 triệu người dân Việt Nam, để họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu cơ bản hàng ngày. Masan hiện thực hóa tầm nhìn này bằng cách thúc đẩy năng suất thông qua những phát kiến mới, áp dụng công nghệ, xây dựng thương hiệu mạnh và tập trung hiện thực hóa những cơ hội lớn gắn với cuộc sống hằng ngày của đại đa số người dân.

Các Công ty thành viên và liên kết của Tập đoàn Masan là những Công ty dẫn đầu các lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh, thịt có thương hiệu, bán lẻ, chuỗi F&B, dịch vụ tài chính, viễn thông và sản xuất vật liệu công nghiệp có giá trị gia tăng. Đây là những lĩnh vực đang tăng trưởng cao của nền kinh tế Việt Nam.

Dành cho Nhà đầu tư/Chuyên viên phân tích

Dương Hoàng Phú

T: +84 28 6256 3862

E: ir@msn.masangroup.com

Dành cho Truyền thông

Phạm Văn

T: +84 28 6256 3862

E: pr@msn.masangroup.com

Thông cáo báo chí này có những nhận định về tương lai trong các kỳ vọng dự định hoặc chiến lược của Masan có thể liên quan đến những rủi ro và sự không chắc chắn. Những nhận định tương lai này bao gồm cả những kỳ vọng của Masan có chứa đựng những rủi ro, sự không chắc chắn và những yếu tố minh định hoặc tiềm ẩn nằm ngoài tầm kiểm soát của Masan có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính hoặc thành tích của Masan khác biệt rất lớn so với những nội dung được trình bày hoặc ngầm định trong các nhận định tương lai. Người đọc không nên xem những nhận định tương lai này là dự đoán sự kiện sẽ xảy ra hoặc lời hứa về hiệu quả trong tương lai.