

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Nửa đầu năm 2022, lợi nhuận của Tập đoàn Masan tăng trưởng 123% so với cùng kỳ

Vượt qua khó khăn chung của thị trường, The CrownX tiếp tục là động lực thúc đẩy tăng trưởng

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 7 năm 2022 – Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, “Masan” hoặc “Công ty”), công bố bản phân tích chi tiết kết quả kinh doanh chưa soát xét 6 tháng đầu năm 2022 (“6T2022”).

Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Masan, ông Nguyễn Đăng Quang cho biết: “Tại Masan, chúng tôi tin rằng công nghệ sẽ là yếu tố chuyển đổi bức tranh tiêu dùng và xem đây là một trong những trụ cột chiến lược cần ưu tiên. Điểm khác biệt duy nhất là chúng tôi không xem công nghệ như một mô hình kinh doanh độc lập, mà là một công cụ mạnh mẽ để cá nhân hóa dịch vụ sản phẩm nhằm mang đến cho người tiêu dùng trải nghiệm vượt trội. Ứng dụng công nghệ để giải quyết những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng của người tiêu dùng là cách để đạt được tăng trưởng và gia tăng lợi nhuận, đồng thời, quan trọng hơn hết là thực thi sứ mệnh nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người Việt.”

Các kết quả nổi bật trong 6 tháng đầu năm 2022:

- **The CrownX** (“TCX”): Vượt qua mức nền doanh thu cao trong Quý 2/2021 do tâm lý tích trữ hàng hóa trong bối cảnh dịch COVID-19 và người tiêu dùng siết chặt chi tiêu trước sức ép lạm phát trong 6 tháng đầu năm 2022, The CrownX, nền tảng tiêu dùng – bán lẻ tích hợp WinCommerce (“WCM”) và Masan Consumer Holdings (“MCH”) vẫn tăng trưởng 2,2% so với cùng kỳ năm 2021 (“YoY”), đạt doanh thu thuần 26.092 tỷ đồng. Điều này cho thấy ngành nhu yếu phẩm và tiêu dùng có khả năng chống chịu cao với các khó khăn của thị trường chung. Nhờ đó, TCX vẫn ghi nhận 3.178 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao (“EBITDA”) trong nửa đầu năm 2022 (“6T2022”), tăng 11,7% và 1.146 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế trước lợi ích cho cổ đông không kiểm soát (NPAT Pre-MI), tăng 68,7% so với cùng kỳ năm 2021.
- **WinCommerce** (“WCM”): Từ đầu năm 2022 đến nay, WCM tiếp tục mở rộng quy mô khi khai trương 05 siêu thị WinMart và 301 siêu thị mini WinMart+, nâng tổng số siêu thị WinMart lên 127 và WinMart+ lên 2.873 điểm bán. Trong 6T2022, doanh thu WCM đạt 14.305 tỷ đồng, giảm 1,1% và EBITDA đạt 315 tỷ đồng, tăng 5,7% so với cùng kỳ năm trước. Quý 2/2022, dù doanh thu giảm 3,0%, WCM đạt biên EBITDA 2,2% do biên lợi nhuận thương mại tăng 270 điểm cơ bản (“bps”) so với cùng kỳ năm 2021.
 - 6 tháng đầu năm 2022, WinMart+ đạt doanh thu 9.528 tỷ đồng, ổn định so với cùng kỳ năm trước. Doanh thu tại các cửa hàng WinMart+ trên cơ sở so sánh tương đương (“LFL”¹) đạt 8.022 tỷ đồng, giảm 9,6% so với cùng kỳ năm trước, được bù đắp nhờ doanh thu 1.506 tỷ đồng từ các cửa hàng mới mở trong năm 2021 và 2022. Nếu loại bỏ tác động² do người tiêu dùng tích trữ hàng hóa diễn ra vào Quý 2/2021 để so sánh tương đương, doanh thu WinMart+ tăng lần lượt 5,3% trong nửa đầu năm 2022 và 6,7% vào Quý 2/2022.
 - Doanh thu của WinMart đạt 4.708 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2022, giảm 3,4% so với cùng kỳ. Cụ thể, các siêu thị LFL ghi nhận doanh thu 4.515 tỷ đồng nửa đầu năm 2022, giảm 5,7% so với cùng kỳ năm trước. Doanh thu các siêu thị mở mới trong năm 2021 và 2022 đạt 193 tỷ đồng. Sau dịch COVID-19, người tiêu dùng có xu hướng quay lại mua sắm tại các trung tâm thương mại từ Quý 2/2022 đã giúp doanh thu của các siêu thị LFL nằm bên trong trung tâm thương mại Vincom Retail tăng 2% so với cùng kỳ năm ngoái. Nếu loại bỏ tác động do doanh thu mức nền cao, doanh thu WinMart tăng trưởng lần lượt 1,4% và 9,9% trong 6 tháng đầu năm 2022 và Quý 2/2022, so với cùng kỳ năm trước.

¹ Các cửa hàng LFL là những cửa hàng mở trước năm 2021 và vẫn đang tiếp tục vận hành tại thời điểm báo cáo

² Hiệu ứng mức nền cao được chuẩn hóa bằng cách áp dụng chỉ số doanh thu trước khi tăng đột biến do người dân tăng mua sắm để tích trữ trong thời gian giãn cách xã hội cho các giai đoạn còn lại trong kỳ đang so sánh.

- Về lợi nhuận ở cấp cửa hàng, các cửa hàng WinMart+ LFL đạt biên EBITDA 6,7% trong 6 tháng đầu năm 2022, tăng 90 điểm cơ bản và 7,0% trong Quý 2/2022, tăng 40 điểm cơ bản.
 - Với mô hình siêu thị, biên EBITDA của WinMart LFL cải thiện lần lượt lên mức 3,7% và 2,1%, tăng 100 điểm cơ bản trong nửa đầu năm 2022 và Quý 2/2022 so với cùng kỳ năm trước.
 - Biên lợi nhuận gộp cải thiện từ 22,2% ở Quý 1/2022 lên 23,1% trong Quý 2/2022, trong khi đó biên EBITDA duy trì ở mức 2,2%, do chi phí mở cửa hàng mới và chi phí nhân công cao hơn.
 - Quý 2/2022, 60% cửa hàng WinMart+ mở mới trong nửa đầu năm đã có lãi EBITDA so với tỷ lệ 80% trên toàn chuỗi WinMart+. Các cửa hàng được mở vào trong nửa đầu năm 2022 có đà tăng trưởng lợi nhuận tốt hơn so với các cửa hàng được mở vào Quý 4/2021. Điều này cho thấy Ban điều hành đã liên tục cải thiện năng lực mở mới cửa hàng và tạo đà đẩy mạnh doanh thu trong 6 tháng cuối năm khi các cửa hàng mới tối ưu về mặt hiệu suất.
- **MCH:** Đạt kết quả kinh doanh khả quan trong 6T2022. Doanh thu thuần MCH đạt 12.355 tỷ đồng và EBITDA đạt 2.851 tỷ đồng, lần lượt tăng trưởng 7,7% và 11,5% so với cùng kỳ. Do nhu cầu tiêu dùng của người dân thấp hơn dự kiến vào Quý 1/2022, lượng hàng tồn kho tại các nhà phân phối gia tăng vào cuối quý này. Ban điều hành đã nhanh chóng điều chỉnh trong Quý 2/2022, đưa lượng hàng tồn kho về mức bình thường, tạo điều kiện cho mức tăng trưởng doanh thu hai chữ số và gia tăng lợi nhuận trong 6 tháng cuối năm 2022 với kế hoạch kiểm soát chặt chi phí khuyến mãi.
 - Trong 6T2022, hầu hết các ngành hàng chủ lực đều tăng trưởng mạnh mẽ như thịt chế biến, cà phê và bia, với mức tăng lần lượt là 57,8%, 33,1% và 19,3%. Tuy nhiên, doanh thu từ gia vị và thực phẩm tiện lợi trong 6T2022 chỉ tăng nhẹ lần lượt là 2,1% và 6,9% so với mức nền doanh thu cao vào Quý 2/2021 trong thời gian giãn cách xã hội, và giảm lần lượt 2,6% và 17,4% trong Quý 2/2022 so với cùng kỳ năm ngoái. Doanh thu của các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”) giảm 4,0% trong nửa đầu năm 2022.
 - Doanh thu từ các sản phẩm mới ra mắt trong Quý 4/2021 và 6T2022 đóng góp 38% vào tăng trưởng doanh thu tại MCH. Ban điều hành kỳ vọng tăng tốc ra mắt các sản phẩm mới trong nửa cuối năm 2022 để thúc đẩy đà tăng trưởng.
 - Vượt qua áp lực lạm phát, biên lợi nhuận gộp của MCH tăng 60 điểm cơ bản, lên 40,2% so với 1H2021 nhờ vào việc kiểm soát chi phí đầu vào và tối ưu chiến lược định giá sản phẩm. Biên EBITDA vẫn duy trì ở mức 23,1% trong nửa đầu năm 2022.
 - **Phúc Long Heritage (“PLH”):** trong nửa đầu năm 2022, ghi nhận doanh thu 820 tỷ đồng, tăng 38,5%³ so với cùng kỳ năm trước và EBITDA 117 tỷ đồng, giảm so với cùng kỳ năm trước do gia tăng đầu tư vào mở rộng quy mô chuỗi kiosk hiện vẫn cần thời gian để tối ưu hoạt động.
 - **Masan MEATLife’s (“MML”):** do đã chuyển nhượng mảng thức ăn chăn nuôi, doanh thu của MML giảm 81,0% so với cùng kỳ năm trước, đạt 1.941 tỷ đồng trong 6T2022. Doanh thu này hoàn toàn đến từ mảng kinh doanh thịt. Trên cơ sở so sánh tương đương, loại trừ doanh thu đến từ mảng thức ăn chăn nuôi, doanh thu thuần của MML chỉ giảm 6,1% do giá thịt heo giảm, được bù đắp bởi lượng hàng bán ra cao hơn của mảng thịt heo.
 - Biên lợi nhuận gộp và biên EBITDA của mảng trang trại heo trong 6T2022 đạt 17,6% và 25,5%, giảm so với mức 44,9% và 50,0% trong cùng kỳ năm trước. Giá thịt heo đầu vào thấp hơn trong khi giá bán giữ vững ở mức ổn định đã giúp biên EBITDA của mảng kinh doanh thịt có thương hiệu (“MEATDeli”) tăng 140 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm trước.
 - Biên EBITDA mảng thịt gà (“3F VIET”) tăng từ (21,6)% trong 6 tháng đầu năm 2021 lên (9,3)% trong cùng kỳ năm 2022 nhờ giá thịt gà cao hơn.
 - Ban điều hành kỳ vọng điều kiện thị trường thuận lợi và hệ thống phân phối hiệu quả hơn sẽ góp phần thúc đẩy kết quả kinh doanh của MML trong nửa cuối năm 2022. Kết quả kinh doanh của MEATDeli và 3F Việt được kỳ vọng sẽ cải thiện nhờ vào công suất sử dụng cao hơn tại các cơ sở chế biến thịt, mở rộng danh mục sản phẩm và gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng (tăng trưởng điểm bán thông qua WCM và các kênh phân phối khác), qua đó, thúc đẩy doanh thu cao hơn từ Quý 3/2022 trở đi.

³ Dữ liệu của PLH năm 2021 được ước tính dựa trên kết quả thực tế của 6 tháng cuối năm 2021

- **Masan High-Tech Materials (“MHT”)**: MHT đạt doanh thu thuần 8.123 tỷ đồng và EBITDA đạt 1.822 tỷ đồng trong 6T2022, tăng trưởng lần lượt 33% và 52,6% so với cùng kỳ năm trước nhờ giá hàng hóa tăng và nhu cầu vật liệu công nghiệp gia tăng. H.C. Starck Tungsten Powders (“HCS”), công ty con của Masan High-Tech Materials (“MHT”) đã đầu tư 45 triệu bảng Anh vào Nyobolt Limited (“Nyobolt”), công ty cung cấp giải pháp pin sạc nhanh có công suất và độ bền cao, ứng dụng vật liệu vonfram tiên tiến của MHT trong cực anode. Thỏa thuận hợp tác này góp phần thúc đẩy hiện thực hóa tầm nhìn của MHT trở thành nhà chế biến vật liệu công nghệ công nghệ cao, mang lại giá trị gia tăng và phát triển nền kinh tế tuần hoàn cho vonfram và vật liệu pin. Sau thương vụ, H.C.Starck sở hữu 15% Nyobolt trên cơ sở pha loãng hoàn toàn và là cổ đông lớn nhất của Nyobolt.
- **Techcombank (“TCB”)**, công ty liên kết của Masan ghi nhận 14.106 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế trong nửa đầu năm 2022, tăng trưởng 22,3% so với cùng kỳ. Thông tin chi tiết về kết quả tài chính của TCB vui lòng xem tại website của ngân hàng này.

Kết quả tài chính hợp nhất

- **Doanh thu thuần**: Do tác động của chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi, doanh thu thuần hợp nhất trong 6 tháng đầu năm 2022 của Masan đạt 36.023 tỷ đồng, giảm 12,5% so với mức 41.196 tỷ đồng ở cùng kỳ năm trước. Loại trừ doanh thu từ mảng thức ăn chăn nuôi năm 2021 để so sánh tương đương⁴, doanh thu thuần của Masan tăng 9,1% so với cùng kỳ do tăng trưởng tại MHT và tăng trưởng ổn định tại MCH.
- **EBITDA**: Trên cơ sở so sánh tương đương, EBITDA trong 6 tháng đầu năm 2022 của Masan tăng trưởng 17,5%, đạt 7.340 tỷ đồng nhờ biên EBITDA tăng từ 18,9% trong nửa đầu năm 2021 lên 20,4% trong nửa đầu năm 2022. Việc cải thiện này chủ yếu nhờ EBITDA của MHT tăng 52,6% và TCX tăng 11,7% so với cùng kỳ năm trước. Theo đó, EBITDA hợp nhất trên cơ sở báo cáo tăng 6,5% trong 6T2022 so với cùng kỳ năm trước.
- **Lợi nhuận sau thuế (“LNST”)**: LNST trước lợi ích cho cổ đông không kiểm soát đạt 3.110 tỷ đồng trong 6T2022, tăng trưởng 122,7% trên cơ sở báo cáo và 211,8% trên cơ sở so sánh tương đương. LNST sau lợi ích của cổ đông không kiểm soát đạt 2.577 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2022, tăng trưởng 163,3% trên cơ sở báo cáo và 345,4% trên cơ sở so sánh tương đương
- **Phân tích Bảng cân đối kế toán**: Tỷ lệ Nợ ròng⁵ trên EBITDA (trong 12 tháng qua) là 2,8 lần vào cuối tháng 6T2022, tăng so với mức 2,2 lần tại cuối năm 2021, chủ yếu do lượng tiền mặt thấp hơn.
 - Tiền và các khoản tương đương tiền đang có là 10.361 tỷ đồng trong kỳ 6T2022, thấp hơn so với cuối năm 2021, do việc gia tăng cổ phần tại The CrownX và Phúc Long Heritage và các chi phí đầu tư tài sản cố định (“Capex”).
 - Tổng nợ hợp nhất của Masan tại cuối kỳ 6T2022 ghi nhận 56.872 tỷ đồng, giảm 1.306 tỷ đồng so với cuối năm 2021.
 - Nợ ròng cuối kỳ 6T2022 ghi nhận 46.511 tỷ đồng, tăng so với mức 35.540 tỷ đồng vào cuối năm 2021, do lượng tiền mặt giảm.
 - Capex tăng từ 1.311 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2021 lên 2.136 tỷ đồng vào nửa đầu năm 2022.

Dự báo kết quả tài chính năm 2022 và các sáng kiến trong nửa cuối năm 2022:

Masan đang điều chỉnh các mục tiêu của năm tài chính 2022 để phản ánh chính xác hơn điều kiện thị trường và sẽ cập nhật thông tin chi tiết vào quý tiếp theo. Nhằm tối ưu hóa kết quả tài chính cho năm 2022 đồng thời vẫn thúc đẩy chiến lược tiêu dùng - công nghệ, Masan sẽ tập trung vào các sáng kiến dưới đây trong nửa sau của năm:

- **TCX:**
 - **WCM**: khai trương 800 cửa hàng mới trong nửa cuối năm 2022 nhằm mở rộng mạng lưới bán lẻ, trong đó có hơn 100 cửa hàng đi theo mô hình nhượng quyền. WCM cũng sẽ tiếp tục tối ưu hóa các loại sản phẩm, chương trình khuyến mãi và chi phí vận hành để đảm bảo lợi nhuận. Các cửa hàng đa tiện ích trong chiến lược Point of Life dự kiến ra mắt vào Quý 3/2022. Đây sẽ là các cửa hàng mới tích hợp đa dạng sản phẩm và dịch vụ của Masan (hiện có và sắp được công bố) để tạo nền tảng cho đà tăng trưởng sau này.

⁴ MML ngừng kinh doanh thức ăn chăn nuôi vào cuối tháng 11/2021.

⁵ Nợ ròng và 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 có lãi liên quan đến quản lý ngân quỹ.

- **MCH:** chú trọng vào nghiên cứu và phát triển (R&D) ở các ngành hàng chủ lực như gia vị, thực phẩm tiện lợi và thịt chế biến để tạo ra sự tăng trưởng vượt trội. Đồng thời, tiếp tục đẩy mạnh đà phát triển trong lĩnh vực đồ uống, cà phê và bia.
- **PLH:** đẩy nhanh việc mở mới các cửa hàng flagship để tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận. Đồng thời ra mắt các thức uống mới để mô hình kiosk Phúc Long thành công hơn nữa.
- **MML:** mở rộng mạng lưới phân phối ngoài hệ thống WCM và phục vụ đa dạng phân khúc khách hàng thuộc hệ thống WCM.
- **MHT:** đang trên đà hoàn thành các chỉ tiêu từ ĐHCĐ. Tập trung tối ưu hóa chi phí, dòng tiền và tích hợp với Nyobolt.

Kết quả tài chính hợp nhất⁶ 6T2022

Kết quả kinh doanh (1/2)

Tỷ đồng	2Q2022	2Q2021	Tăng trường	6T2022	6T2021	Tăng trường
Doanh thu thuần	17.834	21.219	(16,0)%	36.023	41.196	(12,6)%
<i>The CrownX</i>	12.579	12.927	(2,7)%	26.029	25.460	2,2%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	5.907	5.982	(1,3)%	12.355	11.476	7,7%
<i>WinCommerce</i>	7.008	7.226	(3,0)%	14.305	14.468	(1,1)%
<i>Masan MEATLife</i>	1.010	5.528	(81,7)%	1.941	10.232	(81,0)%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	4.194	3.144	33,4%	8.123	6.107	33,0%
Lợi nhuận gộp	4.967	4.847	2,5%	10.057	9.161	9,8%
<i>The CrownX</i>	3.868	3.615	7,0%	8.061	7.058	14,2%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	2.343	2.366	(1,0)%	4.965	4.549	9,1%
<i>WinCommerce</i>	1.618	1.368	18,3%	3.238	2.661	21,7%
<i>Masan MEATLife</i>	55	638	(91,4)%	111	1.309	(91,6)%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	753	554	35,9%	1.436	743	93,1%
Biên lợi nhuận gộp	27,9%	22,8%		27,9%	22,2%	
<i>The CrownX</i>	30,8%	28,0%		31,0%	27,7%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	39,7%	39,6%		40,2%	39,6%	
<i>WinCommerce</i>	23,1%	18,9%		22,6%	18,4%	
<i>Masan MEATLife</i>	5,4%	11,5%		5,7%	12,8%	
<i>Masan High-Tech Materials</i>	17,9%	17,6%		17,7%	12,2%	
SG&A⁷	(3.958)	(3.573)	10,6%	(7.924)	(7.207)	9,9%
<i>The CrownX</i>	(3.082)	(3.012)	6,9%	(6.372)	(5.881)	8,3%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(1.234)	(1.229)	0,6%	(2.651)	(2.537)	4,7%
<i>WinCommerce</i>	(1.794)	(1.627)	10,3%	(3.578)	(3.189)	12,2%
<i>Masan MEATLife</i>	(183)	(434)	(58,0)%	(362)	(827)	(56,2)%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	(280)	(264)	6,2%	(566)	(493)	4,7%
% chi phí SG&A trên doanh thu	22,2%	16,9%		22,0%	17,5%	
<i>The CrownX</i>	24,5%	23,3%		24,5%	23,1%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	20,9%	20,5%		21,5%	22,1%	
<i>WinCommerce</i>	25,6%	22,5%		25,0%	22,0%	
<i>Masan MEATLife</i>	18,1%	7,9%		18,6%	8,1%	
<i>Masan High-Tech Materials</i>	6,7%	8,4%		7,0%	8,1%	
Lợi nhuận từ công ty liên kết	1.252	1.024	22,2%	2.445	1.971	24,1%
Khấu hao và phân bổ	1.441	1.383	4,2%	2.779	2.860	(2,8) %
EBITDA	3.684	3.738	(1,4)%	7.340	6.891	6,5%
<i>The CrownX</i>	1.536	1.480	3,7%	3.178	2.646	11,7%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1.385	1.415	(2,1)%	2.851	2.557	11,5%
<i>WinCommerce</i>	151	157	(3,5)%	315	298	5,7%
<i>Masan MEATLife</i>	(21)	422	(105,0)%	(49)	920	(105,3)%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	944	717	31,7%	1.822	1.194	52,6%
Đóng góp từ Techcombank	1.242	1.010	23,0%	2.420	1.953	23,9%
Biên EBITDA	20,7%	17,6%		20,4%	16,7%	
<i>The CrownX</i>	12,2%	11,4%		12,2%	11,2%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	23,4%	23,7%		23,1%	22,3%	
<i>WinCommerce</i>	2,2%	2,2%		2,2%	2,1%	
<i>Masan MEATLife</i>	(2,1)%	7,6%		(2,5)%	9,0%	
<i>Masan High-Tech Materials</i>	22,5%	22,8%		22,4%	19,6%	

⁶ 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 Phúc Long Heritage, Mobicast, v.v.) nhưng tác động tài chính của chúng được phản ánh trong số liệu tài chính hợp nhất của Masan.

⁷ Chi phí SG&A hợp nhất của MSN cao hơn tổng chi phí SG&A của các công ty thành viên do các chi phí ở công ty mẹ.

Kết quả kinh doanh (2/2)

Tỷ đồng	2Q2022	2Q2021	Tăng trưởng	6T2022	6T2021	Tăng trưởng
Lợi nhuận / (Chi phí) tài chính thuần	(991)	(1.152)	(14,0%)	(1.281)	(2.317)	(44,7%)
<i>Thu nhập tài chính</i>	585	245	138,4%	1.591	462	244,6%
<i>Chi phí tài chính</i>	(1.576)	(1.397)	12,8%	(2.872)	(2.779)	3,3%
Thu nhập/ (chi phí) khác	(8)	(2)	331,6%	38	22	73,6%
Thuế TNDN	(46)	(88)	(47,7%)	(225)	(233)	(3,4%)
Lợi nhuận thuần trước phân bổ Cổ đông thiểu số	1.215	1.053	15,3%	3.110	1.396	122,7%
Lợi nhuận thuần sau phân bổ Cổ đông thiểu số	981	791	24,0%	2.577	979	163,3%

Bảng cân đối kế toán

Tỷ đồng	6T2022	FY2021	FY2020
Tiền và các khoản tương đương tiền⁸	10.361	22.638	8.169
Nợ vay	56.872	58.178	62.011
Nợ vay ngắn hạn	30.751	18.806	22.545
Nợ vay dài hạn	26.121	39.372	39.466
Tổng tài sản	125.260	126.093	115.737
Tổng vốn sở hữu	38.796	42.337	25.030
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đông thiểu số	29.200	32.811	15.938
Số lượng cổ phiếu đang phát hành (triệu cổ phiếu)	1.424	1.181	1.175

Các chỉ số tài chính tiêu biểu

Tỷ đồng	6T2022	FY2021	FY2020
Nợ vay/ EBITDA⁹	2,8x	2,2x	5,2x
ROAA	10%	8%	1%
ROAE	40%	35%	4%
FFO¹⁰ /Nợ vay	15%	11%	7%
FCF¹¹	-1.071	3.407	1.943
Vòng quay tiền mặt	50	38	43
Số ngày tồn kho ¹²	79	69	68
Số ngày phải thu ¹³	10	9	6
Số ngày phải trả	39	41	32
CAPEX	(1.293)	(2.805)	(3.678)

⁸ 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).

⁹ Tỷ lệ nợ ròng/EBITDA sử dụng "Tiền mặt và các khoản tương đương tiền" như chú thích 8.

¹⁰ 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.

¹¹ 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.

¹² Số ngày tồn kho được tính bằng cách lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán LTM.

¹³ 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.

LIÊN HỆ:

Dành cho Nhà đầu tư/Chuyên viên phân tích

Dương Hoàng Phú

T: +84 28 6256 3862

E: ir@msn.masangroup.com

Dành cho Truyền thông

Phạm Vân

T: +84 28 6256 3862

E: pr@msn.masangroup.com

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