

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Kết quả kinh doanh nửa đầu năm 2014: Doanh thu tăng 60%, EBITDA tăng 106% so với cùng kỳ 2013 nhờ sự tăng trưởng của ngành hàng tiêu dùng và việc gia tăng sản lượng tại Núi Pháo

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 8 năm 2014 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (**HOSE: MSN**, “Masan Group”, “Tập đoàn”), một trong những Tập đoàn kinh tế tư nhân lớn nhất Việt Nam, hôm nay công bố kết quả tài chính nửa đầu năm 2014:

- **Doanh thu nửa đầu năm 2014 tăng trưởng 60,2% so với cùng kỳ năm 2013, theo đúng lộ trình đạt 1 tỷ đô la Mỹ trong năm 2014:** Masan Group đã công bố doanh thu nửa đầu năm 2014 đạt 6,839 tỷ đồng, tăng 60,2% so với cùng kỳ năm 2013. Doanh thu hàng tiêu dùng tăng 33.3% so với nửa đầu năm 2013, được thúc đẩy nhờ sự tăng trưởng mạnh trong ngành hàng gia vị, tiếp tục gia tăng thị phần ngành hàng thực phẩm tiện lợi và đa dạng tăng trưởng các sản phẩm đồ uống mới được tung ra. Masan Resources đóng góp 1,145 tỷ đồng vào doanh thu khi mỏ Núi Pháo tiếp tục gia tăng quy mô sản xuất.
- **EBITDA tăng 105,5% nhờ tỷ suất EBITDA mở rộng thêm 469 điểm cơ bản (~4,69%):** EBITDA pro-forma (Lợi nhuận trước lãi suất, khấu hao và thuế) từ hoạt động kinh doanh của Tập đoàn Masan đạt 1,454 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2014 so với mức 707 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2013. EBITDA của Tập đoàn có nhiều cải thiện nhờ sự gia tăng tỷ suất lợi nhuận gộp của ngành hàng tiêu dùng do hiệu quả từ quy mô lớn, sự cải thiện năng suất và các kế hoạch cắt giảm chi phí, cũng như sự đóng góp của dự án Núi Pháo.
- **Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng đạt kỷ lục trên mọi chỉ tiêu – Doanh thu, EBITDA và lợi nhuận thuần:** Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng cốt lõi tiếp tục đa dạng tăng trưởng mạnh, với doanh thu, EBITDA và lợi nhuận thuần pro-forma lần lượt tăng 33,3%, 28,9% và 39,4%. Doanh thu ngành hàng gia vị lợi nhuận cao đạt được sự tăng trưởng mạnh mẽ, được hỗ trợ từ thị phần tăng thêm trong ngành hàng mì ăn liền. Tập đoàn đã tung ra ba sản phẩm mới – Wake-Up 247, Aktiva và Storm – nhắm đến thị trường đồ uống không cồn trị giá 2,5 tỷ đô la Mỹ. Các khoản đầu tư vào hoạt động xây dựng thương hiệu và phát triển sản phẩm trong năm 2013 đang thể hiện ở kết quả trong doanh thu ngành hàng thực phẩm tiện lợi và đồ uống không cồn tăng cao hơn do giới thiệu thành công sản phẩm mới, được phản ánh trong mức tăng trưởng doanh thu của cả phe ở thị trường nội địa là 63,3%.
- **Công ty liên kết - Techcombank đạt kết quả cao:** Techcombank báo cáo lợi nhuận trước thuế của 6 tháng đầu năm 2014 đạt 948 tỷ đồng, tăng 45.4% so với cùng kỳ năm 2013, hoàn thành 80% kế hoạch.
- **Lợi nhuận thuần pro-forma của Masan Group giảm 23.3%:** Lợi nhuận thuần pro-forma của Masan Group trong 6 tháng đầu năm 2014 đạt 558 tỷ đồng, giảm 23,3% so với cùng kỳ năm 2013, do tiền lãi vay và khấu hao của dự án Núi Pháo ảnh hưởng đến lợi nhuận của Tập đoàn. Các khoản đầu tư được thực hiện trong năm 2013 đã mang lại doanh thu cao hơn và giúp tăng trưởng EBITDA mạnh mẽ. Do mảng kinh doanh tài nguyên khoáng sản tiếp tục được gia tăng quy mô sản xuất trong hai quý tiếp theo, và mảng kinh doanh hàng tiêu dùng bước vào giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ hơn do tính mùa vụ, chúng tôi kỳ vọng lợi nhuận thuần sẽ đi theo quỹ đạo tương tự như doanh thu và EBITDA.

- **Hai trụ cột mới cho sự tăng trưởng từ ngành hàng tiêu dùng:** Trong Quý 2 và Quý 3 năm 2014, Masan Group tái cấu trúc để thành lập và trực tiếp sở hữu công ty Masan Agri và Masan Brewery, hai trụ cột mới để tập trung vào sự tăng trưởng từ ngành hàng tiêu dùng. Cùng với động lực từ ngành hàng thực phẩm tiện lợi và đồ uống không cồn, điều này củng cố cam kết của Tập đoàn tập trung vào các ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam. Tập đoàn có dự trữ tiền mặt hơn 250 triệu đô la Mỹ, đủ để phục vụ cho nhu cầu phát triển của mình.

Tỷ đồng	6 tháng đầu 2014	6 tháng đầu 2013	Tăng trưởng
Masan Group Pro forma ⁽¹⁾⁽²⁾			
Doanh thu thuần	6.839	4.270	60,2%
<i>Từ Masan Consumer</i>	5.694	4.270	33,3%
<i>Từ Masan Resources</i>	1.145	-	NM
EBITDA	1.454	707	105,5%
<i>Từ Masan Consumer</i>	1.086	843	28,9%
<i>Từ Masan Resources</i>	404	-29	NM
Lợi nhuận thuần	558	727	-23,3%

⁽¹⁾ Số liệu tài chính giữa kỳ được dựa theo số liệu của Ban giám đốc

⁽²⁾ Số liệu pro forma, cho mỗi kỳ báo cáo và kỳ so sánh tương ứng, được tính toán bằng cách loại bỏ tác động của các khoản phân bổ lợi thế thương mại, tài sản hữu hình và tài sản vô hình phát sinh từ các thương vụ M&A của Tập đoàn trong quá khứ, cũng như điều chỉnh các khoản chi phí bất thường phát sinh đột biến trong giai đoạn hoạt động ban đầu và chi phí phát sinh đột biến cho việc tái cấp vốn của mảng kinh doanh tài nguyên.

Phân tích hoạt động kinh doanh

Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng: Doanh thu, EBITDA và lợi nhuận thuần đạt kỷ lục, được bổ sung bởi những sản phẩm mới được tung ra thành công

- **Kết quả kỷ lục trên mọi chỉ tiêu:** Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng trong 6 tháng đầu năm 2014 ghi nhận doanh thu, EBITDA và lợi nhuận thuần lần lượt đạt 5.694 tỷ đồng, 1.086 tỷ đồng và 1.488 tỷ đồng, tương ứng với các mức tăng trưởng 33,3%, 28,9% và 39,4% so với cùng kỳ năm 2013.
- **Các sản phẩm mới tung ra nhắm đến thị trường đồ uống không cồn trị giá 2,5 tỷ đô la Mỹ:** Trong vài tháng qua, Tập đoàn Masan đã tung ra các sản phẩm mới thành công trong thị trường đồ uống đóng chai, bao gồm nước tăng lực vị cà phê Wake-Up 247, nước uống isotonic Aktiva và nước tăng lực Storm. Với các khoản đầu tư vào con người, hệ thống phân phối, cơ sở hạ tầng và phát triển sản phẩm, Tập đoàn đã xây dựng được nền tảng đồ uống mạnh mẽ trong năm qua với một thời gian rất ngắn so với các công ty đồ uống lớn khác trên thế giới. Với những sáng kiến mới tiếp tục triển khai theo kế hoạch, bao gồm sản phẩm cà phê 2-trong-1, và đã gia nhập vào thị trường nước tăng lực vốn là phân khúc lớn nhất trong ngành hàng đồ uống, Tập đoàn kỳ vọng sẽ đạt được sự tăng trưởng thị phần đáng kể trong vài quý tới.
- **Tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ trong toàn bộ ngành hàng khi thị trường có thể tiếp cận đã mở rộng gấp 4 lần quy mô trước đây:** Với sự xâm nhập vào phân khúc bữa ăn hoàn chỉnh và phân khúc mì ăn liền thị trường trung cấp, đồng thời thiết lập một nền tảng mạnh mẽ để xâm nhập ngành hàng đồ uống, thị trường Masan Consumer có thể tiếp cận đã tăng từ 1,1 tỷ đô la Mỹ lên 4,5 tỷ đô la Mỹ. Kết hợp với các khoản đầu tư vào hoạt động phát triển sản phẩm, xây dựng thương

hiệu và hệ thống phân phối trong năm ngoái, điều này sẽ mang lại doanh thu mạnh mẽ hơn trong toàn bộ các ngành hàng.

- Nhu cầu trong ngành hàng gia vị có tỷ suất lợi nhuận cao vẫn mạnh mẽ, với doanh thu trong nửa đầu năm 2014 tăng trưởng 24,8% so với cùng kỳ năm 2013.
 - Doanh thu trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi đã tăng 24.1% so với cùng kỳ năm 2013, nhờ sự tăng trưởng tiếp tục của nhãn hàng mì ăn liền Omatchi trong phân khúc cao cấp và nhãn hàng Kokomi trong phân khúc phổ thông, cũng như đà gia tăng thị phần của nhãn hàng Sagami trong phân khúc trung cấp và các sản phẩm bữa ăn hoàn chỉnh B'fast và Komi.
 - Doanh thu từ ngành hàng cà phê nội địa tăng 63,3% so với cùng kỳ năm 2013, dựa trên những sản phẩm mới được tung ra thị trường. “Wake-Up” đã nổi lên như một nhãn hàng chủ chốt trong ngành hàng đồ uống, trong đó Wake-Up Saigon được đánh giá là một trong những nhãn hàng hàng đầu trong đợt khảo sát của Kantar, còn nước tăng lực vị cà phê Wake-Up 247 đạt được sự phản hồi tốt từ thị trường.
- **Biên lợi nhuận gộp cao hơn:** Masan Consumer tiếp tục tập trung cải thiện hiệu quả hoạt động, cải thiện năng suất và kiểm soát chi phí. Kết hợp với tính hiệu quả từ quy mô sản xuất do thị phần lớn hơn, điều này đã mang lại mức lợi nhuận gộp 43,7% trong nửa đầu năm 2014 so với 37,9% trong cùng kỳ năm 2013.
 - **Các nhãn hàng của Masan được xếp hạng #1 và #2 lần lượt trong các thị trường nông thôn và thành thị:** Nghiên cứu mới nhất của Kantar Worldpanel về các nhãn hiệu hàng tiêu dùng nhanh được lựa chọn nhiều nhất đã xếp hạng các thương hiệu của Masan Consumer, công ty con của Tập đoàn Masan, ở vị trí #1 và #2 tương ứng với thị trường nông thôn và thành thị, trong ngành hàng thực phẩm tại Việt Nam. Thị trường nông thôn chiếm gần 70% tổng dân số. Masan có ba nhãn hàng lọt vào bảng xếp hạng top 10 sản phẩm thực phẩm tại thị trường nông thôn, trong khi trong bảng xếp hạng thị trường đô thị tại bốn thành phố hàng đầu Việt Nam, Masan có hai nhãn hàng lọt vào danh sách top 10. Theo khảo sát, mức độ thâm nhập của Masan đạt mức 95,6% ở bốn thành phố đô thị được khảo sát, và đạt 97,8% ở thị trường nông thôn.

Mảng kinh doanh tài nguyên: EBITDA của dự án Núi Pháo gia tăng khi mỏ Núi Pháo tiếp tục nâng cao sản lượng thành công

- Masan Resources đã công bố doanh thu 1.145 tỷ đồng và EBITDA pro-forma đạt 404 tỷ trong nửa đầu năm 2014 (tính từ lúc dự án thực sự bắt đầu đóng góp vào kết quả kinh doanh của Tập đoàn từ ngày 1 tháng 3 năm 2014).
- Hoạt động nghiên cứu quặng hiệu suất cao đã cung cấp nguồn nguyên liệu đầu vào dồi dào, đạt 93% công suất thiết kế. Quy trình trộn quặng cho phép quản lý hàm lượng quặng đầu vào, thiết lập được các tỷ lệ thu hồi tiêu chuẩn, và cải thiện được tỷ lệ thu hồi và phẩm cấp của sản phẩm cuối cùng đối với tất cả các loại khoáng sản khi quy mô sản xuất tiếp tục gia tăng.
- Công ty liên doanh với H.C. Starck tiếp tục cho ra những sản phẩm giá trị gia tăng vonfram và thiết lập nền tảng về chất lượng cho các khách hàng từ châu Âu, Bắc Mỹ và châu Á.
- EBITDA của mỏ đã được cải thiện từ mức 56 tỷ đồng trong tháng 3 năm 2014 lên mức 348 tỷ đồng trong quý 2 năm 2014. Khi dự án Núi Pháo tiếp tục gia tăng quy mô sản xuất trong hai quý tiếp theo, chúng tôi kỳ vọng lợi nhuận thuần sẽ đi theo quỹ đạo giống như doanh thu và EBITDA.

- Một chương trình khoan thăm dò đang được tiến hành tại thực địa mỏ Núi Pháo để đánh giá tiềm năng gia tăng trữ lượng mỏ. Nếu thành công, chương trình này sẽ giúp mở rộng vòng đời của mỏ hơn mức 17 năm hiện nay.
- Như cầu về vonfram của thế giới vẫn ổn định với sự tăng cao tiêu thụ tại Mỹ và Châu Âu giúp bù vào phần tăng trưởng chậm ở Trung Quốc. Ngành công nghiệp ô tô và năng lượng đóng góp lớn vào nhu cầu tiêu thụ vonfram và giúp cho giá APT giữ ổn định ở mức 370 USD/mtu.
- Việc triển khai dự án Núi Pháo đã được xác thực bởi việc tái cấp vốn thành công với các điều kiện vay tốt hơn cho mảng kinh doanh tài nguyên.

Tập trung nhiều hơn vào các mảng kinh doanh hàng tiêu dùng với 2 trụ cột mới

- Masan Group đang thiết lập các nền tảng để nhắm đến hai ngành hàng tiêu dùng mới – bia và nông nghiệp.
 - Tập đoàn Masan đang trong quá trình mua lại một công ty sở hữu 99,9% cổ phần trong Công ty Cổ phần Bia và Nước giải khát Phú Yên (PYBECO). Công ty này sẽ được gọi là “Công ty TNHH Masan Brewery” và sẽ được hợp nhất vào kết quả kinh doanh của Tập đoàn kể từ quý 3 năm 2014.
 - Masan Agri, một công ty con do Tập đoàn Masan sở hữu 51%, và công ty cổ phần tư nhân quốc tế TPG nắm giữ phần vốn còn lại, đã được tái cấu trúc nội bộ để được nắm giữ trực tiếp bởi Tập đoàn Masan, nhằm khai thác các lợi ích từ thị trường protein (bao gồm thịt và hải sản) đang tăng trưởng đầy hấp dẫn của Việt Nam. Masan Agri hiện đang nắm giữ 40% cổ phần trong công ty Proconco, công ty thức ăn gia súc địa phương lớn nhất của Việt Nam với doanh số nửa đầu năm 2014 đạt 6.749 tỷ đồng.

Cùng với động lực từ ngành hàng thực phẩm tiện lợi và đồ uống không cồn, điều này củng cố cam kết của Tập đoàn tập trung vào các ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam. Tập đoàn có dự trữ tiền mặt hơn 250 triệu đô la Mỹ, đủ để phục vụ cho nhu cầu phát triển của mình.

Công ty liên kết - Techcombank: Tăng trưởng lợi nhuận trước thuế 45% và tiếp tục tập trung vào các chính sách cho vay thận trọng và chất lượng tài sản

- Với sự cải thiện của môi trường tín dụng, kết hợp với việc duy trì chính sách cho vay thận trọng và hệ thống quản lý rủi ro, ngân hàng Techcombank báo cáo lợi nhuận trước thuế của 6 tháng đầu năm 2014 đạt 948 tỷ đồng, tăng 45.4% so với cùng kỳ năm 2013, hoàn thành 80% kế hoạch.
- Kết quả kinh doanh của Techcombank tăng trưởng tốt là nhờ mở rộng qui mô hoạt động và đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu gia tăng của cá nhân và doanh nghiệp. Thu nhập thuần từ phí dịch vụ và hoa hồng đạt 651 tỷ đồng, tăng đáng kể 77,4% so với 6 tháng đầu năm 2013.
- Tăng trưởng huy động tiền gửi đạt 4,0% trong nửa đầu năm 2014 so với năm 2013, trong khi tăng trưởng tín dụng cho vay khách hàng đạt 5,3%. Techcombank tiếp tục chính sách cho vay thận trọng, và duy trì tỷ lệ cho vay/ tiền gửi an toàn ở mức 59,3%.
- Techcombank tiếp tục xây dựng hệ thống bán lẻ mạnh mẽ, đặc biệt ở miền Nam nhằm phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam thông qua 1.223 máy ATM, hơn 313 chi nhánh và phòng giao dịch.

- Techcombank tiếp tục tập trung duy trì cấu trúc tài sản vững mạnh, nâng cao hiệu quả và kiểm soát chi phí. Tỷ lệ an toàn vốn là 13.3% tính đến ngày 30/6/2014, cao hơn nhiều so với mức 9,0% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MA SAN

Là một trong những công ty lớn nhất trong khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam, Masan Group tập trung xây dựng các doanh nghiệp dẫn đầu thị trường dựa trên tiềm năng tiêu dùng và tài nguyên thiên nhiên của Việt Nam. Chúng tôi có nhiều thành tích trong hoạt động xây dựng, mua lại và quản lý các nền tảng hoạt động kinh doanh có quy mô lớn. Chúng tôi cam kết duy trì vị thế của một Tập đoàn lớn mạnh thuộc khu vực kinh tế tư nhân tại Việt Nam xét về quy mô, lợi nhuận và thu nhập cho cổ đông; và là một đối tác có tiềm năng tăng trưởng cũng như nhà tuyển dụng hàng đầu ở Việt Nam.

LIÊN HỆ:

(Dành cho Nhà đầu tư/ Chuyên viên phân tích)

S.Venkatesh

T: +848 6256 3862

E: venkatesh@msn.masangroup.com

(Dành cho truyền thông)

Van Nguyen

T: +848 6256 3862 - 5406

E: van.nguyen@msn.masangroup.com

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