



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2021

Mục lục

Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị	16
Câu chuyện của Masan Group	24
Báo cáo Phát triển Bền vững	44
Báo cáo của Ban Điều Hành	64
Báo cáo Tài chính	106
Thông tin chung về Công ty	196

Báo cáo Thường niên này phục vụ cho Đại Hội Đồng Cổ Đông thường niên năm 2022 và dành cho cổ đông của Masan Group, Masan Consumer và Masan MEATLife. Các báo cáo thường niên của Masan Consumer và Masan MEATLife được đăng tải trên website của từng công ty.



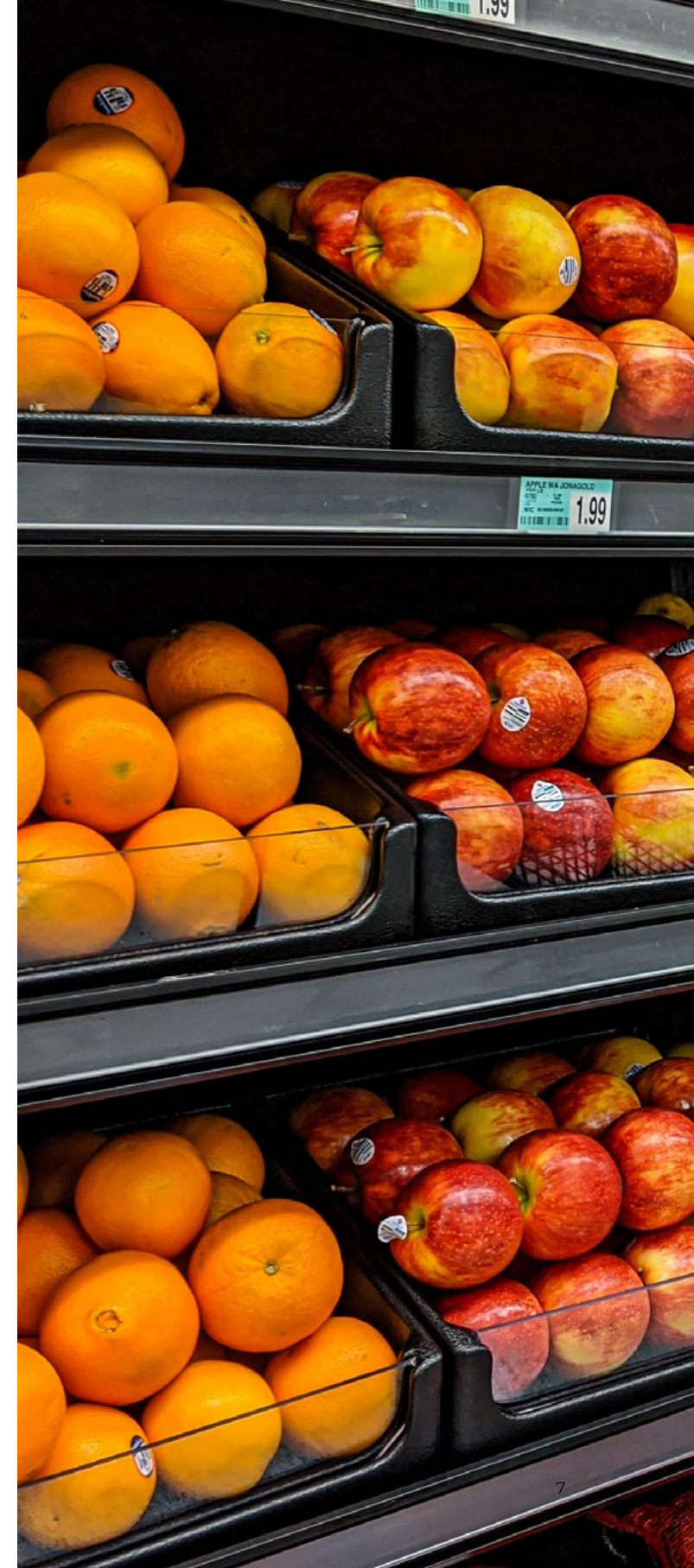
KẾT NỐI VẠN NHU CẦU





Nền tảng tiêu dùng – bán lẻ độc đáo

không chỉ tạo giá trị cộng hưởng thúc đẩy hệ sinh thái số của Masan phát triển, mà còn đảm bảo các chỉ tiêu lợi nhuận khi nhân rộng quy mô.



Masan xây dựng mô hình mini mall “tất cả trong một”

phục vụ đa dạng các sản phẩm và dịch vụ cho mọi thành viên trong gia đình.





Chúng tôi vận dụng công nghệ AI và ML

để gia tăng khả năng thấu hiểu người tiêu dùng. Kết hợp với dữ liệu từ các kênh offline, chúng tôi phục vụ người tiêu dùng các trải nghiệm vượt trội trên nhiều lĩnh vực.



Phục vụ các giải pháp chi tiêu tiêu dùng

tích hợp xuyên suốt từ offline đến online, thông qua thẻ tín dụng với chi phí hợp lý.



Trong thời gian tới, Masan sẽ mở rộng sang lĩnh vực giải trí

hoàn tất mảnh ghép tiếp theo của
nền tảng tiêu dùng – công nghệ nhằm
nâng cao đời sống tinh thần của người
Việt Nam.



Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị



Bước tiếp theo trên Con đường chúng ta đi: Xây dựng nền tảng Tiêu dùng - Công nghệ kết nối vạn nhu cầu

Các Masaners thân mến,

Hơn 26 năm qua, dẫn dắt con đường chúng ta đi là triết lý “đặt người tiêu dùng làm trọng tâm”, không ngừng đổi mới sáng tạo để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng nâng cao. ADN này của Masan sẽ không bao giờ thay đổi và luôn là kim chỉ nam cho khát vọng dẫn đầu, phát triển con người, và đặc biệt là trong sứ mệnh phụng sự người tiêu dùng. Kể từ khi bắt đầu hành trình này, chúng ta đã liên tục chuyển đổi để đáp ứng những thách thức ngày càng nâng cao và những nhu cầu lớn chưa được phục vụ đúng cách của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Từ nỗ lực cách mạng hóa thị trường nước mắm đến tái định hình hạ tầng tiêu dùng, Masan đều hướng đến mục tiêu giúp người Việt Nam chi trả ít hơn cho các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu, đồng thời gia tăng chất lượng cuộc sống. Để thực hiện được điều đó, chúng ta cần thực hiện cú nhảy vọt, chuyển đổi từ một doanh nghiệp truyền thống thành một tảng tiêu dùng ứng dụng công nghệ. Chúng ta sẽ mang đến sự thay đổi đột phá, thông qua các bước đi chiến lược sau:

- Nhân rộng mô hình “mini mall” tại mỗi WinMart/WinMart+ và kết nối thói quen mua sắm offline của người tiêu dùng thành một trải nghiệm đa kênh thuận tiện, liên mạch từ offline đến

online (O²), qua đó giảm chi phí thu hút khách hàng mới, gia tăng tỷ lệ giữ chân khách hàng so với mô hình kinh doanh chỉ có kênh online;

- Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (“AI”) và máy học (“ML”) để cải thiện hoạt động vận hành. Xây dựng công cụ định danh người dùng (“KYC”) độc đáo nhằm thấu hiểu và cung cấp dịch vụ cá nhân hóa cho 100 triệu người tiêu dùng;
- Thiết kế các giải pháp tài chính đơn giản và dễ dàng, liên mạch O² cho những khách hàng chưa có tài khoản ngân hàng và mang lại giá trị gia tăng hơn nữa cho những khách hàng đã có tài khoản;
- Phát triển chuỗi cung ứng của tương lai để chuyển đổi thành một doanh nghiệp B2B2C.

Chúng ta đang tập trung nguồn lực vào các sáng kiến công nghệ để khắc phục những hạn chế còn tồn đọng trong hoạt động kinh doanh của Masan nói riêng và hạ tầng tiêu dùng của Việt Nam nói chung. Sau một thời gian thử nghiệm, đến nay, Masan đã xác định công nghệ nào cần đầu tư và phương thức thực thi để phục vụ tốt nhất và hiệu quả nhất cho người tiêu dùng. Hôm nay, Masan đang ở nền tảng O² phiên bản 0.5 của chính mình, nhưng đến trước cuối năm 2022, chúng ta sẽ hoàn thiện và nâng cấp nền tảng này lên phiên bản 4.0.

Mini mall là chìa khóa để hợp nhất toàn bộ nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng và mở rộng quy mô nền tảng O²

“Bí quyết thành công trong lĩnh vực bán lẻ là cung cấp cho khách hàng những gì họ muốn” - Sam Walton, nhà sáng lập Walmart.

Nhiều người vẫn xem Masan là một tập đoàn đa ngành và hoài nghi rằng liệu chúng ta có đang áp dụng cùng một cách tư duy khi triển khai chiến lược Point of Life và xây dựng mini mall hay không. Câu trả lời là không. Mô hình mini mall được phát triển để đáp ứng đa dạng nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng ngay trên cùng một điểm chạm. Chúng ta phục vụ nhu cầu tiêu dùng hàng ngày bằng những thương hiệu mạnh như WinMart (nhu yếu phẩm), Techcombank (dịch vụ tài chính), Phúc Long (trà và cà phê) và một đối tác trong lĩnh vực được phẩm sẽ được công bố trong thời gian tới (chăm sóc sức khỏe). Mảnh ghép còn thiếu trong hệ sinh thái của Masan là lĩnh vực nội dung và giải trí. Hai mảnh ghép này sẽ sớm được bổ sung, hoàn thiện để tăng cường khả năng tương tác và gắn kết mạnh mẽ với người tiêu dùng. Đây cũng là cách chúng ta tạo sự khác biệt cho các dịch vụ viễn thông di động của Reddi. Mô hình mini mall sẽ tăng khả năng đáp ứng nhu cầu chi tiêu tiêu dùng từ 25% lên 60 – 80%.

Ở phương diện mô hình kinh doanh, mini mall giúp Masan nhanh chóng mở rộng quy mô trên toàn quốc và gia tăng lợi nhuận.

Mô hình bán lẻ nhu yếu phẩm thuần túy sẽ không mang lại hiệu quả kinh tế nếu triển khai tại khu vực nông thôn, nơi tập trung phần lớn người tiêu dùng Việt Nam. Hình thức mini mall chính là mô hình tối ưu, là công thức chiến thắng giúp mỗi điểm bán giảm doanh thu đạt điểm hòa vốn từ mức hơn 20 triệu đồng mỗi ngày xuống xấp xỉ 14 triệu đồng mỗi ngày. Sức mệnh của chúng ta là phục vụ cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam chứ không chỉ là một phần nhỏ trong số đó.

Chúng ta tuân thủ cam kết “phụng sự người tiêu dùng mọi lúc, mọi nơi”.

Điều này đòi hỏi chúng ta phải xây dựng các dịch vụ số trên hành trình phụng sự người tiêu dùng. Nhưng vấn đề quan trọng là làm thế nào để thực hiện điều đó mà không phải “đốt tiền”. Mặc dù thương mại điện tử là xu hướng của tương lai nhưng hiện vẫn chưa đạt hiệu quả chi phí và lợi nhuận nếu triển khai như một kênh độc lập. Bởi nhu cầu tiêu dùng còn hạn chế (chỉ chiếm 5% doanh số bán lẻ), tần suất mua hàng (chủ yếu chỉ phát sinh khi có nhu cầu) và chuỗi cung ứng kém hiệu quả dẫn đến việc lạm dụng các chương trình khuyến mãi để giành thị phần. Chúng ta hoàn toàn tin tưởng vào triển

vọng của mô hình tích hợp O² đồng thời tận dụng độ phủ các các mini mall để số hóa toàn bộ nền tảng.

Cụ thể, chúng ta dự kiến xây dựng mô hình kiosk kỹ thuật số đa tiện ích tại các cửa hàng offline để cung cấp một giải pháp liền mạch, tích hợp tài khoản mua sắm, viễn thông, tài chính với chương trình khách hàng thân thiết. Hãy tưởng tượng một chiếc máy thông minh có thể hoạt động như một điểm thanh toán không dùng tiền mặt, một điểm rút và nạp tiền mặt đáp ứng nhu cầu tài chính cá nhân, phân phối sim điện thoại và giới thiệu các sản phẩm và chương trình khuyến mãi mới nhất tại cửa hàng. Những sản phẩm và dịch vụ tương tự sẽ được kết nối liền mạch với ứng dụng số của Reddi, giúp người tiêu dùng dễ dàng đặt hàng sản phẩm để được giao tận nhà hoặc đến nhận tại cửa hàng và tiếp cận toàn bộ dịch vụ của Masan mọi lúc, mọi nơi. Người tiêu dùng sẽ được phục vụ trải nghiệm phong cách sống hiện đại trên cả kênh offline và online. Bằng cách tích hợp cả hai trên một nền tảng duy nhất, chúng ta có thể nhân rộng quy mô các sáng kiến về sản phẩm và dịch vụ số trong khi vẫn giữ vững các tôn chỉ kinh doanh, tạo ra lợi nhuận bền vững.

Năm 2021, chúng ta đã thí điểm thành công mô hình mini mall. Nhiệm vụ tiếp theo là nhân rộng mô hình cho 30.000 cửa hàng và liên kết mạng lưới offline

vào một hệ sinh thái số trước năm 2025. Dù mục tiêu này có thể hoàn thành sớm hay muộn hơn mốc thời gian này nhưng mini mall chính là mô hình bán lẻ của Việt Nam hiện đại.

Trí tuệ nhân tạo (“AI”) và máy học (“ML”) là công cụ đột phá nâng tầm chất lượng cuộc sống mỗi người tiêu dùng

Chúng ta đặc biệt tin tưởng vào sức mạnh của AI, ML và việc ứng dụng những công nghệ này để tạo ra giá trị vượt trội xuyên suốt các nền tảng. Không chỉ giúp tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả công việc và chất lượng dịch vụ, các công nghệ này còn đảm bảo các sản phẩm dịch vụ ra mắt có tỉ lệ thành công cao hơn đồng thời mang đến trải nghiệm riêng cho mỗi người tiêu dùng.

Có nhiều cách để nhanh chóng ứng dụng AI và ML nhằm gia tăng hiệu quả chi phí và nâng cao giá trị doanh nghiệp:

- Tối ưu danh mục sản phẩm: phân tích và lựa chọn danh mục sản phẩm ở mỗi điểm bán theo thị hiếu người tiêu dùng tại từng thời điểm cho mạng lưới 30.000 cửa hàng. Điều này đặc biệt quan trọng tại khu vực nông thôn, nơi thói quen mua sắm và thị hiếu tiêu dùng khác biệt rõ nét theo từng vùng

miền. Chúng ta kỳ vọng sẽ giảm thất thoát doanh số bán hàng, rút ngắn số ngày tồn kho, đơn giản hóa danh mục SKU đồng thời gia tăng mức độ hài lòng của người tiêu dùng.

- Lựa chọn vị trí cửa hàng: kết hợp kết quả kinh doanh của cửa hàng trong quá khứ với dữ liệu về lưu lượng khách hàng để tăng tỷ lệ thành công khi mở mới cửa hàng lên 90% và cao hơn.
- Cải thiện năng suất của nhân viên: sử dụng camera và AI để giúp đơn giản hóa quy trình bán hàng, giải phóng nhân viên khỏi các công việc tốn nhiều thời gian xử lý để tập trung vào việc tư vấn, bán chéo và nâng cao sự hài lòng cho khách hàng. Một mặt tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh, một mặt chúng ta ứng dụng AI và ML vào xây dựng công cụ định danh và thấu hiểu người dùng (“KYC”) độc đáo. Masan đã rất thành công khi áp dụng các phương pháp tiếp cận truyền thống để gia tăng khả năng hiểu biết người tiêu dùng thông qua dùng thử sản phẩm, khảo sát ý kiến khách hàng, nghiên cứu thị hiếu và báo cáo phân tích thị trường. Mặc dù các phương pháp này đã chứng minh được hiệu quả rõ rệt và đã giúp Masan xây dựng được nhiều thương hiệu mạnh, nhưng cách tiếp cận truyền thống này chỉ mới mang đến thông tin ở mức độ phổ quát, chưa thể thấu hiểu sâu sắc người tiêu dùng ở cấp độ cá nhân.

Người tiêu dùng hiện nay đòi hỏi trải nghiệm mua sắm mang tính cá nhân hoá cao hơn. Chúng ta tin rằng công cụ KYC sẽ giúp chúng ta hiểu rõ hơn về lịch sử, thói quen và hành vi mua sắm của từng người tiêu dùng để mang đến những gì họ muốn. Bằng cách kết hợp những hiểu biết về người dùng từ việc phân tích dữ liệu lớn, kết hợp với sự thấu hiểu sâu sắc về xu hướng tiêu dùng ở cấp độ “vĩ mô”, Masan sẽ có thể cá nhân hóa các dịch vụ và thiết kế nên trải nghiệm riêng cho quy mô 100 triệu người tiêu dùng. Đặc biệt, KYC sẽ đóng vai trò:

- Thấu hiểu người dùng theo thời gian thực để Masan Consumer rút ngắn chu kỳ đổi mới sản phẩm, đồng thời gia tăng tỉ lệ thành công của các phát kiến sản phẩm và đẩy mạnh chiến lược nhãn hàng riêng;
- Cá nhân hóa cách giao tiếp và tương tác với người tiêu dùng, tập trung hơn và dự đoán các nhu cầu của họ để đề xuất những sản phẩm dịch vụ phù hợp theo từng thời điểm và hoàn cảnh. Nếu làm được, chúng ta không chỉ nâng cao tỉ suất lợi nhuận từ hoạt động bán hàng và tiếp thị mà còn phát triển được một nền tảng tiếp thị tạo ra doanh thu; và
- Tăng cường sức hút cho mô hình kinh doanh online của Masan bởi thói quen và hành vi mua sắm của người tiêu dùng trên kênh online khác biệt đáng kể với kênh offline.

Chúng ta đang “đặt cược” vào AI và ML và sẽ ứng dụng các công nghệ này vào hệ sinh thái của Masan trong nửa cuối năm 2022.

Nền tảng ngân hàng bán lẻ O²

Chúng ta tương tác với hàng triệu người tiêu dùng mỗi ngày, phần đông trong số đó chưa được tiếp cận với cuộc sống tài chính thực sự. Trong khi đó, Masan sở hữu một lượng dữ liệu giao dịch khổng lồ của người tiêu dùng. Đây cũng chính là lợi thế cạnh tranh của chúng ta trong việc tìm hiểu và định giá nhu cầu tài chính của người tiêu dùng. Thị phần dịch vụ tài chính chịu sự chi phối của khả năng tiếp cận, cách thức sử dụng dễ dàng đặc biệt với các khách hàng mới và năng lực đánh giá mức độ tín nhiệm. Nhờ mạng lưới bán lẻ rộng khắp toàn quốc, Masan hướng tới mục tiêu phục vụ nhu cầu tài chính của người tiêu dùng bằng cách xây dựng quy trình đơn giản để khách hàng mới dễ dàng sử dụng thông qua một dịch vụ tích hợp: một ID duy nhất (số điện thoại của Reddi chẳng hạn) tự động đồng bộ thông tin tài khoản của khách hàng mua sắm tại WCM vào một nền tảng tài chính cung cấp các giải pháp thanh toán không tiếp xúc, sản phẩm tiết kiệm, đầu tư và cho vay dựa trên công cụ AI – ML.

Trong năm 2022, chúng ta sẽ bắt đầu triển khai các kiosk ngân hàng số, cho phép người tiêu dùng nạp tiền, rút tiền và tiếp cận các sản phẩm tài chính, như thẻ tín

dụng và bảo hiểm. Các điểm bán offline của chúng ta sẽ hoạt động như các điểm cung cấp dịch vụ và cổng thông tin online, luôn đảm bảo kết nối người tiêu dùng với các dịch vụ theo yêu cầu.

Masan đặt mục tiêu tiếp cận 1 triệu khách hàng chưa có tài khoản ngân hàng vào năm 2022. Theo đó, Masan sẽ cung cấp cho người tiêu dùng các giải pháp chi tiêu tiêu dùng thông qua thẻ tín dụng với mức phí hợp lý. Đây là cột mốc quan trọng để chúng ta trở thành một nền tảng dịch vụ ngân hàng bán lẻ số O².

B2B2C, phương thức duy nhất để chuyển đổi số hạ tầng tiêu dùng và phục vụ 100 triệu người Việt Nam

Masan đang thực hiện chuyển đổi và số hóa nền tảng B2C, đồng thời đảm bảo nền tảng này hoạt động hiệu quả với các đối tác B2B trong thời gian tới và hơn 300.000 cửa hàng bán lẻ truyền thống mà Masan Consumer đang phục vụ hàng ngày. Chúng ta vẫn đang trong giai đoạn thí điểm chuỗi cung ứng của tương lai, bao gồm các kho hoàn thiện đơn hàng và dark store (trung tâm thực hiện đơn hàng online, không phục vụ khách hàng mua trực tiếp) trong các siêu thị ứng dụng công nghệ AI và ML để vận hành tự động. Thông qua cơ chế tập trung hóa, ứng dụng công nghệ và chu kỳ quy mô hiệu quả, chúng ta đang nỗ lực nâng cao hiệu suất, đồng thời rút ngắn quãng

đường, tăng sức chứa và quy hoạch cung cầu tốt hơn, giảm thất thoát và tối ưu hóa mức tồn kho trong chuỗi giá trị tiêu dùng. Những sáng kiến này giúp đảm bảo các sản phẩm luôn có đủ hàng mà không cần đầu tư và dự trữ quá nhiều hàng tồn kho. Các sáng kiến về chuỗi cung ứng kết hợp với mạng lưới offline đang ngày càng mở rộng của chúng ta sẽ là chìa khóa để cải thiện khả năng đáp ứng đơn hàng và giao hàng chặng cuối đến người tiêu dùng. Nhờ đó, Masan hiện thực hóa tham vọng tăng trưởng trên kênh online một cách bền vững và hiệu quả về mặt kinh tế.

Trong năm 2022, chúng ta đặt mục tiêu phục vụ 50% nhu cầu nội bộ và mở rộng quy mô lên 100% sau một thời gian ngắn. Mục tiêu dài hạn là mang các giải pháp này đến với các đối tác thương mại (các cửa hàng bán lẻ truyền thống) để khắc phục những bất cập của hạ tầng tiêu dùng đang còn phân mảnh và kém hiệu quả của Việt Nam. Cung cấp các giải pháp bán lẻ mới cho đối tác thương mại truyền thống chính là cách duy nhất để giảm giá các mặt hàng thiết yếu từ 5-10%, đặc biệt, khi kênh phân phối hàng hoá truyền thống vẫn còn chiếm đến 90% thị trường bán lẻ.

Chúng ta cũng mong muốn xây dựng mối quan hệ hợp tác đôi bên cùng có lợi, trong đó khách hàng của các đối tác có thể tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ trên toàn hệ sinh thái của Masan. Hợp tác là cách duy nhất để phục vụ 100 triệu người tiêu dùng.

Điều quan trọng nhất: có công nghệ hỗ trợ, nhưng con người vẫn là mấu chốt

Hành trình tiêu dùng - công nghệ của Masan khẳng định cam kết phục vụ các nhu cầu lớn chưa được đáp ứng, ngày càng nâng cao và biến đổi không ngừng của người tiêu dùng. Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi thành nền tảng tiêu dùng công nghệ O² sẽ không thể khả thi nếu chúng ta thiếu những thay đổi toàn diện về mặt con người. Dù cho công nghệ phát triển đến mức nào, thì cuối cùng, con người vẫn là yếu tố quyết định thành công, bởi lẽ bản thân công nghệ không bao giờ có thể lấy người tiêu dùng làm trọng tâm. Chúng ta cần hợp lực để thực hiện số hóa, đồng thời vẫn tuân theo tôn chỉ hàng ngày nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng Việt Nam.

Nhiều người vẫn nhầm tưởng rằng tôi có học vị Tiến sĩ chuyên ngành Marketing bởi bằng Tiến sĩ Vật lý Hạt nhân của tôi chẳng liên quan gì đến ngành tiêu dùng. Tuy nhiên, tôi tin rằng sự kết hợp giữa khoa học, công nghệ và marketing sẽ tạo ra “phản ứng hạt nhân” bùng nổ giúp chúng ta phụng sự người tiêu dùng tốt hơn. Trong thời gian tới, Masan sẽ tiếp tục tìm kiếm các nhân tài trong lĩnh vực khoa học, công nghệ để tăng tốc chuyển đổi và cùng nhau theo đuổi lý tưởng phụng sự người tiêu dùng.

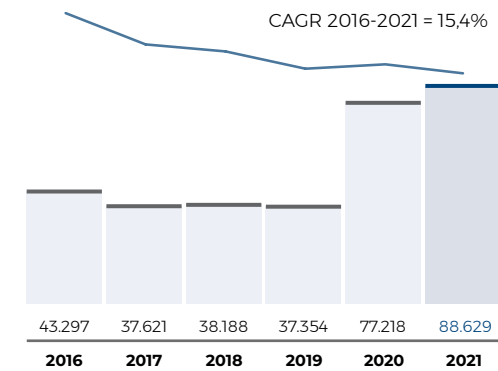
Đón nhận thay đổi và dẫn đầu xu hướng. Đó là tâm thế và tư duy chúng ta cần có xuyên suốt hành trình này để vươn tới những đỉnh cao mới, những khát vọng mới.

Hành trình của chúng ta là hành trình làm chủ công nghệ, kết nối vạn nhu cầu để phụng sự người tiêu dùng.

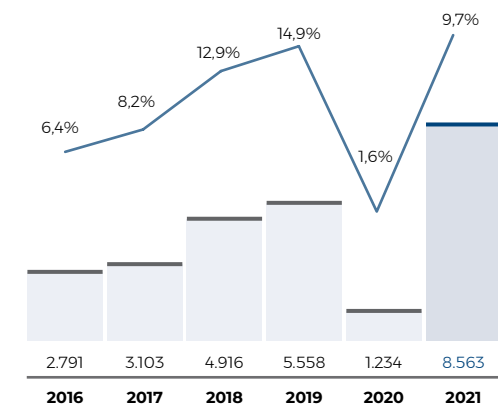
TS. Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Kết quả Tài chính

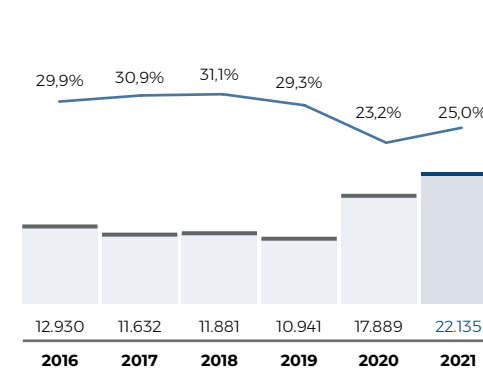
DOANH THU THUẦN CỦA MASAN GROUP (TỶ ĐỒNG)



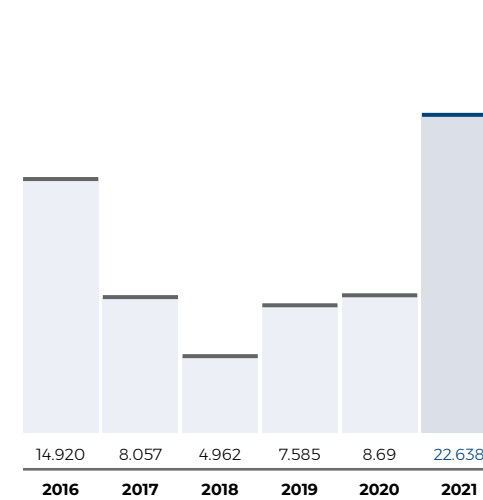
LỢI NHUẬN SAU THUẾ PHÂN BỐ CHO CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY (TỶ ĐỒNG) VÀ BIÊN LỢI NHUẬN SAU THUẾ PHÂN BỐ CHO CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY (%)



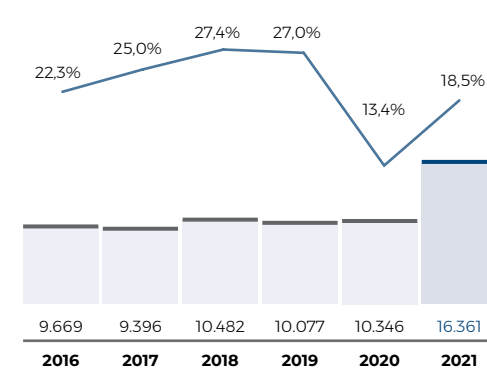
LỢI NHUẬN GỘP (TỶ ĐỒNG) & BIÊN LỢI NHUẬN GỘP (%)



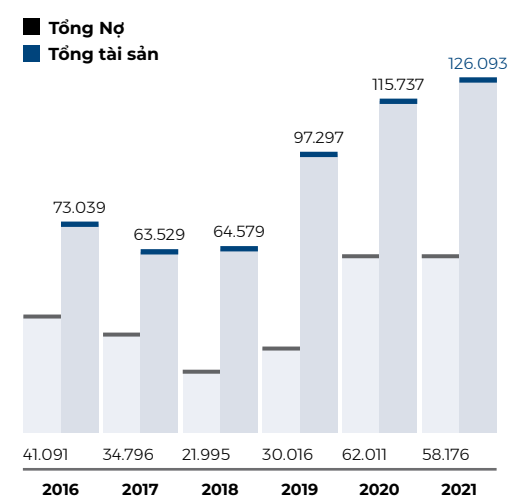
SỐ DƯ TIỀN² (TỶ ĐỒNG)



EBITDA¹ (TỶ ĐỒNG) & BIÊN EBITDA (%)



TỔNG NỢ VÀ TỔNG TÀI SẢN (TỶ ĐỒNG)



- EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ và bao gồm phần thu nhập đóng góp từ TCB. EBITDA của WCM bao gồm thu nhập từ hỗ trợ của các nhà cung cấp theo các thỏa thuận hợp đồng thương mại, các khoản này được ghi nhận vào thu nhập khác và thu nhập tài chính khác theo VAS.
- Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (như tiền gửi có kỳ hạn) và các khoản phải thu có lãi suất liên quan đến các hoạt động quản lý ngân quỹ.



Câu chuyện của Masan Group



Các doanh nghiệp của chúng tôi hoạt động trong những lĩnh vực chiếm phần lớn chi tiêu của người tiêu dùng

Giới thiệu

Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ phụng sự những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam

Là công ty hàng đầu tại Việt Nam luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, Masan Group tin tưởng vào triết lý “Doing well by doing good”. Sứ mệnh của chúng tôi là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cho gần 100 triệu người Việt Nam, đồng thời giúp họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày.

Nguyên tắc hoạt động của chúng tôi là không ngừng chuyển đổi nhằm phụng sự những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng của người tiêu dùng, từ đó tạo ra giá trị mang tính đột phá. Cùng với quá trình tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, người tiêu dùng và nhu cầu của họ luôn không ngừng phát triển. Bên cạnh nhu yếu phẩm cơ bản hằng ngày, người tiêu dùng còn cần được phục vụ các sản phẩm và dịch vụ đa dạng, những trải nghiệm vượt trội, phù hợp với sở thích của từng cá nhân và phong cách sống hiện đại. Công nghệ và sự tiện lợi ngày càng trở thành mối quan tâm hàng đầu, 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 - công nghệ tích hợp xuyên suốt từ offline

đến online (“O²”). Vì vậy, hành trình phụng sự người tiêu dùng của Masan chính là hành trình xây dựng Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ, kết nối vạn nhu cầu.

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 bán lẻ tiêu dùng, hàng tiêu dùng nhanh có thương hiệu (bao gồm thực phẩm, đồ uống, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”)), thịt có thương hiệu và sản phẩm tươi sống, dịch vụ tài chính, chuỗi F&B và 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, nền tảng bán lẻ hàng tiêu dùng sở hữu Masan Consumer Holdings (“MCH”) - mảng kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu và WinCommerce (“WCM”) - mảng kinh doanh bán lẻ của Masan. 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 tươi ngon, hợp vệ sinh và có thể truy xuất nguồn gốc; Phúc Long Heritage (“Phúc Long”) - thương hiệu trà và cà phê được yêu thích hàng đầu; và Mobicast - nhà



khai thác mạng di động (“MVNO”) sở hữu thương hiệu “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.

Không kể đến MHT, các công ty của Masan Group đều đại diện cho các mảnh ghép chính trong hệ sinh thái tiêu dùng

toàn diện của chúng tôi. Năm 2021, chúng tôi đã tăng tốc chiến lược Point of Life (“POL”) (chuyển đổi WinMart+ thành các cửa hàng “tất cả trong một”) bằng việc phát triển và thí điểm thành công mô hình mini mall cung cấp đa dạng các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu như nhu yếu phẩm, dược phẩm, dịch vụ tài chính và dịch vụ viễn thông/giải trí trong một hệ sinh thái tích hợp O² từ offline đến online. Việc triển khai mô hình này trên toàn quốc được kỳ vọng giúp tăng lưu lượng khách hàng và giảm doanh thu cần thiết để đạt điểm hòa vốn, từ đó gia tăng lợi nhuận. Trong tương lai, Masan Group sẽ ứng dụng công nghệ và phân tích dữ liệu nhằm thấu hiểu và phục vụ người tiêu dùng tốt hơn, mang đến trải nghiệm mua sắm trọn vẹn, tiện lợi và mang tính cá nhân hóa.

Chúng tôi theo đuổi lý tưởng trở thành niềm tự hào của Việt Nam bằng việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt.

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

Masan thường được xem là một tập đoàn đa ngành gồm nhiều mảng kinh doanh không liên quan đến nhau. Tuy nhiên, chúng tôi định hình Masan là một tập đoàn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm dựa trên một số trụ cột kinh doanh chính, nhằm mang đến cho người tiêu dùng Việt Nam sự tiện lợi và những trải nghiệm vượt trội, qua đó đáp ứng các nhu cầu đa dạng trong cuộc sống. Mục tiêu này được thể hiện trong quá trình phát triển các doanh nghiệp của chúng tôi. Thị trường tiêu dùng tại Việt Nam tiếp tục là một trong những thị trường năng động có nhiều cơ hội tiềm năng, để có được kết quả kinh doanh ấn tượng và giữ được vị thế dẫn đầu, ngoài tính kỷ luật, chúng tôi còn tuân theo những nguyên tắc quan trọng khác như:

ĐAM MÊ SÁNG TẠO VÀ ĐÁP ỨNG NHỮNG NHU CẦU LỚN HẰNG NGÀY CHƯA ĐƯỢC THỎA MÃN

Masan tin tưởng rằng giá trị đích thực đến từ vị thế dẫn đầu và quy mô kinh doanh, đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được

Chúng tôi có các nền tảng chiến lược để tạo ra đột phá và chuyển đổi toàn bộ hạ tầng tiêu dùng

phục vụ đúng mức. Chúng tôi tin tưởng rằng trí tưởng tượng và khả năng sáng tạo không chỉ là hình dung ra những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn, mà còn là cách thức tạo ra các sản phẩm với những hiểu biết mới thật sâu sắc. Chúng tôi không sao chép việc người khác đang làm, hoặc chỉ làm tốt hơn, mà chúng tôi muốn giành chiến thắng bằng cách thay đổi 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 cơ cấu kém hiệu quả và thiếu đổi mới. Cụ thể, đó là Nhu yếu phẩm (hàng tiêu dùng nhanh, thực phẩm tươi sống, bán lẻ nhu yếu phẩm), Đời sống tài chính (tín dụng, đầu tư và dịch vụ thanh toán) và Đời sống số (giải trí, viễn thông, chăm sóc sức khỏe và giáo dục). Những lĩnh vực này chiếm khoảng 80% chi tiêu tiêu dùng.

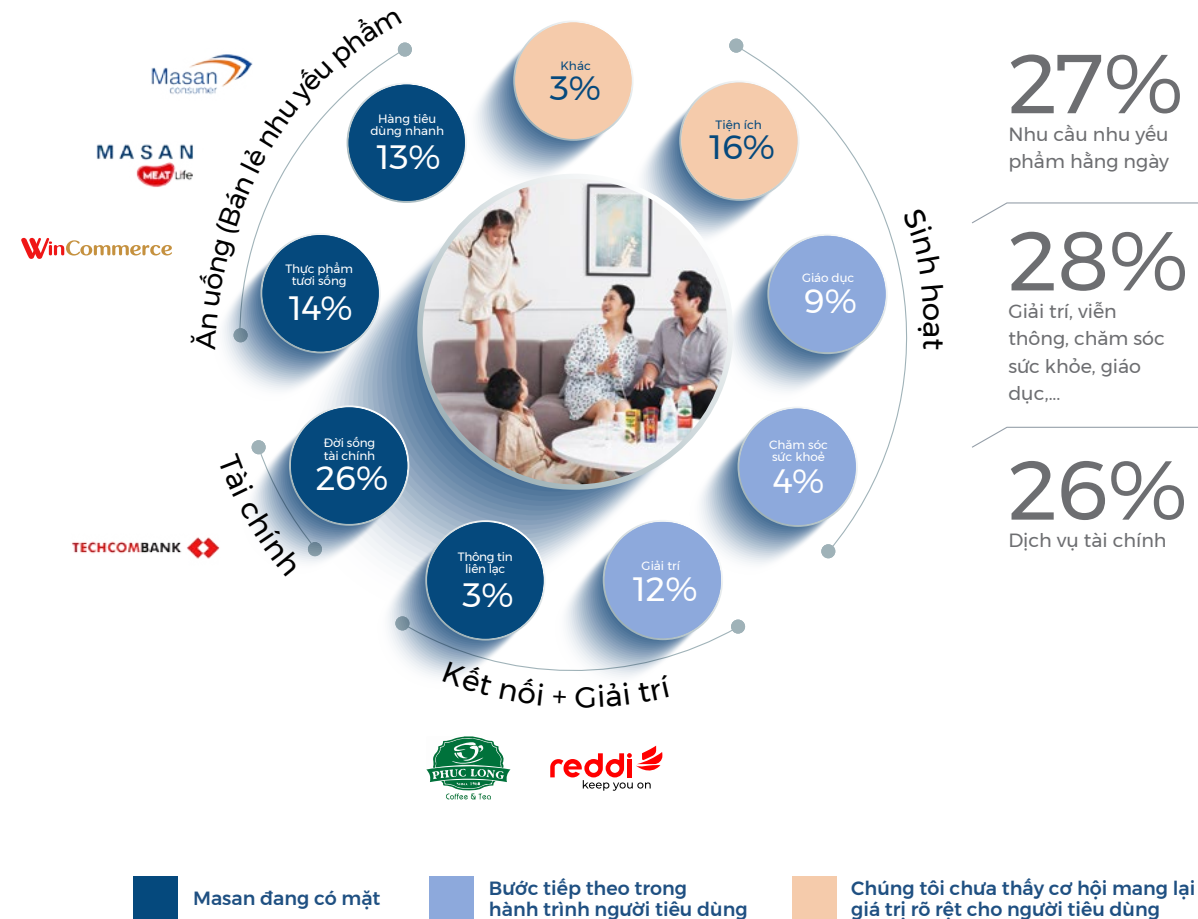
Masan Group bắt đầu hành trình tái định nghĩa và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng trong lĩnh vực Nhu yếu phẩm. Hơn 20 năm trước, thực phẩm cơ bản của Việt Nam như nước mắm vẫn chưa có quy định rõ ràng về tiêu chuẩn, vệ sinh hay thương hiệu uy tín. Trong khi đó, giá cả mặt hàng này lại cao do quy mô nền kinh tế nhỏ và khan hiếm hàng hóa, cộng với mạng lưới phân phối manh mún, chủ yếu dựa vào trung gian. Bằng cách dùng phương cách

chuyển đổi kinh doanh của Masan, “Masan Way”, chúng tôi đã tập trung giải quyết những vấn đề này và xây dựng được một nền tảng tiêu dùng có thương hiệu hàng đầu với quy mô thị trường lên đến gần 35 tỷ USD.

Nâng cao chất lượng lĩnh vực Nhu yếu phẩm để phục vụ người tiêu dùng cũng bao gồm việc chuyển đổi ngành bán lẻ của Việt Nam. Thông qua giao dịch mua lại WCM, công ty sở hữu và điều hành hệ thống siêu thị bao gồm 122 siêu thị WinMart và 2.619 cửa hàng WinMart+ tính đến cuối năm 2021, Masan Group đã trở thành nhà bán lẻ nhu yếu phẩm lớn nhất tại Việt Nam. Giống như nhiều ngành hàng hoặc lĩnh vực mà Masan đã tham gia hoạt động, lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam còn khá phân mảnh và hoạt động thiếu hiệu quả, khiến người tiêu dùng có ít lựa chọn hơn và chi trả đắt hơn cho nhu cầu tiêu dùng. Cụ thể, kênh thương mại truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh số bán lẻ, khiến thị trường bán lẻ bị phân mảnh. Ngay cả khi là một doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực bán lẻ hiện đại, WCM chỉ chiếm xấp xỉ 2-3% tổng thị trường bán lẻ nhu yếu phẩm. Tuy nhiên, Masan tin rằng, một cuộc cách mạng về bán lẻ hiện đại đang diễn ra và sẽ bùng nổ tại Việt Nam khi tốc độ đô thị hóa đạt 50% và tầng lớp trung lưu (với mức thu nhập bình quân đầu người từ 5.000 USD) thực sự xuất hiện. Các hình thức mua sắm hiện đại dự kiến sẽ chiếm 30% thị trường

bán lẻ trong tương lai gần so với mức khoảng 10% như hiện nay. Masan đặt mục tiêu phát triển cùng ngành bán lẻ Việt Nam trong quá trình chuyển đổi này.

Người tiêu dùng Việt Nam phải chi trả nhiều cho các sản phẩm và dịch vụ tài chính vì các dịch vụ này chưa phổ biến. Điều này đồng nghĩa với việc người tiêu dùng phải sử dụng các kênh tài chính phi chính thức nhiều hơn. Các kênh này thường có chi phí cao hơn từ 3 đến 5 lần so với tín dụng chính thức. Nhu cầu lớn chưa được đáp ứng này trong Đời sống tài chính là kết quả của chi phí ngân hàng quá cao đối với nhóm dân cư chủ yếu sinh sống ở khu vực nông thôn và việc thiếu năng lực chăm điểm tín dụng cho đại bộ phận khách hàng phổ thông. Do đó, 2/3 người tiêu dùng Việt Nam vẫn chưa có tài khoản ngân hàng. Tỷ lệ người có thẻ tín dụng và bảo hiểm lần lượt là 4% và 2,4%. Công ty liên kết của chúng tôi là Techcombank đã và đang từng bước giải quyết nhu cầu lớn chưa được đáp ứng này bằng cách triển khai mô hình đặt người tiêu dùng làm trọng tâm và hiện đang trên đà giữ vị thế dẫn đầu lĩnh vực ngân hàng bán lẻ với bảng cân đối kế toán vững chắc và nền tảng công nghệ hàng đầu. Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều việc phải làm và Masan Group đặt mục tiêu hoàn thiện hệ sinh thái O² bằng cách tận dụng mạng lưới các điểm tiếp cận rộng khắp, năng lực số hóa để phục vụ Đời sống tài chính tốt hơn cho người tiêu dùng.



Tập khách hàng lớn, mục đích sử dụng phong phú, tần suất tương tác cao sẽ là những yếu tố giúp tăng thời gian tương tác trong hệ sinh thái tiêu dùng của Masan.

Lĩnh vực tiêu dùng tiếp theo Masan Group sẽ phục vụ là Đời sống số, bao gồm viễn thông, giải trí, chăm sóc sức khỏe và giáo dục. Năm 2021, chúng tôi tham gia vào lĩnh vực viễn thông với việc đầu tư đến 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast” hoặc “Reddi”). Đây là công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực mạng di động, sở hữu thương hiệu Reddi và tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông. Mặc dù tỷ lệ sử dụng di động ở Việt Nam khá cao, thuê bao di động chỉ có gói 2G (dùng để nghe gọi thông thường) lại chiếm gần 50%. Bên cạnh đó, khoảng một nửa trong số những người sử dụng Internet trên thiết bị di động chủ yếu chỉ dùng để gọi điện hoặc nhắn tin do thiếu các dịch vụ số. Trong bối cảnh nhu cầu về dịch vụ viễn thông di động chưa được đáp ứng đầy đủ, Masan Group tin rằng Mobicast sẽ tạo nền tảng vững chắc để Masan số hóa các nền tảng, cũng như phát triển các giải pháp sản phẩm và dịch vụ O² xuyên suốt trong hệ sinh thái tiêu dùng “Point of Life”. Bằng cách hợp nhất tập khách hàng của chúng tôi thông qua Reddi, Masan có khả năng xây dựng một nền tảng khách hàng thân thiết và mang lại nhiều giá trị vượt trội cho người tiêu dùng.

Ngay cả trong lĩnh vực không liên quan trực tiếp đến tiêu dùng, chúng tôi tin rằng Tập đoàn chỉ có thể đạt được thành công bền vững trong kinh doanh bằng cách đáp ứng nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn

của thị trường. Với lĩnh vực khai thác và chế biến vonfram, chúng tôi tham gia vào thị trường lớn với nhiều cơ hội và tiềm năng chuyển đổi. Trên quy mô toàn cầu, các sản phẩm vật liệu công nghệ cao của chúng tôi phục vụ cho ngành công nghiệp có giá trị thị trường mỗi năm từ 4-5 tỷ USD (chưa bao gồm sản phẩm đồng). Nhu cầu chưa được đáp ứng trong lĩnh vực khoáng sản hiện nay là được mua khoáng sản với sản lượng lớn từ một nhà cung cấp ở vùng không xảy ra tranh chấp hay chiến sự và tìm kiếm nguồn cung thay thế bên ngoài Trung Quốc. Liên minh châu Âu đã tuyên bố rằng vonfram và florit nằm trong số bốn “nguyên liệu thô chiến lược” của châu Âu (Theo “Các nguyên liệu thô thiết yếu cho EU”, tháng 7/2010) do mức độ tập trung của các nguồn cung cấp cũng như tầm quan trọng của các khoáng sản này với nền công nghiệp châu Âu. Với thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H. C. Starck, chúng tôi đã tiến thêm một bước quan trọng để trở thành nhà cung cấp vonfram trong chuỗi cung ứng tích hợp toàn cầu, phát triển chuỗi giá trị và mở rộng quy mô thị trường đầu ra lên 3,5 lần, từ 1,3 tỷ USD lên 4,6 tỷ USD.

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. Nhờ đó, 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.

Thành quả là 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. Năm 2021, nền tảng tiêu dùng bán lẻ The CrownX tiếp tục củng cố vị thế dẫn đầu khi trở thành doanh nghiệp tiêu dùng lớn nhất tại Việt Nam tính theo doanh thu với 58 nghìn tỷ đồng. Hai công ty con chủ chốt của The CrownX, MCH và WCM, lần lượt là những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu và bán lẻ nhu yếu phẩm. MCH là công ty số một Việt Nam trong

EBITDA 2021 đạt 16.361 tỷ đồng Dòng tiền bền vững để đầu tư qua các chu kỳ kinh doanh

ngành hàng gia vị (trong đó chúng tôi dẫn đầu các ngành hàng nước mắm, nước tương, tương ớt và các sản phẩm hạt nêm đang phát triển mạnh) và trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, chúng tôi là nhà sản xuất mì ăn liền số một trong phân khúc cao cấp, phân khúc chiếm phần lớn lợi nhuận của ngành hàng mì ăn liền. WinCommerce với chuỗi siêu thị và siêu thị mini là hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán tại Việt Nam, chiếm khoảng 30% thị phần kênh bán lẻ hiện đại.

Masan MEATLife được thành lập với mục tiêu chuyển đổi thị trường đậm động vật ở Việt Nam thông qua việc xây dựng chuỗi giá trị thịt tích hợp có thương hiệu. Chúng tôi đã thiết lập hoàn chỉnh chuỗi giá trị, trong đó MEATDeli là thương hiệu hàng tiêu dùng và trang trại nuôi heo kỹ thuật cao giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng, chúng tôi cũng sở hữu một trong những doanh nghiệp thức ăn chăn nuôi lớn nhất cả nước nhằm tăng trưởng doanh thu và tiếp tục đầu tư phát triển ngành kinh doanh thịt đầy triển vọng. Năm 2021, quy mô doanh thu thuần từ mảng kinh doanh thịt của chúng tôi đã tăng 89%, đạt trên 196 triệu USD và đóng góp 24% doanh thu của MML, từ chỗ chỉ có 15% trong năm 2020. Vào cuối năm 2021, chúng tôi đã chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi để hoàn tất việc chuyển đổi MML thành công ty FMCG có thương hiệu. Đây là bước đi nhất quán với tầm nhìn xây dựng hệ sinh thái phục vụ các nhu cầu tiêu dùng của Masan.



Không ngừng chuyển đổi để đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và luôn thay đổi của người tiêu dùng sẽ giúp tạo ra giá trị mang tính đột phá.

Công ty liên kết của chúng tôi, Techcombank là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam giữ vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực cho vay bất động sản, thu nhập từ phí dịch vụ qua các sản phẩm bảo hiểm ("bancassurance"), giao dịch qua thẻ tín dụng visa và debit, và dịch vụ quản lý tài sản. Techcombank đang tiếp tục đầu tư vào mô hình công nghệ và thu hút được số lượng đáng kể khách hàng lớn trải nghiệm dịch vụ ngân hàng điện tử. Năm 2021, ngân hàng đạt mức lợi nhuận trước thuế kỷ lục 23,2 nghìn tỷ đồng, tăng 47% so với cùng kỳ năm trước.

Masan High-Tech Materials đã trở thành nhà cung cấp hàng đầu trên toàn cầu đối với một số loại khoáng sản công nghiệp quan trọng như vonfram, florit và bismut. Chúng tôi hiện giữ 36% thị phần vonfram toàn cầu ngoài Trung Quốc. MHT đặt mục tiêu trở thành nhà sản xuất vonfram lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc và đang xây dựng năng lực để tăng gấp đôi thị phần sản phẩm vonfram cận sâu (midstream). Sau khi mua lại nền tảng kinh doanh vonfram toàn cầu của H. C. Starck, MHT từ vị thế là một trong những mỏ vonfram lớn nhất thế giới đã chuyển mình thành công để trở thành một trong những công ty chế biến và cung cấp vonfram cận sâu lớn nhất thế giới cho các ngành công nghiệp quan trọng như cơ khí chế tạo và công cụ, khai khoáng, ô tô,

năng lượng, hàng không và công nghiệp hóa chất. Việc trở thành nhà chế tạo các sản phẩm vonfram cận sâu sẽ làm gia tăng đáng kể giá trị công ty, do các sản phẩm này có giá bán trung bình cao hơn 30-50% so với các sản phẩm APT hiện tại. Ngoài ra, Masan High-Tech Materials đang tiếp tục tìm kiếm các cơ hội hợp tác chiến lược với nhà chế biến sâu vonfram để tạo giá trị gia tăng cho cổ đông.

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.

Trong năm 2021, Tập đoàn ghi nhận EBITDA đạt 16.361 tỷ đồng với lượng tiền mặt hợp nhất cuối năm đạt 22,6 nghìn tỷ đồng, bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn dưới hình thức tiền gửi có kỳ hạn và các khoản tương đương tiền.

PHÂN BỐ NGUỒN VỐN CÂN TRỌNG VÀ HỖ 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 Sở giao dịch chứng khoán TP.HCM (HoSE), chúng tôi đã huy động được hơn 4,5 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 cân 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. Chúng tôi đã sử dụng phần lớn nguồn vốn huy động được để phụng sự những nhu cầu chưa được đáp ứng và luôn thay đổi của người tiêu dùng thông qua việc mua lại các doanh nghiệp như 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. Trong thời gian tới, chiến lược phân bổ vốn của Masan sẽ tập trung vào The CrownX và chuyển đổi theo định hướng nền tảng "Point of Life" nhằm phục vụ người tiêu dùng tốt hơn.

Masan đã đạt được tăng trưởng kép doanh thu thuần CAGR trong giai đoạn 2008 – 2019 (trước thương vụ WCM) là 31%, trong đó một nửa là đóng góp từ các

Một trong những mạng lưới phân phối hàng tiêu dùng nhanh lớn nhất với 300.000 điểm phục vụ người tiêu dùng

doanh nghiệp được mua bán và sáp nhập, còn lại là từ phát kiến của tầng trưởng nội tại. Năm 2021, doanh thu thuần tăng 14,8% so với năm 2020 (16,6% nếu loại trừ phần đóng góp từ mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi đã được chuyển giao của chúng tôi). Hồ sơ năng lực tài chính này cho thấy chúng tôi không mua lại các doanh nghiệp để “mua doanh thu”. Chúng tôi đầu tư vào thương hiệu, nguồn nhân lực, công nghệ và hệ thống phân phối để có thể củng cố vị thế khi vào ngành hàng mới. Sau khi thực hiện sáp nhập doanh nghiệp, chúng tôi chú trọng thực hiện chuyển đổi hoạt động của doanh nghiệp đó. Chúng tôi vô cùng tự hào khi các thương hiệu và sản phẩm ra mắt thị trường sau khi sáp nhập đều đóng góp doanh thu lớn vào hoạt động kinh doanh của chúng tôi. Ngoài ra, chúng tôi có thể tăng biên lợi nhuận toàn doanh nghiệp sau khi sáp nhập để tạo giá trị gia tăng cho cổ đông. Chỉ sau một năm dưới sự điều hành của Masan, mảng kinh doanh bán lẻ của chúng tôi lần đầu tiên đạt EBITDA hòa vốn vào Quý 4/2020 và có quý đầu tiên đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông dương trong Quý 3/2021.

Masan Way – Phương cách chuyển đổi

Tăng trưởng bền vững chỉ có thể đạt được nhờ xây dựng hệ thống và nền tảng vận hành tốt nhất. Khi tham gia vào một ngành, chúng tôi phát triển chiến lược

riêng cũng như các mô hình kinh doanh có thể nhân rộng để vươn đến vị thế dẫn đầu thị trường trong từng lĩnh vực. Điều này cho phép chúng tôi không ngừng đầu tư vào những hệ thống vận hành tốt nhất. Trong những năm qua, chúng tôi đã đầu tư phát triển những sản phẩm mới, xây dựng thương hiệu, nhà máy sản xuất, mạng lưới phân phối và quan trọng nhất là nguồn nhân lực.

NHÂN HIỆU ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG TÍN NHIỆM

Chúng tôi đã phát triển các nền tảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống, chuỗi giá trị thịt thành những doanh nghiệp dẫn đầu thị trường với thương hiệu mạnh. Chúng tôi tự phát triển hoặc mua lại các thương hiệu mạnh được người tiêu dùng tin yêu. Chiến lược này phù hợp với niềm tin của chúng tôi trong việc tập trung vào nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng.

Chúng tôi xây dựng ngành thực phẩm và đồ uống của mình thành những thương hiệu mà chúng tôi tin là giữ vị trí dẫn đầu trong hầu hết các phân khúc thị trường. Chúng tôi phát triển thương hiệu mạnh bằng cách vận dụng sự hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng Việt Nam và áp dụng các phương pháp thực thi tốt nhất, nhờ đó kiến tạo nên các thương hiệu mạnh. Trong thị trường mà người tiêu dùng rất nhạy cảm về giá, chúng tôi tự hào là đã

chuyển đổi những sản phẩm vốn chỉ được xem là hàng hóa nguyên liệu thành các sản phẩm có thương hiệu mạnh, nhờ đó có thể duy trì lòng trung thành của người tiêu dùng ở các phân khúc giá khác nhau mà vẫn đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam.

Các nhãn hàng chính của chúng tôi bao gồm: ngành hàng gia vị có CHIN-SU, Nam Ngư và Tam Thái Tử; ngành hàng thực phẩm tiện lợi (bao gồm mì ăn liền, cháo, thịt chế biến) có Omachi, Kokomi, Ponnies và Heo Cao Bồi; ngành hàng đồ uống có Vinacafé, Wake-up, Wake-up 247, Compact, Lemona, Vĩnh Hảo, Vivant, Quang Hanh, Sư Tử Trắng và Red Ruby.

Năm 2021, Masan Consumer nằm trong Top các Công ty Thực phẩm Uy tín tại Việt Nam theo xếp hạng của Vietnam Report. Đây là lần thứ 4 liên tiếp Masan Consumer được vinh danh tại Bảng đánh giá này. Công ty cũng được công nhận Thương Hiệu Vàng Thành phố Hồ Chí Minh 2021-2022 của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. Mảng kinh doanh cà phê của chúng tôi - Vinacafé Biên Hòa tiếp tục đạt danh hiệu Thương hiệu quốc gia 2020-2022. Đây là năm thứ 7 liên tiếp, kể từ năm 2008 Vinacafé Biên Hòa đạt giải thưởng này.

Chúng tôi cũng áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) đối với lĩnh vực thịt tích hợp.

Nền tảng bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán: 122 siêu thị WinMart và 2.619 siêu thị mini WinMart+

Trong Quý 4/2018, chúng tôi đã giới thiệu sản phẩm thịt heo mát thương hiệu “MEATDeli” với định vị thương hiệu là sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn, chất lượng với mức giá hợp lý. MEATDeli là thương hiệu thịt đầu tiên phát quảng cáo trên truyền hình. Chỉ trong vòng 3 năm kể từ khi gia nhập thị trường, MEATDeli cùng với thương hiệu gà “3F VIET” của chúng tôi đã được người tiêu dùng đón nhận rất tích cực, chiếm hơn 70% thị phần thịt heo và gà tươi của WCM trên toàn quốc. Theo số liệu của Nielsen Việt Nam, 97% người tiêu dùng tham gia khảo sát đồng ý sản phẩm thịt mát MEATDeli tươi ngon. Trong ba năm liên tiếp (2019 đến 2021), MEATDeli có tên trong danh sách Top 10 “Thương hiệu mạnh Việt Nam” do Tạp chí VnEconomy bình chọn.

Ngân hàng Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, cũng là một thương hiệu mạnh và được tín nhiệm cao. Techcombank được biết đến như là nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ tài chính đáng tin cậy, đặc biệt đối với khách hàng cá nhân, và doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME). Năm 2021, Techcombank được The Asian Banker vinh danh là “Ngân hàng có sản phẩm đầu tư tốt nhất năm 2021” và “Ngân hàng cung cấp giải pháp vay mua nhà tốt nhất năm 2021”.

Sau khi sáp nhập WinCommerce và đầu tư vào Công ty Cổ phần Bột giặt NET, Phúc Long Heritage và Mobicast, Masan đã,

đang và sẽ tiếp tục phát huy khả năng xây dựng thương hiệu để chinh phục khách hàng trong các lĩnh vực tiêu dùng mới và củng cố vị thế vững mạnh của các sản phẩm và dịch vụ trong hệ sinh thái tiêu dùng tích hợp của mình. Trong 5 năm liên tục từ 2017 đến 2021, WinCommerce được Vietnam Report vinh danh Top 10 Công ty bán lẻ uy tín nhất Việt Nam.

PHÁT KIẾN VÌ TƯƠNG LAI

Quá trình xây dựng thương hiệu hàng đầu thị trường của Masan sẽ không thể thành công nếu thiếu các phát kiến và ứng dụng công nghệ mới mang lại giá trị cho người tiêu dùng. Các phát kiến và công nghệ của chúng tôi không chỉ giúp người tiêu dùng chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày, mà còn thúc đẩy việc phát triển các giải pháp mới và giúp đẩy mạnh việc cao cấp hóa và cá nhân hóa các sản phẩm, dịch vụ trên tất cả ngành hàng.

Công ty tích hợp nền tảng hàng tiêu dùng có thương hiệu và nền bán lẻ của Masan, The CrownX, là doanh nghiệp tiên phong mang đến các sản phẩm đột phá và dịch vụ vượt trội để đáp ứng nhu cầu ngày càng được nâng cao của người tiêu dùng Việt Nam. WinCommerce, nền tảng bán lẻ nhu yếu phẩm của chúng tôi không ngừng áp dụng các sáng kiến mới để mang lại giá trị gia tăng cho người tiêu dùng. Năm 2021, Masan tăng tốc chiến lược Point of Life (“POL”) bằng cách phát

triển và thí điểm mô hình mini mall nhằm cung cấp đa dạng các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (nhu yếu phẩm, dược phẩm, sản phẩm tài chính, dịch vụ giải trí và viễn thông, chiếm 60-80% chi tiêu tiêu dùng) trong một hệ sinh thái tích hợp từ offline đến online. Các cửa hàng WinMart+ thí điểm mô hình mini mall đã thu hút lượng khách cao hơn và lợi nhuận cải thiện rõ rệt. Trong tương lai, chúng tôi sẽ đầu tư nhiều hơn vào công nghệ, ứng dụng trí tuệ nhân tạo và máy học để chuyển đổi hoàn toàn cấu trúc chuỗi cung ứng của TCX, cách thức lựa chọn vị trí cửa hàng cũng như xây dựng chương trình khách hàng thân thiết dựa trên dữ liệu để mang đến nhiều quyền lợi và ưu đãi phù hợp với từng cá nhân hơn. Nhờ đó, Masan sẽ tạo ra một hệ sinh thái tích hợp tiêu dùng công nghệ độc đáo.

Ở lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu của TCX, đội ngũ Nghiên cứu và Phát triển (R&D) của chúng tôi gồm 97 nhân viên, cùng phối hợp chặt chẽ với bộ phận Marketing để phát triển các sản phẩm mới phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam. Với bề dày kinh nghiệm và thành tích nghiên cứu, đổi mới sáng tạo, chúng tôi sẽ tiếp tục mang đến các sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh khắt khe nhất, giá cả phải chăng, tươi ngon và tốt cho sức khỏe. Trong năm 2021, MCH đã ra mắt khoảng 40 sản phẩm mới trên tất cả các ngành hàng. Trong số các phát kiến quan trọng của chúng

tôi, tiêu biểu nhất là việc mở rộng danh mục sản phẩm thay thế bữa ăn tại nhà với nhiều loại hương vị và cách thức đóng gói đa dạng mang đến cho người tiêu dùng các giải pháp bữa ăn lành mạnh, đầy đủ dưỡng chất và tiện lợi. Chúng tôi cũng giới thiệu nhiều sản phẩm nước xả vải và bột giặt mới, đa dạng hóa ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình kể từ khi mua lại Công ty cổ phần Bột giặt NET.

MML là công ty đầu tiên tại Việt Nam mang đến các sản phẩm thịt mát và thịt mát chế biến tươi ngon, giá cả hợp lý cho bữa ăn của người Việt. Chúng tôi đã áp dụng quy trình và giải pháp độc đáo dựa trên công nghệ Oxy-Fresh 9 từ châu Âu, đưa MML trở thành doanh nghiệp tiên phong và duy nhất trong chế biến thịt mát tại Việt Nam đáp ứng các tiêu chuẩn An toàn Thực phẩm của Hiệp hội bán lẻ Anh Quốc (“BRC”). Để có thể mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt mát, một khái niệm hoàn toàn mới tại Việt Nam, các sản phẩm MEATDeli được phân phối và bảo quản lạnh từ 0-4°C trong suốt quá trình từ nhà máy đến tận tay người tiêu dùng. Trong năm 2019, MML đã mở rộng danh mục thịt thông qua việc ra mắt thịt mát chế biến sẵn, tập trung vào khẩu vị và thị hiếu của người tiêu dùng Việt Nam. Kể từ khi mua lại 3F VIET vào Quý 4/2020, MML đã tiếp tục áp dụng các tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực thịt mát và thịt mát chế biến cho sản phẩm thịt gà. Cam kết đổi mới sáng tạo và làm những

điều khác biệt còn được thể hiện trong việc phát triển trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của chúng tôi tại Nghệ An. Đây là trang trại có quy mô lớn nhất của tỉnh. Chúng tôi đã áp dụng công nghệ tiên tiến nhất để quản lý việc cho ăn, nhiệt độ, ánh sáng, mức tiêu thụ năng lượng và xử lý chất thải cho toàn bộ quy trình chăn nuôi.

Trong lĩnh vực tài chính, việc chú trọng vào đổi mới sáng tạo và bứt phá trước các đối thủ cạnh tranh cũng được thể hiện tốt tại Techcombank. Ngân hàng đang phát triển mô hình “Tiêu dùng - Công nghệ” để mang đến các trải nghiệm vượt trội cho khách hàng cá nhân.

Trong lĩnh vực chế biến vật liệu giá trị gia tăng, chúng tôi đã xác lập vị thế là công ty sản xuất sản phẩm vonfram công nghệ cao với chi phí thấp. Masan High-Tech Materials đã dành đến 1% doanh thu vonfram cho hoạt động nghiên cứu và phát triển hàng năm. Hiện tại, MHT đang đẩy mạnh các phương pháp mới ứng dụng vonfram trong các lĩnh vực tăng trưởng nhanh và có hàm lượng công nghệ cao hơn như pin (do nhu cầu cao trong lĩnh vực xe điện) và chế tạo đắp lớp.

TIẾP CẬN NGƯỜI TIÊU DÙNG - KHÔNG CHỈ LÀ PHÂN PHỐI

Tại Masan Group, chúng tôi luôn tự hào về khả năng tiếp cận người tiêu dùng. Trong

một thị trường có 70% dân số vẫn sống ở khu vực nông thôn, năng lực xây dựng mạng lưới phân phối để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ là động lực quan trọng dẫn đến thành công.

Ngày nay, các sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu của chúng tôi được bán tại khoảng 300.000 điểm bán lẻ và 98% hộ gia đình Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan. WinCommerce, nhà bán lẻ nhu yếu phẩm lớn nhất Việt Nam có hơn 2.700 siêu thị và cửa hàng trên toàn quốc. Phục vụ các thức uống trà và café thơm ngon đậm vị, Phúc Long nằm trong top 2 chuỗi F&B hàng đầu có mạng lưới 90 cửa hàng flagship và trên 500 kiosk trong các điểm bán của WinCommerce. Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, là một trong những ngân hàng bán lẻ lớn nhất Việt Nam với hơn 300 chi nhánh và trung tâm giao dịch.

Tuy nhiên, mạng lưới điểm bán rộng khắp dù quan trọng nhưng chưa đủ để Masan xây dựng thành công hệ sinh thái tiêu dùng công nghệ. Với mạng lưới này, chúng tôi cần nỗ lực hơn nữa để tận dụng thế mạnh cơ sở khách hàng, dữ liệu thói quen tiêu dùng cũng như tần suất tương tác cao để gia tăng kết nối và chinh phục khách hàng trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng thay đổi nhanh chóng. Tập khách hàng của chúng tôi bao gồm khoảng 10 triệu người tiêu dùng thân thiết trong



mạng bán lẻ (với gần 2 triệu người dùng thường xuyên mua sắm hàng tháng, chiếm khoảng 60% doanh thu bán lẻ), 5 triệu khách hàng của Techcombank (chủ yếu thuộc phân khúc khá giả) và tập khách hàng trẻ, yêu thích sử dụng dịch vụ số từ Phúc Long. Mỗi tháng, những khách hàng này thực hiện 10 đến 20 giao dịch trong hệ sinh thái của Masan với thời gian tương tác từ 15 đến 25 giờ. Với dịch vụ di động và các dịch vụ số của Reddi, Masan không chỉ thu hút nhiều khách hàng hơn nhờ tăng trưởng thuê bao, mà còn tăng đáng kể thời gian tương tác của người tiêu dùng trong hệ sinh thái tiêu dùng công nghệ tích hợp O².

THÚC ĐẨY NĂNG SUẤT VỚI NHỮNG NHÀ MÁY SẢN XUẤT ĐẲNG CẤP THẾ GIỚI

Chúng tôi sở hữu 14 nông trường công nghệ cao, 16 trang trại chăn nuôi, 30 nhà máy sản xuất và chế biến tiên tiến nhất ở

Việt Nam và trên thế giới. Nhờ hiệu quả từ quy mô lớn, chúng tôi hướng tới việc thúc đẩy năng suất nhằm đáp ứng các nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng với mức giá hợp lý hơn.

Các sản phẩm hàng tiêu dùng được sản xuất tại các nhà máy ở Bình Dương, TP. Hồ Chí Minh, Phú Quốc, Hải Dương, Đồng Nai, Hậu Giang, Bình Thuận, Phú Yên, Quảng Ninh và Nghệ An. Mạng lưới nhà máy sản xuất rộng hơn trên khắp Việt Nam giúp chúng tôi tiết kiệm chi phí phân phối, đáp ứng thị hiếu của từng địa phương và tạo ra hiệu quả nhờ quy mô lớn từ việc áp dụng thiết bị và công nghệ sản xuất tiên tiến nhất mang đẳng cấp thế giới. Nhờ vậy, những sản phẩm của Công ty đạt tiêu chuẩn cao nhất về vệ sinh, an toàn thực phẩm cũng như hiệu suất với chất lượng đồng nhất. Đặc biệt, chúng tôi là công ty đầu tiên trên thế giới thiết kế và xây dựng dây chuyền sản xuất nước mắm hoàn toàn tự động.

Đầu năm 2017, chúng tôi đã đưa vào hoạt động Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm đẳng cấp thế giới tại Bình Dương. Với khoản đầu tư gần 3 triệu USD, chúng tôi tự hào khi có được một trong các Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm lớn nhất Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống.

Hiện nay, Masan đang sở hữu trại chăn nuôi heo công nghệ cao trên quy mô lớn khoảng 223 hecta tại Nghệ An với tổng đầu tư lên đến 1.400 tỷ đồng và dành khoảng 200 tỷ đồng để đầu tư vào các hạng mục bảo vệ môi trường như nhà máy xử lý nước thải và trạm điện khí sinh học biogas. Chúng tôi tin rằng đây là trang trại chăn nuôi heo lớn nhất và hiện đại nhất cả nước, đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn GLOBALG.A.P và thể hiện xu hướng áp dụng công nghệ, mở rộng quy mô để nâng cao năng suất trong lĩnh vực chăn nuôi.

Đội ngũ các tài năng trong nước và quốc tế đề cao tinh thần phụng sự người tiêu dùng

Tháng 12/2018, chúng tôi đã đưa vào hoạt động tổ hợp chế biến thịt mát tại Hà Nam với dây chuyền thiết bị đồng bộ, tiên tiến nhất hiện nay do Marel – công ty hàng đầu thế giới về thiết bị giết mổ, chế biến thịt của Hà Lan cung cấp. Tổ hợp áp dụng công nghệ Châu Âu, đáp ứng tiêu chuẩn BRC (tiêu chuẩn hàng đầu thế giới về An toàn Thực phẩm), mang đến các sản phẩm thịt mát tươi ngon cho người tiêu dùng. Thịt mát được sử dụng rất phổ biến tại nhiều quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, tại Việt Nam, loại thịt sạch, an toàn cho sức khỏe này vẫn còn khá mới lạ với người tiêu dùng. Tổ hợp chế biến thịt có công suất khoảng 1.400.000 con heo/năm, tương đương 140.000 tấn/năm với tổng đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng trên diện tích đất gần 4 hecta. Nhờ vậy, chúng tôi có thể đưa ra thị trường sản phẩm thịt mát thương hiệu MEATDeli. Tháng 10 năm 2020, chúng tôi đã đưa vào vận hành tổ hợp chế biến thịt mát thứ 2 có quy mô tương đương tại Long An nhằm phục vụ người tiêu dùng phía Nam các sản phẩm thịt mát tươi ngon, an toàn và truy xuất được nguồn gốc.

Với WinCommerce, chúng tôi đang xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật số bằng cách đối sánh những gì chúng tôi hiện có với các doanh nghiệp top đầu trong lĩnh vực bán lẻ. Chúng tôi đặt các trung tâm phân phối ở những vị trí chiến lược cũng như áp dụng các hệ thống công nghệ hiện đại để giảm thiểu chi phí lưu kho và logistics, bên cạnh các khoản đầu tư vào hệ thống CNTT

để vận hành toàn bộ nền tảng bán lẻ dựa trên công nghệ và mang lại trải nghiệm O² tốt nhất cho người tiêu dùng.

Trong lĩnh vực kinh doanh vật liệu công nghiệp công nghệ cao, chúng tôi đã xây dựng cơ sở chế biến khoáng sản tiên tiến đạt tiêu chuẩn quốc tế đầu tiên của Việt Nam, có khả năng sản xuất các loại vật liệu công nghiệp chiến lược phục vụ cho đa dạng các ứng dụng công nghệ cao. Cơ sở này sử dụng công nghệ hiện đại để chế tạo các sản phẩm chất lượng cao từ nguồn nguyên liệu khai thác tại mỏ Núi Pháo và tái chế nguồn nguyên vật liệu chứa vonfram từ nhiều nguồn trên thế giới. Tháng 6/2020, chúng tôi đã mua lại nền tảng tái chế và kinh doanh vonfram của H. C. Starck để hiện thực hoá tầm nhìn trở thành nhà chế biến sâu hoá chất công nghiệp vonfram với quy mô và ảnh hưởng toàn cầu. Với hơn 100 năm kinh nghiệm, H. C. Starck là công ty hàng đầu thế giới chuyên nghiên cứu, phát triển và đổi mới công nghệ và chế tạo sản phẩm chất lượng cao. Tới nay, H. C. Starck đã có 87 bằng sáng chế được cấp trên toàn cầu dựa trên 16 bằng sáng chế đồng dạng và 54 bằng sáng chế đang trong giai đoạn nộp hồ sơ. Ngoài các bằng sáng chế, H. C. Starck còn sở hữu nhiều công nghệ độc quyền. Đây là bí mật kinh doanh đồng thời là công nghệ mũi nhọn giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững so với các đối thủ. Để đáp ứng nhu cầu của thị trường, H. C. Starck còn tiên phong cung



cấp nhiều giải pháp tiên tiến trong ngành luyện kim bột. Công ty đã đa dạng hóa danh mục với nhiều sản phẩm mới cho các ứng dụng sản xuất pin và phụ gia.

KHÔNG CHỈ DỪNG LẠI Ở SẢN PHẨM VÀ THƯƠNG HIỆU, CHÚNG TÔI XÂY DỰNG HỆ SINH THÁI “POINT OF LIFE”

Trong khi các yếu tố của Phương cách Masan vẫn rất cần thiết để xây dựng một doanh nghiệp thành công tại Việt Nam, nơi người dân cần được đáp ứng hiệu quả hơn cho các nhu cầu cơ bản, Masan đã dành nhiều thời gian để chuẩn bị cho tương lai. Trong giai đoạn đầu phát triển kinh tế tại Việt Nam, người tiêu dùng chủ yếu quan tâm đến các sản phẩm cơ bản trong bối cảnh tỷ lệ hộ nghèo và mức độ khan hiếm hàng hóa còn khá lớn. Bất cứ doanh nghiệp có thể sản xuất các sản phẩm cơ bản đều là những doanh nghiệp thành công. Khi các sản phẩm đó được sản xuất với số lượng lớn hơn, các công ty nào có hệ thống phân phối sản phẩm lớn hơn sẽ chiếm lĩnh thị trường. Tiếp đến, các thương hiệu và phát kiến đáng tin cậy sẽ trở thành yếu tố khác biệt để mang đến thành công.

Tuy nhiên, ngày nay, người tiêu dùng không chỉ đơn thuần tìm kiếm các sản phẩm hay thương hiệu đáp ứng những nhu cầu cơ bản. Họ muốn có những trải nghiệm chất lượng hơn, tiện lợi và nhiều lựa chọn hơn về hàng hóa, cách thức mua

sắm (trực tuyến hay tại cửa hàng), cách thức thanh toán và thậm chí phương thức sử dụng hàng hóa. Với danh mục dịch vụ và sản phẩm đa dạng, thể mạnh xây dựng thương hiệu, sự vượt trội về khả năng tiếp cận khách hàng cũng như cam kết đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ và đổi mới sản phẩm, Masan tin rằng chúng tôi có tất cả các mảnh ghép cần thiết để phục vụ những sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại, duy nhất trên một nền tảng O² tích hợp xuyên suốt từ offline đến online.

ĐỘI NGŨ NHÂN LỰC CÓ TINH THẦN PHỤNG SỰ ĐỒNG HÀNH CÙNG NGƯỜI TIÊU DÙNG

Trên thị trường khan hiếm nhân sự có kinh nghiệm, chúng tôi đã đầu tư xây dựng đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, vững mạnh ở tất cả các cấp trong tổ chức. Chúng tôi tin tưởng vào việc tuyển dụng các chuyên gia có kinh nghiệm quốc tế và năng lực thực thi kinh doanh tại các thị trường mới nổi thông qua hoạt động xây dựng thương hiệu, phân phối tại địa phương và phát triển sản phẩm mới. Đội ngũ quản lý của chúng tôi đóng vai trò then chốt trong việc chuyển đổi Masan Group từ một văn phòng tư nhân nhỏ với danh mục đầu tư và kinh doanh dàn trải thành một trong những tập đoàn tư nhân lớn nhất của Việt Nam tập trung vào việc đáp ứng nhu cầu chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng.

Đội ngũ nhân lực của Masan là những chuyên gia trẻ đến từ khắp nơi trên thế giới, có nhiều kinh nghiệm và có khả năng linh hoạt để thực hiện các dự án đa dạng nhằm tạo ra giá trị cao nhất cho cổ đông. Đội ngũ của chúng tôi dù có nền tảng kinh nghiệm khác nhau nhưng cùng chia sẻ văn hóa chung và độc đáo là “Masan Way” với những đặc tính sau: Đặt người tiêu dùng làm trọng tâm; Khả năng lãnh đạo + Khát vọng dẫn đầu; Luôn tìm ra giải pháp; Tinh thần trách nhiệm + Chú trọng kết quả; Liêm chính + Minh bạch; Chuyên môn cao + Không ngừng học hỏi. Bản thân họ cũng là cổ đông của Công ty.

Lịch sử đổi mới của Tập đoàn Masan

Công ty tiền thân đầu tiên của Tập đoàn Masan được thành lập năm 1996, hoạt động kinh doanh thực phẩm và hàng tiêu dùng châu Á tại thị trường Đông Âu. Trong những ngày đầu, chúng tôi chủ yếu tập trung vào thị trường Đông Âu và sản phẩm chủ yếu của chúng tôi là các loại nước chấm và mì ăn liền. Sau đó chúng tôi bắt đầu sản xuất tại Việt Nam khi hoạt động xuất khẩu tăng mạnh. Đến năm 2000, chúng tôi tập trung hơn vào thị trường trong nước và ra mắt thành công nước tương cao cấp CHIN-SU vào năm 2002. Thành công của CHIN-SU được tiếp nối bởi các thương hiệu Nam Ngư (nước mắm phổ biến nhất tại Việt Nam) và Tam Thái Tử (nước tương phổ biến nhất tại Việt Nam).

Năm 2007, Masan tham gia ngành hàng thực phẩm tiện lợi với sự ra mắt của Omachi, nhãn hiệu mì ăn liền cao cấp. Gần đây, chúng tôi đã mở rộng danh mục thực phẩm tiện lợi với sự ra đời của Kokomi (mì ăn liền cho phân khúc phổ thông). Hiện chúng tôi là giữ thị phần đứng thứ hai và đứng đầu cho phân khúc cao cấp tại Việt Nam trong ngành hàng này.

Năm 2008, Masan đã tái cơ cấu lại và đặt tên là Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan, bao gồm mảng kinh doanh thực phẩm tăng trưởng nhanh và giữ 20% cổ phần tại ngân hàng Techcombank, giúp Tập đoàn có quy mô lớn hơn và tiến đến phục vụ tầng lớp trung lưu đang nổi tại Việt Nam. Tập đoàn Masan được niêm yết trên sàn

giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh vào ngày 5 tháng 11 năm 2009 với mã chứng khoán “MSN”, và ngay lập tức trở thành công ty lớn thứ sáu tại Thị trường Chứng khoán Việt Nam theo giá trị vốn hóa. Trong năm 2009, một số nhà đầu tư nổi tiếng toàn cầu như TPG đã trở thành cổ đông của Tập đoàn.

Năm 2010, Masan mua lại cổ phần kiểm soát của mỏ Núi Pháo, một trong những mỏ vonfram lớn nhất thế giới và thành lập công ty Masan Resources. Tập đoàn Masan cũng tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank trong năm này.

Năm 2011, Masan gia nhập thị trường đồ uống qua việc mua lại cổ phần kiểm soát tại Vinacafé Biên Hòa, nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất Việt Nam. Kể từ đó, Tập đoàn đã phát triển mảng kinh doanh đồ uống để trở thành không chỉ là nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất Việt Nam với các nhãn hàng Vinacafé và Wake-Up, mà còn là công ty nước khoáng nội địa lớn nhất với các nhãn hàng như Vĩnh Hảo và Quang Hanh. Tháng 4 năm 2011, KKR đã đầu tư 159 triệu USD vào mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Masan. Hai năm sau, KKR đã giá trị tăng đầu tư thêm 200 triệu USD.

Năm 2014 đánh dấu năm hoạt động đầu tiên của Masan Resources với việc khánh thành nhà máy chế biến khoáng sản Núi Pháo. Khi đạt được cột mốc này, Masan



trở thành công ty đầu tiên trên thế giới trong hơn một thập kỷ vừa qua đưa một dự án vonfram mới vào vận hành. Masan Resources được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán UPCoM vào tháng 9. Vào tháng 9 năm 2014, Masan giới thiệu nhãn hàng Sư Tử Trắng, sản phẩm bia phổ thông đạt tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại Việt Nam trong năm 2015.

Trong nửa đầu năm 2015, Masan thành lập Masan Nutri-Science nhằm thâm nhập và chuyển đổi chuỗi giá trị thịt của Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu để phục vụ tốt hơn người tiêu dùng. Masan Nutri-Science (hiện nay là Masan MEATLife) là công ty sản xuất thức ăn gia súc lớn nhất Việt Nam sở hữu thương hiệu Bio-zeem.

Vào tháng 12 năm 2015, Singha, nhà sản xuất bia đầu tiên và lớn nhất Thái Lan, đã ký kết thỏa thuận hợp tác với Masan để trở thành cổ đông lớn trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Tập đoàn và cũng là cổ đông trực tiếp nắm giữ 33,3% trong lĩnh vực kinh doanh bia của

Masan Group. Thỏa thuận với Singha là giao dịch M&A lớn nhất từ trước đến nay ở Việt Nam, cho phép hai đối tác phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng trong khu vực “Inland ASEAN” (bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào), với danh mục sản phẩm thực phẩm và đồ uống cùng hệ thống phân phối của mình. Trong vòng 1 năm sau khoản đầu tư đầu tiên của Singha, Masan đã tung ra sản phẩm nước mắm CHIN-SU Yod Thong tại Thái Lan.

Vào tháng 3 năm 2016, để hướng đến mô hình kinh doanh tập trung vào hàng tiêu dùng và củng cố thị trường chuỗi giá trị thịt qua việc xây dựng thương hiệu, hệ thống phân phối và phương thức thực thi tốt nhất, Masan đã mua lại 14% cổ phần của VISSAN, công ty thịt tươi sống và thịt chế biến lớn nhất Việt Nam. Vào tháng 6 năm 2016, Masan đã tăng cổ phần tại VISSAN lên 24,9%, sau đó, khởi công trang trại chăn nuôi heo tại Nghệ An, thúc đẩy sứ mệnh của Masan trong việc thiết lập mô hình 3F, gia tăng năng suất trong toàn bộ chuỗi giá trị thịt của Việt Nam.

Vào tháng 4 năm 2017, KKR, một công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu, đã đầu tư 150 triệu USD đầu tư vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần, và 100 triệu USD mua lại cổ phần Masan Group. Đây là khoản đầu tư thứ hai của KKR vào Masan, sau khoản đầu tư vào Masan Consumer với tổng giá trị 359 triệu USD. Khoản đầu tư mới này của KKR thể hiện niềm tin vào tầm nhìn của Masan Nutri-Science để xây dựng ngành hàng thịt có thương hiệu hàng đầu.

Vào tháng 8 năm 2018, Masan Resources đã mua lại 49% cổ phần từ H.C. Starck trong Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H.C. Starck và được đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan. Giao dịch này là bước quan trọng để Masan Resources trở thành nhà sản xuất hóa chất vonfram tích hợp hoàn có quy mô và ảnh hưởng toàn cầu.

Vào tháng 10 năm 2018, SK Group đã mua 109.899.932 cổ phiếu quỹ từ Masan Group với tổng đầu tư khoảng 470 triệu USD. Hiện nay SK sở hữu 9,4% cổ phần tại

Masan Group. Giao dịch này sẽ giúp Masan Group và SK đặt mục tiêu có thể cùng nhau theo đuổi các cơ hội đầu tư tiềm năng tại Việt Nam cũng như tận dụng kinh nghiệm của hai bên để cùng thực hiện M&A và hợp tác chiến lược.

Vào tháng 9 năm 2019: Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”), công ty con do Công ty Cổ phần Masan Resources (MSR) sở hữu 100% vốn, đã ký hợp đồng mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H. C. Starck GmbH (“HCS”), nhà sản xuất hàng đầu về bột kim loại vonfram và vonfram các-bua công nghệ cao (các sản phẩm vonfram cận sâu) với mạng lưới kinh doanh và hoạt động toàn cầu. Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR để trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao, tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới. Nguồn cung APT sơ cấp ổn định với giá thành thấp từ MSR, kết hợp với năng lực tái chế của HCS, sẽ tạo cho MSR năng lực cạnh tranh toàn cầu, giúp MSR tạo ra dòng tiền ổn định qua các chu kỳ thị trường, đồng thời mở rộng quy mô thị trường đầu ra lên 3.5 lần, từ 1,3 tỷ USD lên 4,6 tỷ USD.

Tháng 7 năm 2019: Masan Nutri-Science (“MNS”) đã đổi tên thành Masan MEATLife (“MML”) để hoàn tất chuyển đổi từ mô hình B2B kinh doanh sản phẩm nông nghiệp sang mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng cung cấp sản phẩm có thương hiệu thông qua bán lẻ. Để ghi nhận cột mốc phát

triển chiến lược đó, MML đã công bố kế hoạch đưa cổ phiếu lên giao dịch trên thị trường UPCoM nhằm gia tăng sự linh hoạt và tính minh bạch cho các cổ đông.

Vào tháng 12 năm 2019: Masan và VinGroup đã hoàn thành thỏa thuận sáp nhập MCH và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ WCM (“WCM”), bao gồm Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce (“Wincommerce”) và Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco (“WinEco”) là một công ty con do VCM sở hữu 100% vốn. Thỏa thuận sáp nhập 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. Theo thỏa thuận, Masan đã hợp nhất và điều hành công ty mới sau sáp nhập trong khi VinGroup tham gia với vai trò cổ đông, đồng thời khách hàng vẫn tiếp tục được hưởng chính sách đặc quyền thẻ VinID.

Vào tháng 2 năm 2020, Masan HPC, công ty thành viên trong lĩnh vực sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình của MCH, đã hoàn tất mua 52% cổ phần của Công ty CP Bột giặt Net (“NET”) sau công bố chào mua công khai. Giao dịch này nhất quán với chiến lược 5 năm của Masan nhằm mở rộng danh mục sản phẩm và mang đến lợi ích tốt nhất cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Chăm sóc cá nhân và gia đình là một trong những lĩnh

vực lớn nhất và hấp dẫn nhất tại Việt Nam với giá trị thị trường xấp xỉ 4 tỷ USD và nhiều cơ hội phát triển nhanh chóng để xây dựng các thương hiệu nội địa vững mạnh.

Tháng 11 năm 2020, Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”) đã hoàn tất góp vốn 613 tỷ đồng để sở hữu 51% Công ty 3F VIỆT- doanh nghiệp nội địa hàng đầu trong lĩnh vực thịt gia cầm. Khoản góp vốn sẽ được 3F VIỆT dùng để mở rộng kinh doanh và xây dựng thương hiệu thịt gia cầm vững mạnh.

Cũng trong tháng 11 năm 2020, Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”), trước đây là MSR, đã hoàn tất phát hành 109.915.542 cổ phần phổ thông theo phương thức chào bán riêng lẻ cho công ty Mitsubishi Materials Corporation (“MMC”) với tổng giá trị tiền mặt là 90 triệu USD. MHT và MMC tiếp tục hoàn thiện quá trình thiết lập liên minh chiến lược nhằm mục tiêu xây dựng nền tảng vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu.

Vào tháng 4 năm 2021, chiến lược cải thiện lợi nhuận mảng kinh doanh bán lẻ của Masan đã chứng minh hiệu quả với việc SK Group đầu tư 410 triệu USD cho 16,26% cổ phần của WinCommerce. Giao dịch diễn ra sau khi WCM đạt EBITDA dương trong hai quý liên tiếp (Q4/2020 và Q1/2021). Giao dịch này đánh dấu khoản đầu tư thứ hai của SK Group vào các công

ty thuộc Masan Group (khoản đầu tư đầu tiên vào Masan Group hồi tháng 10/2018). Sau đó SK Group tiếp tục đầu tư 340 triệu USD vào The CrownX trong tháng 11/2021. Hiệu quả của chiến lược POL và khả năng cải thiện lợi nhuận của TCX tiếp tục phát huy mạnh mẽ trong năm 2021, Tập đoàn thu hút thêm khoản đầu tư 400 triệu USD từ nhóm các nhà đầu tư do Alibaba dẫn đầu vào tháng 5/2021 và 350 triệu USD từ TPG, ADIA và Seatown vào tháng 12/2021. Tổng cộng, hơn 1,1 tỷ USD đã được đầu tư vào TCX và công ty con WCM trong năm 2021.

Tháng 5 năm 2021, Masan thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long”) để phát triển chuỗi kiosk Phúc Long tại các cửa hàng WinMart+ trên toàn quốc. Trong khuôn khổ thỏa thuận hợp tác này, Masan Group đã mua lại 20% cổ phần của Phúc Long và sau đó nâng tỉ lệ sở hữu lên 51% vào tháng 1/2022. Việc triển khai các kiosk Phúc Long trên toàn quốc không chỉ mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm cà phê và trà tươi ngon mà còn góp phần chuyển đổi WinMart+ thành các điểm đến đa tiện ích, phục vụ đa dạng các nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng, góp phần củng cố chiến lược POL của Masan Group.

Tháng 11 năm 2021, MSN công bố chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi cho De Heus Việt Nam (công ty con của Tập đoàn



Royal De Heus Hà Lan). Theo đó De Heus Việt Nam sẽ tiếp quản toàn bộ mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MML. Với bước đi này, MML đã hoàn tất chuyển đổi trở thành công ty thịt có thương hiệu. Đồng thời, giao dịch nhất quán với tầm nhìn xây dựng hệ sinh thái phục vụ các nhu cầu tiêu dùng từ sản phẩm đến dịch vụ của Masan, trong đó The CrownX là nền móng vững chắc. Quan hệ hợp tác chiến lược này được kỳ vọng sẽ thúc đẩy gia tăng năng suất, chất lượng và tính bền vững của mô hình chuỗi cung ứng tích hợp 3F (Feed-Farm-Food). Cụ thể, De Heus sẽ cung ứng lên đến 70% nhu cầu thức ăn chăn nuôi cho trang trại của MML và hàng triệu heo thịt cho các sản phẩm thịt mát và thịt mát chế biến của MML trong 5 năm tới. Thỏa thuận hợp tác giữa hai bên sẽ đảm bảo nguồn heo đầu vào cho MML với giá cả ổn định, chất lượng cao và chuẩn hóa để phục vụ người tiêu dùng các sản phẩm thịt ngon, an toàn với giá cả hợp lý.

Vào tháng 9 năm 2021, Công ty TNHH The Sherpa (“The Sherpa”), một thành viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan, công bố đầu tư để nắm 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast” hoặc “Reddi”), với tổng giá trị tiền mặt là 295,5 tỷ đồng, bước đầu mở rộng sang lĩnh vực viễn thông. Là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động MVNO, Mobicast sở hữu thương hiệu mạng Reddi tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông. Các MVNO như Reddi cung cấp dịch vụ di

động nhưng không sở hữu hạ tầng mạng lưới viễn thông mà thuê từ các Nhà khai thác mạng di động truyền thống. Qua đó, phát huy thế mạnh nhờ mô hình kinh doanh tinh gọn. 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. Bằng cách kết hợp với cơ sở dữ liệu khách hàng của Reddi, Masan sẽ xây dựng nền tảng tích hợp xuyên suốt để mang đến giá trị vượt trội cho người tiêu dùng. “Point of Life” là hệ sinh thái tiêu dùng duy nhất phục vụ từ nhu yếu phẩm, dịch vụ tài chính đến dịch vụ số. Đây là những dịch vụ thiết yếu chiếm 80% chi tiêu tiêu dùng của người Việt.

Như đã trình bày, Masan không ngừng thay đổi và tăng trưởng theo quá trình phát triển của nền kinh tế trong nước và hành trình của người tiêu dùng Việt Nam. Khởi điểm là một công ty thương mại xuất nhập khẩu vào thời điểm Việt Nam bắt đầu mở cửa nền kinh tế với thế giới, Masan đã dần tham gia chế biến các sản phẩm tiêu dùng với trọng tâm là thị trường nội địa. Khi người tiêu dùng Việt Nam bắt đầu tìm kiếm các sản phẩm và dịch vụ tốt hơn, chúng tôi đã chủ động xây dựng thương hiệu các sản phẩm của Tập đoàn và cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản để đáp ứng những nhu cầu lớn hàng ngày chưa được thỏa mãn theo một cách mới, bao gồm phát triển hệ thống phân

phối toàn quốc để tiếp cận khu vực nông thôn - khu vực có tỷ lệ dân số cao hơn. Ngày nay, chúng tôi đã gia nhập kênh bán lẻ hiện đại - lĩnh vực đang dần phát triển mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu.

Đoạn tóm tắt nêu trên chỉ đề cập đến những cột mốc quan trọng của Tập đoàn và chưa hoàn toàn phác họa phương pháp tiếp cận có kỷ luật nhưng sáng tạo của Masan trong xây dựng các doanh nghiệp, hướng đến kiến tạo giá trị dài hạn, cũng như chưa thể hiện được đầy đủ tinh thần doanh nhân độc đáo (“Masanship”) đã góp phần tạo ra những thành công của Masan.

Chúng tôi hy vọng rằng các phần khác của Báo cáo Thường niên này sẽ cung cấp cho quý độc giả cái nhìn sâu sắc hơn về Masan và những gì chúng tôi có thể đạt được trong tương lai.

Để biết thêm chi tiết về lịch sử của Tập đoàn, vui lòng xem phần “Thông tin chung về Công ty”.



Báo cáo Phát triển Bền vững



Phụng sự người tiêu dùng với lý tưởng thật sự, chứ không chỉ quan tâm đến tài chính

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan”, “MSN” hay “Công ty”) tin tưởng vào triết lý “Doing well by doing good”. Các công ty thành viên và liên kết của chúng tôi là những doanh nghiệp hàng đầu trong các lĩnh vực bán lẻ, hàng tiêu dùng nhanh (thực phẩm, đồ uống đóng gói, các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình), thịt mát có thương hiệu, dịch vụ tài chính và vật liệu công nghiệp công nghệ cao.

Mục tiêu của chúng tôi là trở thành niềm tự hào Việt Nam thông qua việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt.

Masan áp dụng mô hình “Đặt người tiêu dùng làm trọng tâm” trong tất cả các hoạt động kinh doanh. Qua đó, chúng tôi có thể giúp gần 100 triệu người Việt Nam chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày, đồng thời mang đến trải nghiệm tiêu dùng vượt trội với nhiều dịch vụ tiện ích và sản phẩm cao cấp hơn. Đó chính là ý nghĩa của triết lý “Doing well by doing good”.

Tuy nhiên, phục vụ người tiêu dùng với các sản phẩm vượt trội chưa đủ để trở thành “Niềm tự hào của Việt Nam”. Câu chuyện về phát triển bền vững không thể thiếu sự song hành của phát triển đội ngũ nhân tài, mang lại giá trị cho đời sống xã hội, đóng góp vào cộng đồng địa phương và chung tay bảo vệ môi trường. Trong suốt hành trình phụng sự người tiêu

dùng, Phát triển bền vững là chiến lược để chúng tôi mang đến những đóng góp ý nghĩa cho sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam.

Phát triển bền vững

Là một trong những doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam, chúng tôi nhận thức sâu sắc vai trò và trách nhiệm của mình đối với cộng đồng, đồng thời không ngừng nâng cao các tiêu chuẩn phát triển bền vững. Cụ thể, chúng tôi ưu tiên tập trung vào những lĩnh vực sau:

- Phát triển sản phẩm và quy trình sáng tạo;
- Bền vững về nhân lực;
- Bền vững về môi trường;
- Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; và
- Quản trị doanh nghiệp.

Ở những phần tiếp theo, chúng tôi sẽ đề cập chi tiết hơn về việc hiện thực hóa những ưu tiên làm nền tảng vững chắc cho các cam kết phát triển bền vững của Tập đoàn.

Phát triển sản phẩm và Quy trình sáng tạo

PHÁT KIẾN MỚI

Chúng tôi thể hiện vai trò và đóng góp tích cực vào sự phát triển của đất nước



thông qua việc mang đến các sản phẩm và dịch vụ vượt trội, qua đó đáp ứng nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người dân. Việt Nam là một quốc gia đang phát triển và chúng tôi cần liên tục đổi mới để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn. Để biết thêm thông tin về các phát kiến liên quan đến sản phẩm và dịch vụ, vui lòng xem thông tin tại mục “Phát kiến vì tương lai” trong phần “Câu chuyện của Masan Group”. Các phần sau đây sẽ tập trung vào các hoạt động của chúng tôi.

MUA HÀNG CÓ TRÁCH NHIỆM

Trong lĩnh vực sản xuất thực phẩm và đồ uống, nguyên liệu sản xuất chính của chúng tôi là nguyên liệu thực phẩm và vật liệu đóng gói. Các nguyên liệu chính được chúng tôi sử dụng trong sản xuất gồm bột mì, dầu ăn, cà phê, đường, cá cơm, nước mắm cốt, rau củ quả tươi, rau củ sấy khô, đậu nành, nước khoáng, thịt, các hương liệu và các loại gia vị khác nhau. Ngoài ra, các loại bao bì đóng gói như chai nhựa, chai thủy tinh, thùng carton, nhãn giấy,

tô/cốc giấy, màng phức hợp... cũng là các thành phần quan trọng trong sản xuất sản phẩm của chúng tôi.

Là doanh nghiệp sản xuất nước mắm hàng đầu Việt Nam, Masan hợp tác kinh doanh với khoảng 60% sản lượng vùng nguyên liệu trong nước. Qua đó đã tạo ra công ăn việc làm cho hàng chục ngàn lao động trực tiếp hoặc gián tiếp trong nhà thùng, công nhân đánh bắt cá, ổn định sản xuất, an cư lạc nghiệp và đảm bảo an sinh xã hội. Đối với việc thu mua nước mắm cốt – nguyên liệu chủ chốt cho một trong những sản phẩm được yêu thích nhất của Masan, chúng tôi đã làm việc sát sao với các ngư dân để nâng cao nhận thức về việc đánh bắt cá quá mức. Đây không chỉ đơn giản là việc đảm bảo nguồn cung vì việc sản xuất phải phụ thuộc vào nguồn cá cơm, chúng tôi còn hiểu rằng việc đánh bắt quá mức sẽ ảnh hưởng đến hệ môi trường sinh thái và khả năng tái tạo nguồn tài nguyên. Bên cạnh đó, Masan chuyển giao công nghệ với các nhà thùng để đảm bảo cá không bị ươn

thối trong quá trình vận chuyển đến cơ sở ủ chượp.

Ngoài hoạt động sản xuất, chúng tôi còn hợp tác nghiên cứu với các viện, trường đại học tại Việt Nam, Đại học Seoul (Hàn Quốc), Đại học Bangkok (Thái Lan), Hiệp hội Nước mắm Việt Nam, Hội Nghề cá Việt Nam và Viện Nghiên cứu Hải sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn) để tăng cường hiệu quả sử dụng cá, phát triển bền vững nguồn lợi cá cơm ở Việt Nam.

Trong lĩnh vực sản xuất thịt có thương hiệu, thành phần nguyên liệu chủ yếu trong thành phẩm của Masan MEATLife (“MML”) gồm heo và gà thịt thương phẩm. Để đảm bảo nguồn cung heo hơi ổn định, đáp ứng tiêu chuẩn đầu vào khắt khe của các Tổ hợp chế biến thịt mát MEATDeli HN tại Hà Nam và MEATDeli SG tại Long An, MML đã tập trung triển khai mô hình hợp tác chiến lược toàn diện với các trang trại nuôi heo lớn trên toàn quốc, bên cạnh nguồn cung heo hơi từ trang trại công nghệ cao của chúng tôi tại Nghệ An. Với quy mô và kinh nghiệm trong lĩnh vực chăn nuôi, Masan MEATLife là đối tác tin cậy, hỗ trợ chia sẻ kiến thức chăn nuôi, nhân rộng mô hình kiểu mẫu của trang trại nuôi heo công nghệ cao cho các trang trại đối tác. Đồng thời, nguồn heo được chăn nuôi theo tiêu chuẩn kiểm soát dịch bệnh khắt khe, đảm bảo an toàn sinh học với nguồn thức ăn chất lượng cao không

có hormone tăng trưởng và chất kháng sinh. Tháng 11/2021, Masan MEATLife đã hợp tác chiến lược với Công ty TNHH De Heus (“De Heus Việt Nam”, công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan). Theo đó, De Heus tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MML và đầu tư vào chuỗi cung ứng đậm động vật tại Việt Nam trong dài hạn. Hợp tác sẽ thúc đẩy gia tăng năng suất, chất lượng và tính bền vững của mô hình chuỗi cung ứng tích hợp 3F (Feed-Farm-Food). Cụ thể, De Heus Việt Nam sẽ cung ứng lên đến 70% nhu cầu thức ăn chăn nuôi cho trang trại của MML và ít nhất 2,8 triệu heo thịt cho các sản phẩm thịt mát và thịt mát chế biến của MML trong 5 năm tới. Với thỏa thuận hợp tác này, Masan MEATLife đã hoàn tất chuyển đổi thành doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu. Từ năm 2020, sau khi sáp nhập thành viên mới là 3F VIỆT, Masan MEATLife đã xây dựng được chuỗi khép kín từ trang trại gà ông bà, bố mẹ tới nhà máy giết mổ gia cầm. Mục tiêu cuối cùng chính là phát triển ngành nông nghiệp theo hướng bền vững, giúp tháo gỡ khó khăn của nông dân và hoàn thành sứ mệnh mang đến sản phẩm thịt sạch, tươi ngon, giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.

Ở lĩnh vực chuỗi bán lẻ F&B, Phúc Long Heritage (công ty thành viên của Masan từ tháng 1/2022) sở hữu đồi chè tại Bảo Lộc (Lâm Đồng) – vùng nguyên liệu trà trứ danh và Thái Nguyên – thánh địa của di

sản chè cổ Việt Nam. Chính điều kiện tự nhiên, đặc tính thổ nhưỡng, khí hậu ôn hoà ở Bảo Lộc và Thái Nguyên đã tạo nên giống chè ngon thượng hạng, có hương thơm tự nhiên, khi uống xong vị ngọt còn lắng sâu trong vị giác người thưởng trà. Để giống cây chè đạt năng suất chất lượng cao nhất, Phúc Long không ngừng nghiên cứu và áp dụng kỹ thuật chăm bón khoa học, cải tiến, đồng thời luôn chú trọng đến vấn đề bảo vệ môi trường và cân bằng hệ sinh thái.

Để đảm bảo truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, chúng tôi yêu cầu các nhà cung cấp nước ngoài cung cấp giấy chứng nhận xuất xứ, phân tích, kiểm dịch không có biến đổi gen; các nhà cung cấp trong nước thì cần có giấy chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động vật và thực hành nông nghiệp tốt. Các nhà cung cấp đạt chất lượng trong thời gian dài được coi là “nhà cung cấp có bảo đảm” và sẽ tiếp tục được tham gia theo hợp đồng hàng năm. Đối với các loại nguyên liệu có mức giá biến động mạnh, chúng tôi thường xuyên theo dõi thị trường và chọn thời điểm mở thầu thích hợp để có thể chốt mua với mức giá tốt. Đối với các loại nguyên liệu có mức giá ổn định, chúng tôi thường ký hợp đồng mua dài hạn với nhà cung cấp. Các nguồn nguyên liệu của chúng tôi được kiểm soát chặt chẽ về số lượng lẫn chất lượng. Các nhà kho được vệ sinh, kiểm tra thường xuyên và các sản phẩm được quản lý chất lượng

ng nghiêm ngặt bởi đội ngũ QA, QC giàu kinh nghiệm.

Tại Masan High-Tech Materials (“MHT”), nguyên liệu thô cần thiết cho hoạt động sản xuất bao gồm nguyên liệu thô cơ bản và hóa chất chuyên dùng trong hoạt động chế biến. Thông thường, mỏ Núi Pháo thu mua nguồn nguyên liệu thô cơ bản và một phần hóa chất từ các nhà cung cấp trong nước. Các hóa chất chuyên dụng còn lại được mua từ các nhà cung cấp quốc tế. MHT, thông qua công ty con là H. C. Starck (“HCS”), sở hữu một trong những nền tảng tái chế vonfram lớn nhất và phức tạp nhất trên thế giới, cho phép chúng tôi đóng góp vào sự bền vững của chuỗi giá trị vonfram.

ĐẢM BẢO VỀ CHẤT LƯỢNG

Nhu cầu tiêu dùng hiện đại tại Việt Nam ngày càng gia tăng: sản phẩm an toàn và chất lượng, dịch vụ và trải nghiệm mua sắm vượt trội là những yếu tố quan trọng hàng đầu.

Đội ngũ quản lý chất lượng của chúng tôi đã phát triển một quá trình kiểm tra để đảm bảo rằng các sản phẩm luôn đồng nhất và đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe nhất. Các bước này bao gồm đánh giá năng lực, lựa chọn nhà cung cấp, kiểm tra chất lượng nguyên liệu đầu vào, giám sát quá trình sản xuất và đóng gói, kiểm tra mẫu sản phẩm hoàn chỉnh tại kho

và kiểm tra chất lượng sản phẩm tại nhà phân phối.

Để đảm bảo chất lượng đồng nhất và liên tục của nguyên liệu, chúng tôi tiến hành đánh giá hàng năm việc cung cấp nguyên liệu của các nhà cung cấp. Bộ phận thu mua của chúng tôi và các phòng ban có liên quan, chẳng hạn như đội ngũ bảo đảm chất lượng, kho vận, tài chính, và đội ngũ marketing, cùng nhau đánh giá từng hạng mục kiểm soát chất lượng, bao gồm cả giá cả, năng lực sản xuất, độ tin cậy giao hàng và khả năng đáp ứng.

Khi Dịch tả heo châu Phi chưa kết thúc, thịt mát MEATDeli đã áp dụng hệ thống “3 tuyến kiểm dịch” theo hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn và Cục An toàn thực phẩm - Bộ Y tế:

- Tuyến kiểm dịch số 1: Heo khỏe mới được xuất trại đưa về nhà máy. Chúng tôi chỉ thu mua heo khỏe từ các trang trại đã được kiểm nghiệm âm tính với dịch tả heo châu Phi và được cấp Giấy chứng nhận của Chi cục Thú y.
- Tuyến kiểm dịch số 2: Heo khỏe mới được đưa vào chế biến. Phòng xét nghiệm với thiết bị châu Âu được lắp đặt và vận hành 24/24 giờ ngay tại các nhà máy nhằm rà soát, bảo đảm thêm 1 lần nữa không có heo bệnh hoặc đang mang mầm bệnh đưa vào nhà máy.
- Tuyến kiểm dịch số 3: Thịt heo an toàn mới được xuất bán khỏi nhà máy,



kiểm tra lần cuối chắc chắn sản phẩm MEATDeli đưa ra thị trường không bị nhiễm mầm bệnh.

Các tổ hợp chế biến thịt MEATDeli HN và MEATDeli SG đã được công nhận đạt chứng chỉ BRC – Tiêu chuẩn Toàn cầu về An toàn Thực phẩm. Đây là chứng chỉ có giá trị quốc tế giúp kiểm soát và giảm thiểu tối đa nguy cơ ngộ độc trong ngành thực phẩm và được xem là tấm vé thông hành cho doanh nghiệp xuất khẩu thực phẩm. Các tiêu chí đánh giá và quy trình chứng nhận BRC được kiểm soát nghiêm ngặt và nhất quán trên toàn thế giới.

Bền vững về nhân lực

Tại Masan, chúng tôi tin rằng nguồn nhân lực là ưu thế cạnh tranh lớn nhất và giúp Công ty tạo ra giá trị dài hạn. Vì thế, chúng tôi đã tạo mọi điều kiện để mang lại giá trị dài hạn và bền vững cho từng cá nhân và tổ chức. Chúng tôi tin vào việc tạo ra quan hệ đối tác có lợi cho đôi bên (win-win) để mở ra nhiều cơ hội mới cũng như mang lại lợi ích cho cá nhân và đóng góp lớn hơn cho đất nước.

Chúng tôi thu hút đội ngũ nhân sự phù hợp với giá trị chung của mình và nhiệt huyết theo đuổi lý tưởng phụng sự người tiêu dùng. Không đơn thuần chỉ là một công việc, đây còn là cả một sự nghiệp và là cơ hội để chúng tôi cùng nhau phát

triển, song hành cùng sự phát triển vượt bậc của Công ty để từ đó mang đến những lợi ích lớn hơn cho cộng đồng.

Chúng tôi tin rằng các cơ hội lớn và cách tiếp cận linh hoạt sẽ giúp mình thu hút được nhân tài với chuyên môn khác nhau.

ĐA DẠNG VÀ TẬP TRUNG

Chúng tôi tự hào có nguồn nhân lực đa dạng, tuy có những khác biệt nhưng đều cùng chung một khát vọng – phụng sự người tiêu dùng. Sự đa dạng này đem lại những góc nhìn, niềm tin, chuyên môn và kinh nghiệm khác nhau giúp đưa ra các chiến lược, ý tưởng và giải pháp sáng tạo đột phá, đây chính là động lực cho tăng trưởng của chúng tôi.

Với khát vọng không chỉ là một doanh nghiệp nội hàng đầu Việt Nam mà còn vươn lên sánh cùng các công ty đa quốc gia hàng đầu thế giới, chúng tôi quy tụ đội ngũ nhân sự gồm các nhân tài trong và ngoài nước. Bên cạnh ưu tiên tuyển dụng nguồn nhân lực trong nước với lợi thế am hiểu địa phương và thị hiếu người tiêu dùng, Masan còn thu hút các chuyên gia và đội ngũ quản lý giàu kinh nghiệm từ nhiều nơi trên thế giới để cùng đóng góp tạo ra giá trị vượt trội cho người tiêu dùng và cổ đông.

Tính đến cuối năm 2021, Masan có 14 nông trường công nghệ cao WinEco, 16 trang

trại chăn nuôi và 30 nhà máy ở Việt Nam và nước ngoài. Ở mảng bán lẻ, chúng tôi có 2.741 siêu thị WinMart và siêu thị mini WinMart+ tại 63 tỉnh thành trên cả nước. Để tạo điều kiện phát triển và tận dụng nguồn nhân lực địa phương, chúng tôi ưu tiên tuyển dụng từ chính cộng đồng địa phương và tập huấn nhân viên của mình đáp ứng được các yêu cầu kinh doanh luôn thay đổi.

- Chương trình Doanh nhân trẻ Masan - Masan Young Entrepreneurs (“MYE”) mang đến nhiều cơ hội đặc biệt nhằm phát triển các tài năng trẻ vì chúng tôi tin vào lý tưởng phát triển lớp thế hệ kế tiếp giữ vai trò là nhà lãnh đạo tương lai. Chúng tôi tạo điều kiện cho các tài năng trẻ gạt hái kinh nghiệm kinh doanh thực tế từ lãnh đạo có thâm niên và chuyên gia trong ngành. Từ đó, giúp họ thể hiện đam mê và theo đuổi mục tiêu nhằm viết nên câu chuyện thành công của chính mình và có những ảnh hưởng tích cực đến cuộc sống của gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Được trải nghiệm cơ hội làm việc qua các phòng ban và các dự án thực tế của Masan, những thành viên MYE sẽ được trang bị các kỹ năng và năng lực cần thiết để bắt đầu sự nghiệp. Đồng thời, các MYE vẫn tập trung phát triển bản thân nhờ vào các lớp đào tạo kỹ năng lãnh đạo, giao tiếp và nhiều kỹ năng khác.

Năm 2021, tỉ lệ phủ vaccine mũi 1, mũi 2, mũi 3 trong tổng số gần 37.000 nhân viên, đối tác kinh doanh và nhà thầu của Masan lần lượt là 98%, 92% và 37%

- Từ năm 2020, chúng tôi đã ra mắt “Xung kích” – chương trình tuyển chọn các nhân viên trẻ xuất sắc ở những lĩnh vực khác nhau, có kết quả công việc vượt trội để đào tạo chuyên sâu. Mục tiêu của chúng tôi là xác định các nhân tố trẻ tiềm năng, thực thi xuất sắc, nhiệt huyết và đi tiên phong trong mọi lĩnh vực để đào tạo và phát triển bởi chúng tôi tin rằng, con người là một trong những tài sản quý của doanh nghiệp. Masan Group và các công ty thành viên có tổng cộng 34 chiến binh “Xung kích” đi đầu trong các hoạt động kinh doanh, sản xuất và phát triển sản phẩm. Tập đoàn kỳ vọng con số các chiến binh “Xung kích” này sẽ tăng dần trong các năm tiếp theo.
- 35% lãnh đạo cấp cao của Masan là nữ giới. Chúng tôi hỗ trợ các nữ lãnh đạo có năng lực tốt được cơ hội thăng tiến và đảm nhận các vị trí cao hơn. Chính các nữ lãnh đạo tài năng là lợi thế cho việc kinh doanh bền vững trong dài hạn.
- Tính đến ngày 31/12/2021, Masan Group và các công ty thành viên có tổng cộng 32.227 nhân viên, trong đó 59% là nữ giới. Nguồn nhân lực của chúng tôi được đào tạo tốt với trình độ học vấn cao, cụ thể như sau:

Trình độ ¹	Tỉ lệ
Sau đại học	1%
Cử nhân	31%
Cao đẳng	16%
Trung cấp nghề	10%
Trung học phổ thông	26%
Trung học cơ sở	28%
Khác	14%
Total	100%

AN TOÀN LAO ĐỘNG

Nhân viên là tài sản quý giá nhất của chúng tôi. Với nhiều thành tích trong công tác tuân thủ an toàn lao động, chúng tôi đặt sức khỏe và an toàn của con người lên ưu tiên hàng đầu trong mọi hoạt động.

Huấn luyện an toàn lao động và cải tiến dây chuyền sản xuất, đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe nhất

Chúng tôi chịu trách nhiệm cung cấp cho nhân viên các thiết bị bảo hộ lao động, các biện pháp giữ an toàn, vệ sinh nơi làm việc và môi trường tốt để làm việc. Chúng tôi cũng thường xuyên thực hiện huấn luyện đội ngũ nhân viên về các hành vi phù hợp an toàn lao động cho bản thân và cho người khác, đồng thời áp dụng kiến thức này trong cuộc sống hàng ngày.

Trong năm 2021, trong tình hình dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, Masan đã triển khai nhiều chương trình huấn luyện về chăm sóc sức khỏe và an toàn lao động cho tất cả các công ty thành viên. Masan Consumer, đã thực hiện giãn cách và tổ chức trực tuyến 9.719 giờ huấn luyện an toàn vệ sinh lao động, PCCC, sơ cấp cứu... Masan MEATLife thường xuyên tổ chức các buổi đào tạo với các chuyên gia bên ngoài và nhân viên có kinh nghiệm nội bộ. Các khóa đào tạo tại Masan High-Tech Materials đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc đảm bảo mục tiêu “Mọi người đều trở về nhà an toàn và khỏe mạnh sau mỗi ngày làm việc”. Việc linh hoạt chuyển hình thức đào tạo online đã giúp MHT đảm bảo 100% nhân viên mới được đào tạo các khóa an toàn cơ bản, nhân viên lâu năm được đào tạo nhắc lại hoặc các khóa an toàn nâng cao. Trong năm qua, đã có hơn 12 nghìn lượt huấn luyện đào tạo an toàn được tổ chức tại MHT.

Bên cạnh công tác huấn luyện, chúng tôi đã cải tiến nâng cấp thiết bị truyền động, lắp đặt máy móc mới, dây chuyền sản xuất hiện đại tại các nhà máy, cải tạo nhà xưởng giúp giảm tối đa nguy cơ mất an toàn cho cán bộ, công nhân viên. Các nhà máy của chúng tôi đạt các tiêu chuẩn về sản xuất HACCP (Hệ thống phân tích

mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn), ISO 9001 (Hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm) và SA8000 (chứng nhận hệ thống trách nhiệm xã hội), FSSC (Chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm), HALAL, ISO 45001 (Chứng nhận hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe người lao động).

Phòng chống dịch COVID-19, duy trì chuỗi sản xuất và cung ứng hàng hóa thiết yếu

Năm 2021, Tập đoàn Masan đã đầu tư đáng kể cho công tác phòng, chống dịch, đảm bảo an toàn sức khỏe đồng thời duy trì hệ thống sản xuất và chuỗi cung ứng vận hành. Là doanh nghiệp sản xuất và bán lẻ nhu yếu phẩm hàng đầu cả nước, việc duy trì hoạt động và chuỗi cung ứng góp phần quan trọng trong công tác đảm bảo an sinh xã hội.

Tập đoàn Masan đã thành lập Ban chỉ đạo phòng chống dịch COVID-19 nhằm tăng cường phối hợp chặt chẽ với các công ty thành viên, vừa đảm bảo phòng chống dịch hiệu quả, vận dụng linh hoạt các quy định của các cơ quan quản lý của Nhà nước nhưng vẫn đảm bảo hoạt động an toàn, thực hiện mục tiêu kép “vừa phòng chống dịch, vừa đảm bảo sản xuất kinh doanh”. Được Bộ Y tế và Bộ Công thương phối hợp tạo điều kiện cùng với sự quan tâm hỗ trợ của các cơ quan Trung ương và địa phương, tập thể gần 37.000 nhân viên,



đối tác kinh doanh và nhà thầu của Masan đã được tiêm vaccine nhanh chóng và kịp thời, qua đó, góp phần đảm bảo an toàn cho tuyến đầu sản xuất và cung ứng hàng hóa thiết yếu. Tỉ lệ phủ vaccine mũi 1, mũi 2 và mũi 3 lần lượt là 98%, 92% và 37%.

Đồng thời, Masan thực hiện tuyên truyền nội bộ thường xuyên về các quy định phòng, chống dịch, bao gồm các quy định về sàng lọc thông tin, đo nhiệt độ CBNV, khách và nhà thầu; tuân thủ quy định 5K... Bên cạnh đó, Masan đã lắp đặt các máy rửa tay khô hay trang bị nước rửa tay tại nơi làm việc, cơ sở sản xuất, hệ thống bán lẻ; bố trí vách ngăn chắn giọt bắn tại nhà ăn; cung cấp khẩu trang và vitamins tăng cường sức đề kháng cho CBNV.

Các nhà máy sản xuất của Masan đã tuân thủ nghiêm túc chỉ thị “3 tại chỗ” (“3T”) ngay khi có yêu cầu của cơ quan chức năng. Để đảm bảo vận hành xuyên suốt, đáp ứng nhu cầu thịt sạch cho người dân TP Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận trong

giai đoạn cao điểm dịch bệnh, Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli SG (Long An) đã thực hiện chỉ thị 3T. Hơn 84% lực lượng lao động của tổ hợp đã “ăn tại chỗ”, bên cạnh các biện pháp phòng dịch đã được áp dụng nghiêm ngặt ngay từ đầu mùa dịch. MEATDeli HN là doanh nghiệp đầu tiên trong tỉnh Hà Nam chủ động xây dựng phương án sản xuất kinh doanh theo 3T và mời Ban Quản lý KCN tỉnh Hà Nam, cũng như chính quyền địa phương đến xem xét, thẩm định và góp ý nhằm đảm bảo chuỗi cung ứng không bị đứt gãy. Một công ty thành viên khác là Công ty CP Nước khoáng Vĩnh Hảo đã lập phương án chuẩn bị sẵn sàng cho “3 tại chỗ” như trang bị kit xét nghiệm, các dụng cụ lưu trữ miễn, nệm, gối... dù tình chưa yêu cầu áp dụng chỉ thị này. Là doanh nghiệp trọng điểm của tỉnh Bình Thuận, Vĩnh Hảo đã làm việc chặt chẽ với chính quyền địa phương ngay từ giai đoạn đầu của dịch bệnh. Ở các tỉnh bắt buộc phải tuân thủ

1. Ghi chú: Phần lớn nhân viên có bằng trung cấp hoặc thấp hơn đang làm việc tại các nhà máy, nhà kho hoặc các điểm bán hàng, là tài xế hoặc nhân viên tạp vụ.

“3T”, chúng tôi thường xuyên tổ chức xét nghiệm cho công nhân làm việc tại nhà máy. Điển hình, nhà máy Masan MSI Bình Dương có khoảng 1.800 nhân viên và thực hiện xét nghiệm định kỳ 3 ngày 1 lần.

Bên cạnh đó, Masan đã có sáng kiến đề xuất Thủ tướng và lãnh đạo địa phương cho phép lập “vùng đệm” xung quanh nhà máy. Vùng đệm này có thể là các trường học, trường dạy nghề, kho, sân vận động, nhà thi đấu... ở gần nhà máy. Tại đây, người lao động vừa có thể ăn nghỉ, sàng lọc sức khỏe để sẵn sàng bổ sung lực lượng sản xuất khi cần thiết mà vẫn thực hiện tốt các quy định về phòng tránh dịch bệnh.

Nhờ siết chặt nhiều biện pháp phòng dịch, hệ thống bán lẻ và sản xuất quy mô cả nước của Masan vẫn hoạt động liên tục, phục vụ nhu cầu tiêu dùng, đảm bảo việc làm và an sinh phúc lợi cho hàng chục ngàn người lao động.

PHÁT TRIỂN TÀI NĂNG VÀ GÌN GIỮ NHÂN TÀI

Tại Masan, chúng tôi tạo mọi điều kiện cho nhân viên học hỏi, trau dồi kinh nghiệm và thể hiện năng lực, từ đó phát triển nghề nghiệp của bản thân trong dài hạn để đóng góp vào sự phát triển của công ty và đất nước.

Chúng tôi giữ chân những người giỏi nhất bằng việc trao đổi rõ ràng những

công cụ quản lý hiệu suất, và tài nguyên đủ để hỗ trợ quá trình phát triển của họ, cùng những buổi đào tạo kỹ năng lãnh đạo nâng cao. Những nỗ lực này được thúc đẩy nhờ vào hiểu biết sâu sắc của chúng tôi về các yêu cầu năng lực và ta cần nguồn tài trí như thế nào trong tương lai, cụ thể là kế hoạch xây dựng đội ngũ kế nhiệm. Quá trình đánh giá tài năng của chúng tôi trên quy mô toàn tập đoàn do các lãnh đạo cấp cao thực hiện hai lần một năm để xác định các yếu tố như khả năng học hỏi, tiềm năng lãnh đạo và chuyên môn. Quá trình này giúp chúng tôi tìm kiếm những nhân viên có thể chuyển sang vai trò lãnh đạo.

Chúng tôi thực hiện đánh giá minh bạch kết quả làm việc hàng năm của nhân viên ở tất cả các cấp, điều này giúp Công ty đưa ra quyết định cho lương bổng và phúc lợi của nhân viên. Chúng tôi đề cao việc tưởng thưởng nhân viên công bằng, phù hợp với năng lực và sự đóng góp của họ cho sự phát triển của Tập đoàn. Những nhân viên giỏi nhất của chúng tôi cũng đồng thời là cổ đông của Công ty, điều này giúp khuyến khích tinh thần doanh nhân và mang lại giá trị cao nhất cho cổ đông.

CÁC CHƯƠNG TRÌNH PHÚC LỢI VÀ ĐÀO TẠO CHO NHÂN VIÊN

Chúng tôi khuyến khích nhân viên và quản lý trực tiếp chia sẻ trách nhiệm với

nhau để đảm bảo mỗi cá nhân đều có thể có cơ hội được đào tạo, phát triển tiềm năng tối đa của mình. Chúng tôi tạo nhiều cơ hội đào tạo cho mọi nhân viên và có kế hoạch cụ thể để họ học hỏi và phát triển tốt năng lực của mình. Mọi kết quả của quá trình học tập, bao gồm số lượng các khóa học và giờ đào tạo đã hoàn thành luôn được chúng tôi theo dõi sát sao nhằm duy trì quá trình đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong tương lai.

Chúng tôi liên tục đầu tư vào các chương trình giáo dục và đào tạo cho nhân viên có trình độ và/hoặc có khả năng áp dụng. Những chương trình này tạo cơ hội cho nhân viên nâng cao kỹ năng và kiến thức chuyên môn của họ. Ngoài ra, mỗi đơn vị đều được hướng dẫn cụ thể cho nhân viên tùy thuộc vào vị trí của họ.

Nhân viên trực tiếp tham gia sản xuất trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống cũng được tham gia các khóa đào tạo về vệ sinh an toàn thực phẩm và nhận chứng chỉ của Cục An toàn Thực phẩm.

Bền vững về môi trường

Tại Masan, chúng tôi luôn nghiêm túc đánh giá các tác động lên môi trường. Chúng tôi đảm bảo các nhà máy sản xuất và hệ thống bán lẻ đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường, áp dụng các biện pháp xử lý chất thải và sử dụng tài nguyên bền vững. Khi chúng tôi lên kế hoạch cho

bất kỳ dự án mới nào, chúng tôi luôn tính toán trước các ảnh hưởng đến môi trường xung quanh, từ đó lên các phương án bảo vệ môi trường phù hợp trước khi thực hiện dự án.

Cam kết về môi trường của chúng tôi được khởi nguồn từ những điều gần gũi nhất, trước hết là quan tâm đến môi trường xung quanh nơi làm việc. Các nhà máy của Masan và khu vực lân cận được phủ xanh và cung cấp không khí trong lành. Tại các nhà máy của Masan Consumer, 20% tổng diện tích khuôn viên được dành cho trồng cây xanh để đảm bảo nơi làm việc xanh – thân thiện môi

trường, các tổ hợp chế biến thịt mát của Masan MEATLife có diện tích cây xanh trong khuôn viên bao phủ từ 24% - 31% tổng diện tích của toàn tổ hợp, cao hơn so với yêu cầu của địa phương. Năm 2021, Masan High-Tech Materials Việt Nam tiếp tục cải tạo tại các khu vực đã hoàn thành công tác đất và theo dõi, duy trì các khu vực đã được cải tạo và phục hồi từ những năm trước nhằm giảm xói mòn, phục hồi đất và cải thiện hệ sinh thái. Trong năm, chúng tôi đã hoàn thành việc cải tạo môi trường cho khoảng 2,4 ha tại các bãi thải. Nhiều loại thực vật và vật liệu khác nhau được sử dụng để tăng hiệu quả phục hồi môi trường. Năm 2021, NPMC trồng

khoảng 4.000 cây keo lai; gieo 160 kg hạt cỏ và sử dụng 7.080 kg phân bón phục vụ công tác trồng mới và chăm sóc cây trồng. Tổng diện tích đã phục hồi tính đến cuối năm 2021 là 61,6ha. Ngoài ra, chúng tôi cũng bắt đầu trồng thử nghiệm các cây gỗ cứng bản địa để khảo sát và đánh giá khả năng sử dụng những cây này cho các chương trình phục hồi môi trường trong tương lai.

Bộ phận Luật và Tuân thủ của chúng tôi cùng với bộ phận An toàn, Sức khỏe và Môi trường cùng có trách nhiệm giám sát việc tuân thủ các quy định về môi trường trên toàn quốc, cũng như theo dõi sát sao tình hình luật và quy định về môi trường. Các nhà máy của chúng tôi đáp ứng các tiêu chuẩn ISO 14001, qua đó, giảm thiểu tác động gây tổn hại tới môi trường và thường xuyên cải tiến kết quả hoạt động.

Ngoài ra, bộ phận kỹ thuật của từng công ty thành viên còn tiến hành thử nghiệm mẫu chất thải định kỳ để giám sát tuân thủ pháp luật và các quy định môi trường liên quan. Chúng tôi hoàn toàn tự tin về việc tuân thủ tất cả các khía cạnh trọng yếu của các quy định về môi trường tại Việt Nam. Chúng tôi tin rằng mình là doanh nghiệp tiên phong trong việc áp dụng các nguyên tắc bảo vệ môi trường trong hoạt động sản xuất tại Việt Nam.





NÂNG CAO Ý THỨC VỀ MÔI TRƯỜNG

Nhân ngày Môi trường Thế giới năm 2021, Masan High-Tech Materials đã thực hiện nhiều sự kiện nhằm nâng cao nhận thức về phân loại rác thải làm cho thế giới sạch hơn và hỗ trợ xe gom rác và thùng đựng rác tại 2 xã lân cận Dự án Núi Pháo.

Trong lĩnh vực bán lẻ, WinCommerce chung tay bảo vệ môi trường bằng việc triển khai loạt giải pháp Xanh tại hệ thống siêu thị và siêu thị mini WinMart/WinMart+. Hệ thống WinMart/WinMart+ thay thế nylon bằng 100% túi tự hủy sinh học; đồng loạt giảm thiểu hoặc thay thế các vật liệu nhựa sử dụng 1 lần bằng các vật phẩm thân thiện với môi trường trong hoạt động vận hành; thực hiện các chương trình khuyến mại đối với khách hàng tự sử dụng túi đựng nhiều lần nhằm hình thành thói quen tiêu dùng xanh khi mua sắm tại hệ thống bán lẻ thuộc WinCommerce. Để giảm thiểu tác động đến môi trường, WinEco đã thay thế túi nylon và dây chun đóng gói bằng vật liệu tự phân hủy sinh học theo tiêu chuẩn của Bộ Tài nguyên & Môi Trường. Ngoài ra, WinEco còn sử dụng giấy kraf và túi nylon tự phân hủy để thu hoạch và bao gói sản phẩm thay cho màng co và túi nylon thông thường.

NGUỒN NƯỚC

Tại Masan, bảo vệ tài nguyên nước là một trong những vấn đề được ưu tiên. Chính

sách sử dụng và bảo vệ tài nguyên nước có trách nhiệm được chúng tôi thực hiện bằng cách áp dụng những giải pháp công nghệ tiên tiến, nhờ vậy, chúng tôi có thể quản lý nguồn nước hiệu quả hơn bao giờ hết. Chúng tôi cam kết sử dụng nước hiệu quả theo khuyến cáo của Ngân hàng Thế giới. Trong đó bao gồm: giảm phụ thuộc vào khai thác nước, tăng tỷ lệ nước tái sử dụng và không ngừng cải thiện khả năng xử lý nước thải.

Chúng tôi đầu tư rất lớn vào hệ thống xử lý nước thải tiên tiến và áp dụng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt nhất để giám sát ảnh hưởng của hoạt động của nhà máy đến môi trường xung quanh. Masan Consumer đã đầu tư xây dựng hệ thống xử lý nước thải hiện đại do đối tác Hà Lan thiết kế tại các nhà máy ở Bình Dương, Hải Dương và Nghệ An. Tất cả các kết quả kiểm tra chất lượng xử lý nước thải đầu ra đều đạt

tiêu chuẩn loại A – tiêu chuẩn cao nhất Việt Nam. Masan Consumer là một trong những đơn vị tiên phong trong minh bạch hóa quy trình xử lý nước thải thông qua việc lắp đặt hệ thống quan trắc nước thải tự động, báo cáo trực tiếp và liên tục với Sở Tài nguyên và Môi trường Bình Dương. Năm 2021, Masan Consumer đã sử dụng hơn 2,3 triệu m³ nước cho công nghiệp và dân sinh, toàn bộ nước thải được xử lý bằng hệ thống xử lý nước thải công nghệ cao, trong đó, khoảng 7% lượng nước thải của Masan Consumer được tái sử dụng để tưới cây và vệ sinh nhà máy.

Trang trại chăn nuôi heo kỹ thuật cao MML Farm Nghệ An (tên cũ là MNS Nghệ An) được đầu tư hệ thống xử lý nước thải hiện đại nhằm đảm bảo hoạt động bền vững của trang trại tuân thủ các tiêu chuẩn quốc gia về môi trường.

Tại đây, chúng tôi đã đầu tư hai hệ thống xử lý nước thải có khả năng xử lý lên đến 4.000m³ nước thải chăn nuôi một ngày. Công ty đã tiến hành lấy mẫu quan trắc môi trường định kỳ cho thấy nước thải sau phân tích đạt cột B theo QCVN 62-MT:2016/ BTNMT. Trang trại hoàn toàn không xả thải ra môi trường. Nước thải sau xử lý được trang trại tái sử dụng 100% để vệ sinh chuồng trại, ngâm hầm và tưới cây, nhờ đó cắt giảm tối đa nhu cầu sử dụng nguồn nước ngầm quý giá. Trong năm 2021, MML Farm Nghệ An đã tiến hành đầu tư thêm hệ thống bổ trợ xử lý nước thải cho hệ thống nêu trên với mục tiêu nước thải sau xử lý sẽ đạt cột A.

Các tổ hợp chế biến thịt của Masan MEATLife đang áp dụng tiêu chuẩn nước thải sau xử lý đạt cột A nước thải công nghiệp theo QCVN 40:2011 BTNMT đồng thời áp dụng và vận hành hệ thống ISO 14001 về môi trường và đã hoàn thành đánh giá năm 2020 và nhận giấy chứng nhận vào năm 2021. Hệ thống xử lý nước thải của nhà máy có lắp đặt tháp khử mùi ngay tại bể cân bằng, xử lý mùi hôi từ công đoạn nước đầu vào, đảm bảo môi trường trong lành, không ảnh hưởng đến khu vực xung quanh.

Tất cả trang trại của 3F VIỆT đều có đánh giá tác động môi trường và đảm bảo tuân thủ các quy định trong suốt quá trình vận hành dự án. Các nhà máy của 3F VIỆT đầu tư hệ thống xử lý nước thải nhằm xử lý

toàn bộ nước thải sản xuất và sinh hoạt của cán bộ công nhân viên đảm bảo đầu ra đạt cột B theo QCVN 62-MT/ BTNMT. Nhà máy tuân thủ quy định quan trắc nhằm đảm bảo nước thải luôn đạt chuẩn cho phép. Riêng nhà máy giết mổ và chế biến gia cầm tại Bình Dương đầu tư hệ thống xử lý nước thải 600m³/ngày để xử lý toàn bộ nước thải của nhà máy sản xuất đảm bảo đầu ra đạt cột A của QCVN 40-2011/ BTNMT quy chuẩn về nước thải công nghiệp - là quy chuẩn khắc khe nhất hiện nay.

Nguồn nước phục vụ sản xuất tại MHT bao gồm: nước mặt và nước ngầm (tự khai thác hoặc lấy từ các nhà cung cấp), nước khử ion và nước tái chế. Năm 2021, tổng lượng nước sử dụng cho MHT là 12,740 triệu lít, tăng nhẹ so với năm 2020 (12,136 triệu lít). Các quy trình khai thác khoáng sản của MHT tại Việt Nam sử dụng nhiều nước hơn so với ở Đức, Canada và Trung Quốc, chiếm 86,2% tổng lượng nước sử dụng của MHT. Năm 2021, NPMC sử dụng 8.623 triệu lít nước thải tuần hoàn cho sản xuất, chiếm 78,5% tổng lượng nước MHT sử dụng tại Việt Nam (tăng hơn 3% so với 75% năm 2020), chiếm 67,7% tổng lượng nước sử dụng của tất cả các nhà máy của MHT trên toàn cầu. Tại Việt Nam, các nguồn nước thải (nước thải sản xuất, nước thải sinh hoạt), đều được thu gom vào các bể chứa, sau đó được bơm xử lý tại nhà máy xử lý nước thải công suất 36.000 m³/ngày đêm. Nước thải đã qua xử lý đạt các tiêu chuẩn về xử lý nước thải và không cần tuần hoàn

lại để sản xuất được thải qua các điểm xả thải, tại đây NPMC đều vận hành các trạm quan trắc tự động để giám sát chất lượng nước thải trước khi xả ra môi trường. Năm 2022, NPMC có kế hoạch xây dựng và đưa vào vận hành thêm một hệ thống xử lý hóa lý với công suất 400 m³/giờ để nâng cao năng lực xử lý và hỗ trợ cho hhà máy xử lý nước thải hiện có.

Hướng tới phát triển bền vững và sử dụng hiệu quả tài nguyên, tất cả các nông trường của WinEco được trang bị hệ thống tưới hiện đại & tiên tiến từ Israel sử dụng các trang thiết bị từ những công ty hàng đầu thế giới như Netafim hay Rivulis. Trong đó, việc ứng dụng tưới nhỏ giọt & tưới văng giúp giảm mức tiêu thụ tài nguyên nước lên tới 80% so với phương pháp tưới tràn thủ công truyền thống, không chỉ tối ưu về hiệu suất khai thác vận hành mà còn giảm tối đa áp lực tác động đến môi trường. Hệ thống tưới nhỏ giọt hiện đại kết hợp với các máy pha chế và phối trộn dưỡng chất giúp phân phối nước và phân bón hòa tan đến cây trồng tập trung ở vùng rễ cây, qua đó không chỉ tối ưu hóa khả năng hấp thụ dưỡng chất cho cây trồng mà còn gần như triệt tiêu sự phát sinh nước thải cũng như dư lượng phân bón trong đất đến từ quá trình sản xuất.

NĂNG LƯỢNG SẠCH VÀ TÁI TẠO

Việt Nam là một đất nước có đường biển dài. Vì vậy, chúng tôi hiểu rất rõ tầm

Đóng góp hơn 5.450 tỷ đồng vào ngân sách Nhà nước trong năm 2021

quan trọng của việc giảm lượng chất thải carbon nhằm đối phó với biến đổi khí hậu. Từ đó, yêu cầu về tiết kiệm hoặc sử dụng năng lượng hiệu quả trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết đối với các doanh nghiệp mong muốn phát triển bền vững.

Tại Masan Consumer, chúng tôi đã thực hiện chương trình “Ý tưởng tiết kiệm năng lượng” thông qua việc tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm tiêu thụ năng lượng bằng nhiều cách như tận dụng nhiệt bị mất đi trong quá trình chiên và vô trùng sản phẩm, tránh sử dụng các quy trình làm thay đổi nhiệt, áp dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng. Ngoài ra, chúng tôi huấn luyện nhân viên về lợi ích của thói quen tiết kiệm điện bằng việc thường xuyên vệ sinh máy móc, dụng cụ nhằm đạt được thành phẩm đầu ra tốt nhất. Chúng tôi áp dụng công nghệ biogas từ trấu và mùn cưa để tạo năng lượng cho các nhà máy. Đây là một nguồn năng lượng không những thân thiện với môi trường, chi phí thấp mà còn giúp tạo việc làm và tăng thu nhập cho người dân địa phương. Trong năm 2021, chúng tôi đã sử dụng hơn 297 triệu tấn hơi từ việc đốt lò hơi chạy bằng dầu DO hoặc Biomass (từ mùn cưa, vỏ trấu...). Chúng tôi tin rằng những sáng kiến trên giúp cho các nhà máy nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và bảo vệ môi trường.

Tại Masan MEATLife, nhằm tiết kiệm năng lượng, chúng tôi tăng hiệu suất lò hơi và máy nghiền và chuyển sang sử dụng bóng

đèn LED. Trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của MML Farm Nghệ An được xem là tiên tiến nhất Việt Nam trong bảo vệ môi trường vì có khả năng tự sản xuất biogas từ quá trình sản xuất và cung cấp điện cho hoạt động sản xuất của trang trại. Đầu năm 2019, MML Farm Nghệ An đã được chứng nhận đạt chuẩn GLOBALG.A.P do đã đáp ứng bộ tiêu chuẩn trang trại được quốc tế công nhận dành riêng cho Thực hành nông nghiệp tốt. Tại các tổ hợp chế biến thịt, hệ thống máy móc thiết bị được nhập khẩu từ châu Âu, đạt các tiêu chuẩn an toàn sức khỏe và hiệu suất cao, tiết kiệm năng lượng bằng các công nghệ inverter cao cấp. Các hệ thống điện chiếu sáng sử dụng công nghệ LED tiết kiệm điện và cho hiệu suất chiếu sáng cao. Các nhà máy ấp trứng của 3F VIỆT cũng được đầu tư máy móc hiện đại bậc nhất Việt Nam nhằm tối ưu hóa việc sử dụng nhiên liệu như điện, nước...

Nhận thức rõ rằng tiết kiệm năng lượng và sử dụng năng lượng hiệu quả là nền tảng cho phát triển bền vững, các nhà máy của MHT trên toàn cầu luôn không ngừng tìm kiếm và thúc đẩy các giải pháp tiết kiệm năng lượng. Nhà máy Goslar của chúng tôi được chứng nhận ISO 50001 - Hệ thống quản lý năng lượng cũng duy trì cam kết cải tiến liên tục về hiệu quả sử dụng năng lượng. Bên cạnh đó, trong khuôn khổ chương trình chứng nhận cho tất cả cơ sở sản xuất của HCS, các mục tiêu năng lượng và cải tiến liên tục cũng đã được

thực hiện ở Sarnia và Ganzhou. Tại Sarnia, bốn máy đo lưu lượng nitơ mới đã được lắp đặt trên toàn bộ mạng lưới phân phối của nhà máy để nâng cao ý thức về lượng nitơ tiêu thụ trong các khu vực chính khác nhau. Các thiết bị mới cho phép phân tích sâu về mức tiêu thụ nitơ trên toàn mạng lưới nhằm tạo ra lợi thế đáng kể, lâu dài cho H.C. Starck trong suốt quá trình lập hóa đơn nitơ. Tại Việt Nam, Ban quản lý năng lượng cũng có kế hoạch triển khai áp dụng hệ thống quản lý năng lượng theo tiêu chuẩn ISO 50001 trong năm 2022.

Năm 2021, tổng mức tiêu thụ năng lượng là 1.309.427 GJ, tăng 1,2 lần so với năm 2020. Để tạo điều kiện cho việc so sánh các giá trị, Tập đoàn đã lên kế hoạch thu thập và công bố các loại dữ liệu cụ thể trong tương lai.

Điện xanh và năng lượng sạch là những giải pháp cần thiết để giảm phát thải carbon. Hiện NPMC đã và đang làm việc với một số đối tác để tìm kiếm cơ hội phát triển và lắp đặt các trang trại điện mặt trời tại mỏ Núi Pháo. Dự án này có ý nghĩa to lớn và có khả năng được thực hiện trong chiến lược sử dụng năng lượng của NPMC trong 5 - 10 năm tới.

TĂNG CƯỜNG SỬ DỤNG NGUYÊN LIỆU TÁI CHẾ

Masan Consumer tăng cường sử dụng nguyên liệu tái chế. Một lượng bùn thải



từ hệ thống xử lý nước thải của nhà máy được phép tái sử dụng làm phân bón cho cây xanh trong khuôn viên công ty.

Trong lĩnh vực nông nghiệp, WinEco đã hoàn thành xây dựng khu vực xử lý chất thải, phế phụ phẩm nông nghiệp thành phân hữu cơ compost tại 11 trong 14 nông

trường. Tổng lượng phân hữu cơ vi sinh tự ủ tại các nông trường WinEco tính đến hết tháng 12/2021 là 3.088 tấn, đáp ứng đến 79,1% nhu cầu của WinEco. Hoạt động ủ phân hữu cơ đã góp phần tái sử dụng toàn bộ phần phế phụ phẩm từ hoạt động sản xuất nông nghiệp. Các phế phụ phẩm này không phát thải ra môi trường,

mà được ủ thành phân hữu cơ hoai mục, tuần hoàn khép kín vòng vật chất hữu cơ, vi sinh, dinh dưỡng khoáng quay lại quy trình sản xuất, giảm phát thải khí nhà kính, giảm ô nhiễm môi trường. Ngoài ra, việc ủ phân hữu cơ cũng đã góp phần xử lý một lượng lớn chất thải chăn nuôi từ các trang trại chăn nuôi nơi có các nông trường WinEco hoạt động; góp phần giảm thiểu ô nhiễm môi trường từ hoạt động chăn nuôi. Hiệu quả tiết kiệm về kinh tế và môi trường khoảng 5,9 tỷ đồng năm 2021. Trong lĩnh vực chăn nuôi, trang trại MML Farm Nghệ An được cấp giấy chứng nhận GLOBALG.A.P về việc hoàn thành các tiêu chuẩn trang trại được công nhận quốc tế dành riêng cho Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt.

Tại Masan High-Tech Materials, đất đá thải sạch được sử dụng làm vật liệu xây dựng các công trình nội mỏ (xây dựng đập chứa đuôi quặng - TSF, sửa chữa, cải tạo đường, san lấp mặt bằng), phần còn lại được đổ vào bãi thải chuyên dụng. Năm 2021, NPMC tái sử dụng 960.883 m³ đất đá thải sạch để xây dựng đập ngăn TSF và các công trình dân dụng khác. Với vai trò là nhà sản xuất hàng đầu thế giới trong lĩnh vực tái chế vonfram, tỷ lệ tái chế vonfram ở các nhà máy H. C. Starck (thuộc Masan High-Tech Materials) tại Đức, Canada, Trung Quốc đều ở mức cao. HCS đáp ứng một phần lớn các yêu cầu về nguyên liệu thô ở Goslar bằng cách tái chế phế liệu có chứa vonfram được thu mua trên thị

Tính đến cuối năm 2021, Masan Group dành ngân sách hơn 270 tỷ đồng cho các hoạt động phòng chống COVID-19

trường cũng như nhận từ khách hàng để gia công lại. Nhờ vậy, tỷ lệ tái chế trong lĩnh vực thu mua nguyên liệu thô đã tăng trong những năm gần đây từ 66,5% năm 2017 lên 82,9% năm 2021. Năm 2021, công ty H.C. Starck Tungsten Powders nhận được một khoản tài trợ của Chính phủ Đức trị giá 800.000 Euro để phát triển một quy trình công nghệ tái chế Coban mới.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Masan tin vào việc cải thiện đời sống cộng đồng tại những nơi mà chúng tôi đặt nhà máy và hợp tác với người dân địa phương.

Là một đơn vị hàng đầu trong khu vực kinh tế tư nhân, chúng tôi đã đóng góp hơn 5.450 tỷ đồng thuế vào ngân sách nhà nước trong năm 2021. Ngoài trở thành một trong những doanh nghiệp đóng thuế nhiều nhất các tỉnh có nhà máy hoạt động, chúng tôi còn tạo ra công ăn việc làm và giúp cải thiện đời sống của người dân địa phương. Đồng thời, chúng tôi đã dành một phần lợi nhuận để phát triển cộng đồng thông qua các hoạt động giúp đỡ và tạo điều kiện cho cá nhân vượt qua khó khăn và vươn lên trong cuộc sống

HỖ TRỢ NGƯỜI DÂN VÀ TUYỂN ĐẦU CHỐNG DỊCH COVID-19

Trong năm 2021, Tập đoàn Masan đã đóng góp hơn 270 tỷ đồng vào các hoạt động hỗ trợ người dân và lực lượng tuyến đầu chống dịch COVID-19. Hình thức đóng góp của Tập đoàn vô cùng đa dạng như: trao tặng vật tư và trang thiết bị y tế như kit xét nghiệm, đồ bảo hộ, máy thở, hay nhu yếu phẩm thiết yếu, đóng góp 60 tỷ đồng vào Quỹ vaccine của Chính phủ.

Trong hai tháng cao điểm của dịch bệnh 7/2021 và 8/2021, Tập đoàn Masan đã tài trợ các thiết bị y tế thiết yếu cho hàng loạt bệnh viện dã chiến, bệnh viện điều trị COVID-19, cơ quan kiểm soát bệnh tật thành phố và các cơ quan ban ngành rất nhiều vật phẩm như: 2 hệ thống máy ECMO & màn hình ELSA, 31.000 kit xét nghiệm nhanh kháng nguyên Nhật/Hàn Quốc; 7 máy thở oxy dòng cao HFNC; 3 máy tạo oxy 10L; 5 máy thở xâm lấn; 70.000 đồ bảo hộ y tế; 50 máy truyền dịch tự động; 20 màn hình theo dõi bệnh 6 thông số; 7.000 găng tay y tế; 10.000 khẩu trang y tế... Tập đoàn Masan cũng trao tặng các hệ thống ECMO, hàng chục máy thở dòng cao, hàng chục ngàn kit xét nghiệm và đồ bảo hộ y tế đến Sở Y tế tỉnh Long An, Bình Dương, Đồng Nai, Hậu Giang... để kịp thời “chia lửa” với các tỉnh trong công tác phòng, chống dịch.

Ngay từ đầu dịch, nhiều sản phẩm thiết yếu của Masan như mì KOKOMI, OMACHI, thịt MEATDeli, xúc xích Ponnies, nước khoáng Vĩnh Hảo... đã được ủng hộ trực

tiếp đến các chốt kiểm soát dịch, đồn biên phòng, bệnh viện và các khu cách ly y tế để tiếp sức cho lực lượng tuyến đầu hoàn thành nhiệm vụ chống dịch.

Thời điểm dịch bệnh COVID-19 diễn biến phức tạp, Tập đoàn Masan tập trung cung ứng các mặt hàng nhu yếu phẩm tại các siêu thị/cửa hàng và hệ thống phân phối, đảm bảo không có tình trạng khan hàng, đội giá. Masan cũng tăng công suất tối đa hoạt động sản xuất của các nhà máy nhằm đảm bảo đáp ứng các sản phẩm thiết yếu cần thiết cho nhu cầu tiêu dùng của người dân. Các mặt hàng nhu yếu phẩm như gạo, thịt, mì gói, thực phẩm chế biến, nước rửa tay, khẩu trang... được cung cấp đầy đủ với giá cả bình ổn đến tay người tiêu dùng. Bên cạnh đó, thương hiệu thịt mát MEATDeli và chuỗi bán lẻ WinMart/WinMart+ linh hoạt các phương thức mua sắm: bán hàng online qua website như shop.meatdeli.com.vn, WinMart.com, sàn thương mại điện tử Lazada; đặt hàng qua điện thoại; phục vụ giao hàng tận nhà và thanh toán không dùng tiền mặt nhằm hạn chế tiếp xúc. Không gian mua sắm được thiết kế an toàn với 3 tuyến phòng dịch kết hợp với các giải pháp quyết liệt và kịp thời, đảm bảo 100% thực phẩm sạch đến được tay người tiêu dùng:

- Tuyến 1: WinCommerce kiểm dịch nghiêm ngặt, đảm bảo hàng hóa đủ tiêu chuẩn chất lượng mới được nhập

vào hệ thống WinMart và WinMart+. Tại siêu thị WinMart và cửa hàng WinMart+, WinCommerce khuyến cáo người dân mua sắm giữ khoảng cách an toàn 2m.

- Tuyến 2: tất cả nhân viên WinMart và WinMart+ được trang bị đầy đủ dụng cụ bảo hộ gồm: Khẩu trang, găng tay, nước rửa tay... Đội ngũ thanh tra nội bộ sẽ thường xuyên kiểm tra, nhắc nhở, đảm bảo mọi nhân viên đều nghiêm túc tuân thủ quy định. WinMart và WinMart+ khuyến nghị khách hàng hợp tác với nhân viên siêu thị để đo thân nhiệt; đeo khẩu trang trong suốt toàn bộ thời gian mua sắm tại siêu thị và cửa hàng; rửa tay sát khuẩn khi vào mua sắm, khi ra khỏi siêu thị và cửa hàng. Ban quản lý siêu thị có quyền từ chối phục vụ các khách hàng không hợp tác hoặc không đủ điều kiện đảm bảo an toàn sức khỏe.
- Tuyến 3: WinCommerce tạm đóng cửa các cửa hàng WinMart+ nằm trong khu vực có nguy cơ lây nhiễm cao, có khả năng ảnh hưởng tới sức khỏe của khách hàng và nhân viên của WinCommerce hoặc khu vực mà cơ quan chức năng khoanh vùng để tiêu độc, khử trùng. Các cửa hàng này chỉ mở cửa trở lại khi đảm bảo không gian mua sắm tuyệt đối an toàn.

Trong đợt bùng phát lần thứ 4 của dịch COVID-19, Bình Dương là điểm nóng của dịch bệnh, số ca dương tính hàng ngàn

ca mỗi ngày, người dân bị cách ly theo chỉ thị thời gian dài, dẫn tới nhu cầu về thực phẩm thiết yếu tăng cao. Bên cạnh đó, phong tỏa kéo dài khiến việc tiêu thụ nông sản của địa phương bị tắc nghẽn, ứ ứ, xuất khẩu nông sản ra nước ngoài đình trệ. WinCommerce đã kết hợp cùng cơ quan chức năng của Bình Dương tạo ra các gói an sinh xã hội, nhằm chia sẻ khó khăn cùng người dân cũng như HTX, nông dân sản xuất. Kết quả, đã có hơn 700.000 gói an sinh được triển khai và trao tặng người dân tại Bình Dương. Việc này cũng góp phần thúc đẩy thu mua và tiêu thụ các mặt hàng nông sản của địa phương.

Trong những giai đoạn dịch bệnh COVID-19 bùng phát trên phạm vi cả nước, WinCommerce đã chủ động liên hệ với chính quyền thành phố để lên danh sách các mặt hàng thu mua, hỗ trợ bà con. Dù gặp nhiều khó khăn do giãn cách, tuy nhiên với sứ mệnh phụng sự người tiêu dùng Việt, WinCommerce vẫn chủ trương giúp đỡ nhiều nhất có thể để việc tiêu thụ nông sản - đặc sản diễn ra thuận lợi.

Việc thu mua nhanh chóng nhưng vẫn đảm bảo các tiêu chí, yêu cầu về sản lượng, chất lượng cũng như giá thành hợp lý cho bà con nông dân. Chất lượng sản phẩm được thông qua quy trình kiểm nghiệm và quy chuẩn nhập hàng nghiêm ngặt của WinCommerrce.

NÂNG CAO ĐỜI SỐNG CỘNG ĐỒNG

Tại Masan, chúng tôi tập trung vào các cơ hội phát triển con người, thúc đẩy những thay đổi tích cực trong xã hội và chia sẻ với tất cả các đối tác về giá trị của phát triển và tăng trưởng bền vững. Với mục đích đó, chúng tôi đã không ngừng đóng góp vào các hoạt động phát triển cộng đồng, kinh tế, giáo dục, xây dựng nhà cửa và cơ sở hạ tầng, đào tạo và tư vấn cho cộng đồng.

Năm 2021, MML Farm Nghệ An (xã Hạ Sơn, huyện Quỳnh Hợp) đã dành ngân sách hơn 1,4 tỷ đồng cho các hoạt động an sinh xã hội. Trong đó, có ủng hộ kinh phí xây dựng khuôn viên trạm y tế, xây dựng nhà tình nghĩa, trao học bổng cho học sinh và nhiều hoạt động phát triển cộng đồng khác.

Masan tin rằng phát triển các dự án và cơ sở hạ tầng sẽ hỗ trợ những người kém may mắn trong trong dài hạn. Vì lẽ đó, chúng tôi đầu tư vào nâng cấp các công trình dân sinh, thực hiện các chương trình quỹ vốn vay kinh tế và đào tạo nghề nhằm góp phần nâng cao đời sống và an sinh xã hội cho người dân tại các địa phương trong cả nước.

Tháng 3/2021, phối hợp với UBND thị xã Kiến Tường (tỉnh Long An) và Tạp chí Nông thôn Việt, Tập đoàn Masan đã tài trợ 5 tỷ đồng xây 6 công trình cầu giao thông



nông thôn gồm cầu Kênh 61, cầu Kênh Nhánh Rẽ Cái Cát, cầu Kênh Cái Cát, cầu Kênh Rạch Cái Sậy, cầu Kênh Ốp, cầu Kênh Ngọn Cày.

Tại Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (MHT), hỗ trợ phát triển cộng đồng và thực hiện trách nhiệm xã hội là một trong những mục tiêu phát triển bền vững của MHT và được hiện thực hóa bằng kế hoạch ngân sách hàng năm và các dự án hỗ trợ cộng đồng cụ thể. Trung bình mỗi năm, MHT đầu tư khoảng 4,5 – 5

tỷ đồng cho các hoạt động an sinh xã hội và hỗ trợ phát triển cộng đồng như: xây dựng cơ sở hạ tầng xã hội cho cộng đồng; hoạt động khuyến nông và sinh kế bền vững cho người dân; sức khỏe cộng đồng, nước sạch và vệ sinh môi trường; tín dụng vi mô, nâng cao năng lực và các chương trình tài trợ, nhân đạo, từ thiện... trên địa bàn các xã ảnh hưởng bởi dự án nói riêng và tỉnh, huyện nói chung.

Với tôn chỉ phát triển phải gắn kết và chia sẻ lợi ích với cộng đồng địa phương, từ

năm 2006 đến nay, MHT đã đồng hành với các địa phương, đặc biệt với những người dân trong vùng ảnh hưởng của dự án nhằm phát triển cây chè, xây dựng vùng chè an toàn, góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy sản xuất thực phẩm sạch, an toàn, để nâng cao chất lượng, khả năng cạnh tranh của sản phẩm chè Thái nói chung và chè Đại Từ nói riêng. Tính đến hết năm 2021, MHT đã hỗ trợ thành lập 16 tổ hợp tác gần 496 hộ dân với diện tích gần 110,3ha sản xuất chè an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP thuộc các xã ảnh hưởng bởi dự án (Hà Thượng, Tân Linh, Phục Linh và thị trấn Hùng Sơn...). Mặc dù thực hành nông nghiệp theo hướng an toàn VietGAP vẫn tiếp tục nhận được nhiều nguồn lực của chính quyền và các ngành chức năng nhưng các sản phẩm nông nghiệp VietGAP đã trở nên kém ưu thế cạnh tranh vì khách hàng đang ngày càng khắt khe hơn về thực phẩm sạch. Do vậy, thay vì tiếp tục đầu tư hỗ trợ địa phương mở rộng diện tích chè VietGAP, MHT đã nỗ lực kết nối các đơn vị nhà nước, tư nhân, nông dân và các nhà khoa học để đạt được một cam kết chung về việc thực hiện mô hình chuyển đổi chè hữu cơ tại xã Tân Linh và xã Phục Linh trên tổng diện tích 13ha của 40 hộ dân. Trong năm 2021, Trung tâm Chứng nhận Phù hợp (QUACERT) đã kiểm tra đánh giá và cấp chứng nhận chuyển đổi cho diện tích 3,64ha đủ điều kiện chuyển đổi hữu cơ theo tiêu chuẩn TCVN 11041-1:2017; TCVN 11041-2:2017; TCVN 11041-6:2018. Diện tích còn lại tiếp tục canh tác

và đánh giá trong năm 2022. Đồng thời MHT hỗ trợ mô hình tưới phun chè công nghệ cao 4.0 với kinh phí hỗ trợ gần 50 triệu đồng.

Bên cạnh chương trình sản xuất chè an toàn, chè hữu cơ thì hoạt động phục hồi kinh tế của MHT còn tập trung vào các hoạt động như sản xuất rau an toàn, chăn nuôi gia súc, gia cầm phát triển kinh tế hộ gia đình.

Quản trị doanh nghiệp

Tập đoàn Masan cam kết áp dụng các hệ thống quản lý tốt nhất, các quy trình, chính sách và minh bạch thông tin ở mức cao nhất thông qua các cơ chế giám sát theo luật pháp Việt Nam như Hội đồng Quản trị và Ủy ban Kiểm toán, ngoài sự giám sát của các nhà đầu tư lớn ở nước ngoài.

- **Hội đồng Quản trị** và **Ủy ban Kiểm toán**: tham khảo mục “Quản trị Doanh nghiệp” phần Thông tin chung về Công ty.
- **Hội đồng Chiến lược và Phát triển**: Đứng đầu là Tổng Giám đốc Tập đoàn, cơ cấu thành viên bao gồm Tổng Giám đốc và quản lý cấp cao từ các công ty con, Giám đốc Tài chính của Tập đoàn, Giám đốc Phát triển và Chiến lược, và Giám đốc Nhân sự của Tập đoàn. Hội đồng này xây dựng và phê duyệt các chiến lược phát triển tổng thể trung và

dài hạn, các dự án chiến lược và các kế hoạch kinh doanh quan trọng của các công ty con và của cả Tập đoàn; đánh giá, kiểm tra và đề xuất các điều chỉnh cần thiết trong việc thực hiện kế hoạch kinh doanh hàng năm của các công ty thành viên; và vận hành các nền tảng hoạt động chung của Tập đoàn để bảo đảm các nguồn lực chung được sử dụng hiệu quả nhất.



Giải thưởng trong năm 2021

Cam kết phát triển bền vững của chúng tôi được công nhận bởi các tổ chức cả trong và ngoài nước:

MASAN GROUP

- Doanh nghiệp Xuất sắc & Bền vững Châu Á, hạng mục Sáng kiến vì cộng đồng
- Top 50 công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam do Forbes Vietnam bình chọn
- Top 50 công ty Kinh doanh Hiệu quả nhất Việt Nam do tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư bình chọn
- Top 10 Doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam theo xếp hạng của Vietnam Report
- Top 10 Thương hiệu mạnh Việt Nam do tạp chí VnEconomy bình chọn
- Vị trí thứ 17 trong Top 100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam theo khảo sát của Anphabe

MASAN CONSUMER

- Công ty thực phẩm uy tín nhất Việt Nam năm 2021 theo kết quả của Vietnam Report. Đây là lần thứ 4 liên tiếp Masan Consumer được vinh danh tại Bảng đánh giá này.
- Masan Consumer được công nhận Thương Hiệu Vàng Thành phố Hồ Chí Minh 2021-2022 của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh

WINCOMMERCE

- Top 10 nhà bán lẻ uy tín nhất Việt Nam (năm 2017, 2018, 2019, 2020, 2021) theo xếp hạng của Vietnam Report

MASAN MEATLIFE

- MEATDeli – sản phẩm thịt mát của Masan MEATLife ba năm liền (2019, 2020 và 2021) được tạp chí VnEconomy vinh danh trong Top 10 “Thương hiệu và sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam” kể từ khi chính thức có mặt trên thị trường từ tháng 12/2018.

MASAN HIGH-TECH MATERIALS

- Top 100 Doanh nghiệp Bền vững Việt Nam do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) trao tặng.
- Top 50 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam và Top 50 doanh nghiệp Việt Nam xuất sắc do Vietnam Report bình chọn
- Top 100 thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2021 theo bình chọn của Tạp chí Kinh tế Việt Nam
- Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo đạt danh hiệu Doanh nghiệp vì người lao động giai đoạn 2019 – 2021 do Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam trao tặng

VINACAFÉ BIÊN HÒA

- Vinacafé Biên Hòa được công nhận là Thương hiệu quốc gia 2020-2022. Đây là lần thứ 7 liên tiếp (từ năm 2008 đến năm 2022) chương trình cao quý này vinh danh Vinacafé Biên Hòa. Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt giao Bộ Công Thương là cơ quan thường trực, chủ trì phối hợp với các bộ, ngành triển khai thực hiện.
- Top 10 Công ty uy tín ngành thực phẩm đồ uống theo báo cáo của Vietnam Report năm 2021.

TECHCOMBANK

- Ngân hàng có sản phẩm đầu tư tốt nhất năm 2021 và Ngân hàng cung cấp giải pháp vay mua nhà tốt nhất năm 2021 - The Asian Banker
- Nơi làm việc tốt nhất 2021 - Ngành ngân hàng - Stevie Awards
- Ngân hàng tốt nhất Việt Nam - Euro Money
- Ngân hàng tốt nhất Việt Nam - Finance Asia

Hướng về mục tiêu phát triển bền vững

Tại Masan, phát triển bền vững nghĩa là sự dung hòa giữa các bên liên quan và môi trường. Chọn con đường phát triển theo triết lý “Doing well by doing good”, Masan tự hào là doanh nghiệp dẫn đầu trên nền tảng kinh doanh bền vững, tạo những kỳ tích mang dấu ấn của chính mình xuyên suốt lịch sử hình thành.

Đối với chúng tôi, thành công không dừng lại ở những con số biết nói mà niềm hạnh phúc lớn nhất là nhìn thấy và cảm nhận

những đổi thay tích cực trong đời sống hằng ngày. Phát triển bền vững là một phần tự nhiên của khát khao cải thiện đời sống của gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.

Hành trình của Masan cũng chính là hành trình của người tiêu dùng, đồng nghĩa với việc vững bước cùng con người và cộng đồng, và vững bước cùng sự phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam.



Báo cáo của Ban Điều Hành



Tổng quan kinh tế vĩ mô

Năm 2021 là một trong những thời điểm khó khăn nhất đối với nền kinh tế Việt Nam. Mặc dù những thành công trong kiểm soát đại dịch COVID-19 vào năm 2020 của Việt Nam được công nhận trên toàn cầu nhưng làn sóng thứ tư do biến thể Delta gây ra vào năm 2021 đã gia tăng đáng kể số ca nhiễm tại Việt Nam, dẫn đến việc phong toả và giãn cách xã hội nghiêm ngặt. GDP của Việt Nam đã giảm 6,0% trong quý 3/2021 trong bối cảnh các chính sách phong tỏa được thực hiện gắt gao trong ba tháng từ tháng 7 đến tháng 9/2021. Tuy nhiên, theo số liệu của Tổng cục Thống kê, hoạt động kinh tế đã phục hồi mạnh mẽ trong quý 4/2021, với mức tăng trưởng GDP đạt 5,2%, nâng mức tăng trưởng GDP năm 2021 lên 2,58%. Nền kinh tế Việt Nam phục hồi nhờ các biện pháp đảm bảo an toàn, kiểm soát hiệu quả đại dịch, sự ủng hộ của người dân, tốc độ tiêm vaccine nhanh chóng và các giải pháp hỗ trợ từ Chính phủ.

Mặc dù tỷ lệ lây nhiễm vẫn gia tăng hàng ngày, trong tháng 1 và tháng 2/2022, Việt Nam đã cố gắng không tái áp đặt các biện pháp cách ly nghiêm ngặt khi Chính phủ chuyển sang chủ trương “sống chung với đại dịch”. Điều này có được là nhờ tỷ lệ bao phủ vaccine cao trong cả nước, từ chỗ chỉ có chưa đến 3% được tiêm vaccine đầy đủ vào tháng 7/2021 lên đến hơn 75% dân số được tiêm đủ số liều vào tháng 2/2022. Dù Omicron và các biến thể tiếp theo có thể đặt ra những thách thức mới, nền

kinh tế Việt Nam sẽ có khả năng phục hồi và khởi sắc mạnh mẽ hơn sau đại dịch. Các nhà đầu tư nước ngoài vẫn giữ triển vọng lạc quan nhờ Việt Nam từng bước nới lỏng các biện pháp hạn chế và mở cửa biên giới trở lại. Theo ước tính của Ngân hàng Thế giới, GDP dự kiến tăng khoảng 5,5% trong năm 2022.

Ở lĩnh vực bán lẻ có nhiều điểm tương đồng với lĩnh vực hoạt động của Masan, doanh số bán lẻ trong nước năm 2021 được cải thiện vào cuối năm nhưng vẫn còn ở mức thấp. Quy định giãn cách xã hội vào quý 3/2021 dẫn đến lực lượng lao động và thu nhập hộ gia đình giảm, tỷ lệ thất nghiệp gia tăng trong khi khách du lịch nước ngoài vào Việt Nam vẫn bị hạn chế, kéo theo tiêu dùng trong nước và doanh số bán lẻ giảm. Tuy nhiên, theo Tổng cục Thống kê, nỗ lực hoàn thành các mục tiêu của cơ quan chức năng đã giúp doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trong quý 4/2021 tăng 28,1% so với quý 3 dù vẫn giảm 2,8% so với cùng kỳ năm trước. Theo đó, tổng doanh số bán lẻ năm 2021 giảm 3,8% so với cùng kỳ (so với mức tăng 1,7% cùng kỳ năm 2020) và giảm 6,2% theo giá trị thực tế (so với (3,0)% cùng kỳ năm 2020). Doanh số bán lẻ dự kiến sẽ tăng mạnh vào năm 2022 nhờ đã phục hồi kinh tế mạnh mẽ, nhiều cơ hội việc làm và các chính sách hỗ trợ của Chính phủ, bao gồm các gói kích thích tài khóa và môi trường lãi suất thấp. Ngoài ra, ngành khách sạn và du lịch dự kiến cũng

sẽ khởi sắc trong năm 2022 khi Việt Nam dần mở cửa trở lại đón du khách quốc tế.

Thương mại quốc tế, động lực chính khác của hoạt động kinh tế Việt Nam, chịu nhiều ảnh hưởng bất lợi trong năm 2021 do thiếu hụt nguyên liệu đầu vào dẫn đến chuỗi cung ứng bị gián đoạn, thời gian vận chuyển dài hơn và các vấn đề logistic phát sinh. Tuy nhiên, tỷ lệ tiêm chủng cao và nền kinh tế thế giới dần mở cửa trở lại đã giúp phục hồi hoạt động sản xuất và thúc đẩy thương mại trong quý 4/2021. Quý 4/2021, xuất khẩu của Việt Nam tăng 19,4% so với cùng kỳ năm trước từ mức 3% của quý 3, giúp thặng dư thương mại quý đạt 6,5 tỷ USD (so với mức thâm hụt thương mại 2,0 tỷ USD trong 9 tháng đầu năm 2021). Theo ước tính của Tổng cục Thống kê, trong cả năm 2021, xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam tăng lần lượt là 19,0% và 26,5% so với năm 2020, đạt mức 336 tỷ USD và 332 tỷ USD, mang về thặng dư thương mại 4,0 tỷ USD cho năm 2021. Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, tiếp đó là Trung Quốc và Liên minh châu Âu. Trong khi đó, ba nguồn nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam là Trung Quốc, Hàn Quốc và các nước ASEAN.

Năm 2021, Việt Nam tiếp tục thu hút đầu tư nước ngoài dù vẫn áp dụng biện pháp hạn chế đi lại quốc tế. Dòng vốn FDI mạnh từ xuất khẩu (xuất siêu 4,0 tỷ USD), giải ngân vốn FDI (19,7 tỷ USD) và kiều hối

(18,1 tỷ USD, theo số liệu của Ngân hàng Thế giới) đã giúp Việt Nam Đồng (“VND”) tăng giá so với USD, mặc dù đồng USD vẫn mạnh lên so với các đồng tiền chủ yếu khác. Tính đến cuối năm 2021, tỷ giá USD/VND được niêm yết ở mức 22.826 trên thị trường liên ngân hàng, trong đó VND đã tăng giá 1,2% so với USD trong năm 2021.

Nhìn chung, COVID-19 không ảnh hưởng nhiều đến các lợi thế sẵn có của Việt Nam như chi phí lao động thấp, tầng lớp trung lưu đang gia tăng, vị trí địa lý thuận lợi cũng như việc tham gia ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA). Việt Nam đã tận dụng việc tham gia các FTA để tăng khả năng phục hồi kinh tế và an ninh tài chính. Nhờ đó, Việt Nam có thể đảm bảo nền kinh tế sẽ tiếp tục phát triển theo hướng chuyển từ xuất khẩu các sản phẩm có hàm lượng công nghệ thấp sang các mặt hàng công nghệ cao phức tạp hơn như điện tử, máy móc, ô tô và thiết bị y tế. Đánh giá một năm thực hiện hiệp định thương mại tự do EU-Việt Nam (“EVFTA”) vào năm ngoái là một ví dụ minh chứng cho điều này bên cạnh Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (“RCEP”) chính thức có hiệu lực vào ngày 1/1/2022. RCEP sẽ giúp giảm thuế quan, thiết lập các quy tắc thương mại và liên kết chuỗi cung ứng, đặc biệt là khi các chính phủ phải đối mặt với ảnh hưởng của COVID-19. Ngân hàng Thế giới dự báo rằng các quốc gia thành viên RCEP sẽ tăng trưởng GDP thêm 1,5% và hiệp định quan hệ đối tác

này có thể mang lại thêm gần 200 tỷ USD hàng năm cho nền kinh tế toàn cầu vào năm 2030.

Lạm phát được đo bằng Chỉ số giá tiêu dùng trung bình (“CPI”) vẫn ở mức thấp nhất trong sáu năm qua mặc dù giá dầu và các mặt hàng khác tăng mạnh. Theo Tổng cục Thống kê, tính đến tháng 12/2021, CPI tăng 1,81% so với cùng kỳ năm ngoái, thấp hơn nhiều so với ngưỡng mục tiêu 4% của Chính phủ và là mức thấp nhất kể từ năm 2016. Năm 2021, lạm phát tăng chủ yếu do giá dầu thế giới tăng mạnh. Mức này đã được bù đắp một phần nhờ việc giảm giá lương thực, thực phẩm và các dịch vụ thuộc phạm vi quản lý của Chính phủ. Ngoài ra, việc giảm giá dịch vụ viễn thông, điện, nước và học phí nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp/hộ gia đình/cá nhân bị ảnh hưởng bởi COVID-19 đã giúp hạn chế mức tăng do các yếu tố khác gây ra. Trong khi lạm phát ở các khu vực khác của ASEAN (ví dụ như Thái Lan và Singapore) gia tăng đáng kể, thì trong năm 2022, lạm phát của Việt Nam không phải là mối lo ngại lớn và dự kiến sẽ duy trì ở mức thấp hơn 4% theo mục tiêu Ngân hàng Nhà nước (“NHNN”) đề ra.

Đối với thị trường chứng khoán, các sở giao dịch đều đạt được mức tăng đáng kể trong năm 2021. Chỉ số VN-Index, đại diện cho tất cả các cổ phiếu giao dịch trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (“HSX”), tăng 36%, Sở Giao dịch

Chứng khoán Hà Nội (“HNX”) tăng 133% và Thị trường Công ty Đại chúng chưa niêm yết (“UPCoM”) tăng 51%, nhờ có sự quan tâm mạnh mẽ từ các nhà đầu tư trong nước. Giá trị giao dịch trung bình hàng ngày trên các sở giao dịch chứng khoán cộng lại đã tăng từ 319 triệu USD vào năm 2020 lên 1,15 tỷ USD vào năm 2021, trong khi tổng số tài khoản chứng khoán tăng gần 50% lên đến 4,1 triệu tài khoản. Tổng cục Thống kê cho biết, nhờ giá cổ phiếu tăng mạnh trong năm 2021, mức vốn hóa thị trường của Việt Nam vào cuối năm 2021 tăng 46% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 344 tỷ USD, chiếm 94% GDP danh nghĩa năm 2021.

Mặc dù Việt Nam đã phải hứng chịu nhiều thiệt hại trong 2 năm qua do đại dịch COVID-19, nền kinh tế vẫn có triển vọng tăng trưởng kỷ lục vào năm 2022 và vẫn là lựa chọn hàng đầu cho các nhà đầu tư từ ASEAN và thế giới. Với các chính sách hỗ trợ nhà đầu tư cộng với nền kinh tế và chính trị tương đối ổn định, chi phí phải chăng và triển vọng nhu cầu tiêu dùng, Việt Nam có khả năng sẽ tiếp tục được hưởng lợi từ quá trình tái cơ cấu chuỗi cung ứng ở châu Á bên cạnh việc thu hút các nhà đầu tư từ những khu vực và lĩnh vực mới.

Về phía Tập đoàn Masan (“MSN” hay “Masan”), chúng tôi tin rằng Tập đoàn đã vượt qua những thách thức của đại dịch COVID-19 để có được những kết



quả khả quan trong năm 2021 trên tất cả các mảng kinh doanh tập trung vào nội địa. The CrownX (“TCX”), nền tảng tiêu dùng – bán lẻ tích hợp của Masan, hợp nhất WinCommerce (“WCM”) và Masan Consumer Holdings (“MCH”), đã có mức tăng trưởng lợi nhuận mạnh mẽ, mặc dù COVID-19 tác động tiêu cực đến việc mở rộng cửa hàng, ra mắt sản phẩm mới và hoạt động của chuỗi cung ứng/sản xuất. WinCommerce (trước đây là VinCommerce) lần đầu tiên đạt được lợi nhuận EBITDA dương trong cả năm và mở rộng mạng lưới cửa hàng nhờ đáp ứng xu hướng mua sắm trên kênh thương mại hiện đại ngày càng tăng. Masan Consumer Holdings đã có năm thứ hai liên tiếp tăng trưởng doanh thu 20%, lợi nhuận tăng trưởng ở mức cao do người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng các sản phẩm sử dụng tại nhà mang thương hiệu của Masan. Masan MEATLife (“MML”) đã hoàn tất việc chuyển đổi thành công ty thịt có thương hiệu khi chuyển giao mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi và đạt mức tăng trưởng mạnh mẽ ở mảng kinh doanh thịt có thương hiệu. Masan High-Tech Materials (“MHT”) đạt lợi nhuận dương cho cả năm 2021 nhờ giá hàng hóa cao hơn và việc hợp nhất với H. C. Starck (“HCS”) để trở thành công ty chế biến vật liệu công nghiệp công nghệ cao cận sâu. Cuối cùng, Techcombank (“TCB”), công ty liên kết của chúng tôi, đã có một năm tăng trưởng lợi

nhuận ấn tượng nhờ biên lãi ròng cao và chất lượng tài sản ổn định.

Quan trọng hơn, chúng tôi tiếp tục hiện thực hóa chiến lược Point of Life (“POL”) bằng cách xây dựng và thí điểm mô hình mini mall nhằm phục vụ đa dạng các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (bao gồm nhu yếu phẩm, dược phẩm, sản phẩm tài chính, dịch vụ giải trí và viễn thông, chiếm 60-80% chi tiêu tiêu dùng của người Việt) trên một hệ sinh thái tích hợp từ offline đến online. Để tăng tốc chiến lược POL, chúng tôi đã mua thêm 31% cổ phần của Phúc Long Heritage (top 3 thương hiệu bán lẻ cà phê và trà hàng đầu Việt Nam), nâng tỷ lệ sở hữu lên 51% vào tháng 1/2022. Trở thành công ty thành viên của Masan, Phúc Long Heritage đã thể hiện sức mạnh cộng hưởng mạnh mẽ với chiến lược POL. Cuối cùng, để xây dựng các dịch vụ khách hàng thân thiết tích hợp cho người tiêu dùng và tạo tiền đề mở rộng sang các sản phẩm và dịch vụ số trong thời gian tới, chúng tôi đã mua cổ phần kiểm soát Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast”), một công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động vào quý 3/2021. Mobicast sở hữu thương hiệu Reddi, là mảnh ghép chính để Masan xây dựng chương trình khách hàng thân thiết nhờ vào chính sách thu hút khách hàng mới dựa trên hợp tác thương hiệu. Chương trình sẽ giúp khách hàng thân thiết tận

hưởng các gói dữ liệu cơ bản miễn phí nhờ ưu đãi hoàn tiền khi mua sắm trên toàn hệ sinh thái của Masan.

Trong thời gian tới, chúng tôi tin rằng Masan sẽ tiếp tục phát huy đà tăng trưởng đã có trong năm 2021. Các hoạt động kinh doanh tập trung vào thị trường nội địa, bao gồm ngành hàng tiêu dùng có thương hiệu, bán lẻ hiện đại, chuỗi giá trị thịt, dịch vụ viễn thông và tài chính, đều được kỳ vọng sẽ được hưởng lợi từ nền kinh tế tăng trưởng không ngừng của Việt Nam và niềm tin của người tiêu dùng. Trong năm 2021, chúng tôi đã hoàn thiện mô hình mini mall và sẵn sàng nhân rộng mô hình trên toàn quốc. Mục tiêu tiếp theo là chuyển đổi The CrownX trở thành nền tảng tiêu dùng - công nghệ hàng đầu. Trong năm 2022, Masan sẽ số hóa nền tảng từ sản xuất, hậu cần cho đến phân phối để phục vụ 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Bước đi này không chỉ giúp tối ưu chi phí hoạt động mà còn vận dụng hiệu quả công nghệ AI (trí tuệ nhân tạo) và machine learning (máy học) để nâng cao hiểu biết về khách hàng nhằm phục vụ các sản phẩm dịch vụ tốt nhất. Chúng tôi hướng đến xây dựng một nền tảng công nghệ tiêu dùng thúc đẩy tăng trưởng, đồng thời mang đến lợi ích hơn nữa cho người tiêu dùng, cổ đông và đối tác.

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

Tóm tắt

Năm 2021, doanh thu thuần hợp nhất của Masan Group đạt 88.629 tỷ đồng, tăng trưởng 14,8% so với năm trước và thấp hơn so với mục tiêu đề ra trong Đại hội đồng cổ đông thường niên (“ĐHĐCĐTN”) năm 2021 là 92.000-102.000 tỷ đồng. Nguyên nhân có thể kể đến việc chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi của MML từ ngày 1/12/2021, tác động của đại dịch COVID-19 ảnh hưởng đến tiến độ mở rộng cửa hàng, ra mắt các sản phẩm mới, và chuỗi cung ứng/sản xuất bị gián đoạn. Trên cơ sở so sánh tương đương, nếu không tính mảng thức ăn chăn nuôi trong năm tài chính 2021, doanh thu thuần đạt 74.200 tỷ đồng, hoàn thành 98% kế hoạch HĐQTN. Tăng trưởng doanh thu của MSN trong năm tài chính 2021 là nhờ các mức tăng trưởng doanh thu lần lượt là 20% tại MCH, 17,2% tại MML, 82,7% tại MHT, trong khi doanh thu WCM gần như không đổi so với năm ngoài.

Năm 2021, EBITDA hợp nhất của MSN tăng 58,1%, đạt 16.361 tỷ đồng so với 10.346 tỷ đồng vào năm 2020, cao hơn nhiều so với mức tăng trưởng doanh thu thuần. Biên EBITDA hợp nhất năm 2021 đạt 18,5% so với 13,4% năm 2020, tăng 510 điểm cơ bản. EBITDA của TCX tăng 72,9% do EBITDA của WCM tăng 2.334 tỷ đồng, đạt 1.100 tỷ đồng trong năm tài chính 2021 do biên lợi nhuận hoạt động cải thiện và đóng cửa các điểm bán không đạt mục

tiêu lợi nhuận, so với mức lỗ EBITDA 1.234 tỷ đồng trong năm tài chính 2020. Tăng trưởng EBITDA hợp nhất còn nhờ vào MCH đạt tăng trưởng EBITDA 19,1%, tăng trưởng doanh thu 20% và biên EBITDA gần như không đổi. MHT đạt mức tăng trưởng EBITDA 114,2% do nhu cầu và giá cả các sản phẩm tăng cao cùng với việc tích hợp thành công HCS, giúp MHT chuyển đổi thành doanh nghiệp cung cấp vật liệu công nghiệp công nghệ cao cận sâu. Tuy nhiên, đóng góp EBITDA của MML đã giảm 2,9% do giá sản phẩm thấp hơn và chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi. Với thỏa thuận hợp tác chiến lược với De Heus, MML đã hoàn tất chuyển đổi thành doanh nghiệp cung cấp sản phẩm thịt có thương hiệu, khẳng định chiến lược đặt trọng tâm vào ngành thịt và sứ mệnh cung cấp các sản phẩm thịt ngon, an toàn với giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.

Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty (“NPAT Post-MI”) năm 2021 là 8.563 tỷ đồng, tăng trưởng 593,9% so với lợi nhuận năm 2020 là 1.234 tỷ đồng. Biên EBITDA của WCM liên tục được cải thiện, đạt mức 5,5% trong nửa cuối năm 2021 so với 1,3% trong nửa đầu năm 2021. Nhờ đó, WCM lần đầu tiên có lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho cổ đông dương trong nửa sau năm 2021. Lợi nhuận của MCH tăng do người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng các sản phẩm có thương hiệu, dẫn đến lợi nhuận tăng 42,3% so với cùng

kỳ năm ngoái. MHT đạt lợi nhuận ròng cả năm ở mảng kinh doanh cốt lõi dương do EBITDA tăng hơn gấp đôi trong năm tài chính 2021. Tăng trưởng NPAT Post-MI đã bị giảm đi một phần do chi phí tài chính cao hơn và lợi nhuận chia cho cổ đông thiếu số tăng lên do lợi ích kinh tế của Masan tại TCX vào năm 2021 thấp hơn so với năm 2020.

Trong điều kiện bình thường không bao gồm khấu hao do điều chỉnh giá trị hợp lý và lợi thế thương mại từ các hoạt động sáp nhập và các khoản thu nhập một lần, lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông từ hoạt động kinh doanh chính trong năm tài chính 2021 tăng 256,3% so với năm 2020, đạt 4.400 tỷ đồng. Năm 2021, MSN ghi nhận khoản lợi nhuận một lần đáng kể từ việc chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi của MML. Năm 2020, MSN ghi nhận khoản thu nhập một lần từ thương vụ mua lại HCS được cho là “giá rẻ”.

Về bảng cân đối kế toán hợp nhất của MSN, nợ vay tài chính gộp giảm 3.833 tỷ đồng từ mức 62.011 tỷ đồng vào 31/12/2020 xuống còn 58.178 tỷ đồng vào 31/12/2021. Tỷ lệ Nợ ròng/EBITDA (trong 12 tháng qua) đạt 2,2 lần vào cuối năm tài chính 2021, so với mức 5,2 lần vào cuối năm tài chính 2020 nhờ EBITDA tăng trưởng 58,1%. Số dư 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 hoạt động ngân quỹ) đạt 22,6 nghìn tỷ đồng tại thời điểm 31/12/2021. Masan đã đạt được mục tiêu giữ Tỷ lệ Nợ ròng/ EBITDA (trong 12 tháng) trong khoảng 2,5 - 3,0 lần sớm hơn dự kiến và đặt mục tiêu duy trì tỷ lệ này thông qua việc cải thiện lợi nhuận hợp nhất trên tất cả các mảng kinh doanh. Dòng tiền tự do (“FCF”) đạt 3.407 tỷ đồng, tăng 75%, trong khi chi phí tài sản cố định (“Capex”) là 2.805 tỷ đồng, giảm 24% so với năm ngoái.

Trong năm 2022, MSN kỳ vọng sẽ tăng trưởng doanh thu thuần và lợi nhuận trên tất cả các mảng kinh doanh. Động lực tăng trưởng đến từ các hoạt động đầu tư gần đây, điều kiện thị trường thuận lợi hơn và sức mạnh hiệp lực xây dựng nền tảng Tiêu dùng – Bán lẻ tích hợp và hiện thực hóa hệ sinh thái Point of Life. Năm 2022, MSN đặt mục tiêu doanh thu thuần hợp nhất từ 90.000-100.000 tỷ đồng và lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty (không bao gồm lãi/lỗ một lần) từ 5.000-7.000 tỷ đồng. Nội dung chi tiết sẽ được phân tích thêm trong các phần tiếp theo của Báo cáo Thường niên này.

Về triển vọng dài hạn, chúng tôi tin rằng những nỗ lực thực hiện trong năm 2021 đã tạo tiền đề cho giai đoạn chuyển đổi và tăng trưởng tiếp theo của Masan. Trong giai đoạn tới, chúng tôi sẽ tăng tốc chiến lược POL, nhân rộng mô hình cửa hàng

mini mall hiện đại tích hợp các thương hiệu và dịch vụ đột phá có chất lượng vượt trội để phục vụ các nhu cầu lớn, thiết yếu hằng ngày của người Việt xuyên suốt từ offline đến online. Bằng cách ứng dụng dữ liệu lớn (Big data) vào hệ sinh thái ngày càng mở rộng, chúng tôi sẽ mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm kỹ thuật số thể hệ mới, từ đó tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng của Masan trong thập kỷ tới.

The CrownX

Được thành lập vào năm 2020, The CrownX đã trở thành nền tảng Tiêu dùng - Bán lẻ hàng đầu và là một phần trong chiến lược “Point of Life” của Masan. Năm 2021, CrownX đã hoàn thành mục tiêu khi WCM đạt EBITDA cả năm 2021 dương và MCH đạt mức tăng trưởng doanh thu 20% năm thứ 2 liên tiếp, đồng thời nền tảng POL cũng được hoàn thiện và nhân rộng sang nhiều điểm bán của WCM. Kết quả là, doanh thu thuần của TCX đạt 58.040 tỷ đồng trong năm 2021, tăng 6,9% so với mức 54.277 tỷ đồng vào năm trước, trong khi biên EBITDA đạt 13,4%, so với 8,3% vào năm 2020. WCM – nền tảng bán lẻ hiện đại của The CrownX đạt doanh thu thuần 30.900 tỷ đồng vào năm 2021, giảm 0,3% so với năm ngoái, mặc dù số lượng điểm bán giảm do tối ưu hóa mạng lưới điểm bán năm 2020. Số lượng điểm bán vào đầu năm 2021 ít hơn 668 địa điểm so với đầu năm 2020. Lợi nhuận của WCM đã cải thiện rõ rệt - biên EBITDA tăng 760

điểm cơ bản, từ mức (4%) trong năm 2020 lên 3,6% vào năm 2021. MCH – nền tảng sản xuất hàng tiêu dùng có thương hiệu của The CrownX đạt 28.764 tỷ đồng doanh thu thuần, tăng 20,0% so với mức 23.971 tỷ đồng vào năm 2020, nhờ tăng trưởng trong ngành hàng thực phẩm cốt lõi, chiến lược cao cấp hóa danh mục sản phẩm, thành công từ các phát kiến mới và năng lực cộng hưởng tốt với WCM. EBITDA năm 2021 của MCH tăng 19,1%, trong khi biên EBITDA là 23,8%, gần như giữ nguyên so với năm ngoái.

Mô hình mini mall đã chứng minh thành công trong năm 2021, khi các cửa hàng WinMart+ (trước đây gọi là VinMart+) và siêu thị WinMart (trước đây gọi là VinMart) chuyển đổi thành các điểm bán thuộc nền tảng POL, nhờ đó cải thiện doanh thu và lợi nhuận. Dựa trên thành công ban đầu của mô hình kiosk Phúc Long giúp gia tăng lợi nhuận và lưu lượng khách đến các điểm bán của WCM, TCX đã tiến một bước xa hơn khi xây dựng mô hình mini mall, tích hợp WinMart+ (nhu yếu phẩm), kiosk Phúc Long (trà và cafe), nhà thuốc, Techcombank và Reddi (viễn thông) trên một điểm bán. 5 cửa hàng thí điểm CVLife hoạt động trong năm tài chính 2021 đã gia tăng lưu lượng khách hàng so với mô hình trước đây và giúp giảm 44% doanh thu cần thiết để đạt điểm hòa vốn mỗi ngày tại mỗi địa điểm.



Trong năm 2022, The CrownX kỳ vọng sẽ đạt mức tăng trưởng cả về doanh thu thuần và Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông trên cơ sở hợp nhất nhờ hiệu quả hoạt động tốt hơn tại WCM và MCH. Tăng tốc chiến lược POL dự kiến sẽ thúc đẩy The CrownX tăng trưởng mạnh mẽ hơn nữa không chỉ nhờ việc gia tăng khả năng thu hút khách hàng của WCM, qua đó đẩy mạnh doanh thu, mà còn giúp cải thiện lợi nhuận ở các điểm bán mới và sẵn có bằng cách phục vụ đa dạng các sản phẩm và dịch vụ trên cùng một điểm bán xuyên suốt từ kênh offline đến online.

WINCOMMERCE

Năm 2021, WCM ưu tiên cải thiện lợi nhuận và tinh chỉnh mô hình phục vụ cho việc mở rộng cửa hàng, trước khi bước sang giai đoạn mở rộng mạng lưới, nhằm xây dựng nền tảng bền vững để tăng trưởng lâu dài. Lợi nhuận được cải thiện nhờ mạnh dạn đóng cửa các điểm bán không đạt mục tiêu kinh doanh, cải thiện lợi nhuận thương mại (“TCM”) và giảm chi phí vận hành cửa hàng. Trong năm 2021, sau khi tối ưu hóa mô hình siêu thị mini, WCM đã mở thêm 387 cửa hàng mới, trong đó có 285 cửa hàng được mở trong quý 4/2021. Điều này củng cố niềm tin của Ban Điều hành vào khả năng mở rộng hơn nữa số lượng cửa hàng trong năm 2022 và sau đó.

Trong năm 2021, doanh thu thuần của WCM giảm 0,3% so với cùng kỳ năm trước, từ mức 30.978 tỷ đồng vào năm 2020 xuống còn 30.900 tỷ đồng. Mạng siêu thị mini WinMart+ đạt doanh thu thuần 20.948 tỷ đồng vào năm 2021, tăng 7,7% so với năm 2020. Tăng trưởng trong phân khúc WinMart+ là nhờ danh mục sản phẩm mới tập trung vào mặt hàng tươi sống, đổi mới mô hình cửa hàng hấp dẫn hơn và xu hướng người tiêu dùng chuyển từ kênh thương mại truyền thống sang hiện đại do quan ngại về vấn đề sức khỏe và an toàn. Doanh thu/m²/tháng trên cơ sở so sánh tương đương (“LFL”), từ các vị trí cửa hàng đã hoạt động hơn 24 tháng tăng 15% trong cả năm. Giá trị hóa đơn trung bình tăng 24,4% so với năm ngoái, mặc dù số lượng hóa đơn trung bình mỗi ngày đã giảm 8,2% do đại dịch COVID-19. Tính đến cuối năm 2021, có 2.619 siêu thị mini đang hoạt động so với mức 2.231 địa điểm vào cuối năm 2020, trong đó, 285 địa điểm được mở mới trong quý 4/2021 và do đó chưa thể đóng góp đáng kể vào doanh thu của phân khúc này trong năm 2021. Ban Điều hành đặt mục tiêu nhân rộng số lượng siêu thị mini hoạt động theo mô hình CVLife trong năm 2022 trên toàn quốc.

Mạng siêu thị WinMart đạt doanh thu thuần 9.924 tỷ đồng trong năm 2021, giảm 6,6% so với cùng kỳ năm ngoái. Tăng trưởng doanh thu mạng siêu thị thấp hơn so với siêu thị mini do trong thời kỳ dịch

bệnh, người tiêu dùng hạn chế đến những nơi đông đúc như trung tâm thương mại (chiếm 2/3 số địa điểm và đóng góp 2/3 doanh thu của WinMart) mà thay vào đó, họ có xu hướng chuyển sang các điểm bán tiện lợi hơn như siêu thị mini. Doanh thu/m²/tháng trên cơ sở so sánh tương đương giảm 10,6% trong năm 2021 chủ yếu do quy định giãn cách xã hội để phòng chống dịch COVID-19. Doanh thu/m²/tháng của các siêu thị bên trong trung tâm thương mại Vincom Retail (“VRE”) giảm 18%, tuy nhiên, doanh thu các siêu thị bên ngoài VRE lại tăng 4,1% YoY. Kết quả, biên EBITDA của các siêu thị WMT nằm bên ngoài trung tâm thương mại VRE là 6,6%, cao hơn 110 điểm so với các điểm bán bên trong VRE. Kích thước hóa đơn trung bình tăng 15,8% so với năm ngoái, mặc dù số lượng hóa đơn trung bình mỗi ngày giảm 24,4% trong cùng kỳ. Các điểm bán ở mạng siêu thị đang trên đà phát triển vào năm 2022, dựa trên hình thức mới, tập trung vào mặt hàng tươi sống và tích hợp mô hình CVLife ở các điểm bán mới và sẵn có.

Về khả năng sinh lời, WCM đạt lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho cổ đông dương trong nửa sau năm 2021. Đây cũng là lần đầu tiên công ty có lãi nửa năm, nhờ biên EBITDA dương trong cả 4 quý năm 2021. Biên EBITDA cả năm 2021 của WCM là 3,6%, cải thiện 760 điểm so với năm 2020. Biên EBITDA được cải thiện trong năm tài chính 2021, chủ yếu nhờ

cải thiện lợi nhuận thương mại (“TCM”, là lợi nhuận gộp cộng với các ưu đãi/hỗ trợ từ nhà cung cấp), khi các sáng kiến cải thiện hoạt động thu mua và đảm bảo các điều khoản có lợi hơn với nhà cung cấp bắt đầu mang lại kết quả. Cả năm 2021, TCM đạt 27,2%, tăng 310 điểm so với năm ngoái. Trong đó, quý 4/2021, TCM đạt mức cao nhất từ trước đến nay là 30,4%. Chi phí hoạt động tiếp tục giảm trong năm 2021 do tối ưu hóa các hoạt động khuyến mại, cải thiện chi phí hậu cần khi tỷ lệ hàng hóa đi qua các trung tâm phân phối của WCM cao hơn và phân loại SKU được tối ưu hóa tập trung vào các sản phẩm tươi sống. Đóng góp của ngành hàng tươi sống vào doanh thu tổng thể của WCM đã tăng lên 30,7% trong năm 2021, so với mức 28,1% vào năm ngoái, do các ngành hàng tăng trưởng nhanh nhất là thực phẩm ăn liền, hải sản và rau quả. Đóng góp của ngành hàng tươi sống giúp cải thiện biên lợi nhuận gộp, vì những sản phẩm này có biên lợi nhuận gộp tốt hơn so với các sản phẩm chế biến.

Về động lực tăng trưởng mới, hợp tác với Lazada và việc mở rộng các kênh online khác trong thời kỳ dịch bệnh COVID-19 đã giúp doanh số bán hàng online tăng trưởng đáng kể trong quý 3/2021. Dù vậy, số lượng đơn hàng hằng ngày giảm trong quý 4/2021 do việc nới lỏng giãn cách xã hội và mở cửa trở lại các kênh tạp hóa truyền thống. Ban Điều hành đặt mục tiêu phát triển kênh online trong năm 2022

vì đây là ưu tiên chiến lược quan trọng, thông qua việc xây dựng mô hình dark store cho mô hình siêu thị để cải thiện việc xử lý các đơn đặt hàng online, giảm thời gian hoàn thành đơn hàng và giảm thiểu lỗi vận hành. Mô hình này được kỳ vọng sẽ cải thiện hơn nữa lợi nhuận của phân khúc siêu thị, vì các đơn hàng online sẽ do đội ngũ nhân viên chuyên trách với danh mục SKU được tối ưu hóa dành riêng cho kênh online.

Ban Điều hành cũng đã thí điểm mô hình siêu thị mini nhượng quyền trong năm 2021, nhằm tăng thêm số lượng điểm bán thương mại hiện đại, gia tăng doanh thu và lợi nhuận cho WCM, đồng thời giảm thiểu vốn đầu tư ban đầu. 2 cửa hàng nhượng quyền được khai trương vào ngày 31/12/2021 đang trong giai đoạn thử nghiệm, nhằm giúp WCM xác định mô hình kinh doanh tối ưu và hiểu rõ hơn về cách hợp tác tốt nhất với đối tác nhượng quyền. Sáng kiến này được kỳ vọng sẽ giúp nhanh chóng mở rộng mạng lưới bán lẻ của WCM theo mô hình CVLife tại các vị trí đắc địa nhất trên toàn quốc, từ đó mở rộng hơn nữa độ phủ của WCM.

Trong năm 2022, WCM dự kiến sẽ hoàn thành các chỉ tiêu sau: tăng số lượng siêu thị mini, cải tiến mô hình siêu thị và mở cửa hàng mới, tiếp tục cải thiện TCM bằng cách làm việc với các nhà cung cấp và tăng đóng góp doanh thu sản phẩm tươi sống, tối ưu hóa hoạt động hậu cần và

tăng cường mức độ sẵn có của hàng hoá. Các động lực tăng trưởng mới như kênh online và mô hình nhượng quyền sẽ tiếp tục được đẩy mạnh để gia tăng sự ủng hộ của người tiêu dùng cho nền tảng tích hợp từ offline đến online. Việc nhân rộng hơn nữa mô hình CVLife tại các điểm bán WCM hiện tại và điểm bán mới được kỳ vọng sẽ thúc đẩy tăng trưởng doanh thu đồng thời duy trì lợi nhuận. Nếu thực hiện thành công của các ưu tiên này, WCM dự kiến sẽ đạt doanh thu thuần hợp nhất từ 38.000 - 40.000 tỷ đồng trong năm 2022, tăng trưởng từ 23 - 29% so với năm 2021.

MASAN CONSUMER HOLDINGS

Doanh thu thuần của MCH tăng trưởng 20,0% trong năm 2021, đạt 28.764 tỷ đồng so với 23.971 tỷ đồng vào năm 2020. Động lực tăng trưởng nhờ vào các phát kiến đổi mới, đầu tư vào thương hiệu mạnh, cũng như mức độ thâm nhập sâu rộng của kênh Thương mại Hiện đại (“MT”), có được nhờ sức mạnh cộng hưởng với WCM. Các sáng kiến mới đóng góp 2.686 tỷ đồng doanh thu cho năm tài chính 2021 (đóng góp 9,3% doanh thu), so với 1.767 tỷ đồng trong năm tài chính 2020 (đóng góp 7,4% doanh thu). Chiến lược đô thị hóa và phát triển kênh MT được tăng tốc với mức tăng trưởng 34,1% trong doanh số bán hàng kênh MT năm 2021, do đóng góp doanh số bán hàng MT tăng từ 10,1% trong năm 2020 lên 11,3% tổng doanh số bán hàng vào năm 2021. Doanh số bán các sản

phẩm MCH qua mạng lưới WCM tăng 80% trong năm 2021 so với năm 2020 cho thấy rõ nét sức mạnh hiệp lực của MCH với phân khúc bán lẻ hiện đại.

Xét về danh mục sản phẩm, ngành hàng gia vị đóng góp cao nhất vào doanh thu chung, mang lại doanh thu 9,7 nghìn tỷ đồng trong năm 2021, tăng 19% so với cùng kỳ năm ngoái. Chiến lược cao cấp hóa danh mục sản phẩm tiếp tục là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng. Nước mắm cao cấp đóng góp 11,7% tổng doanh thu năm 2021. Trong năm 2021, doanh thu nước mắm, nước tương, tương ớt và hạt nêm tăng trưởng lần lượt 18%, 7%, 34% và 15% so với năm 2020. Ngành hàng thực phẩm tiện lợi tăng 27% vào năm 2021 và đạt doanh thu 8,8 nghìn tỷ đồng, do phân khúc cao cấp đóng góp 50% doanh thu trong khi sản phẩm thay thế bữa ăn tại nhà (“HMR”) đóng góp 11% doanh thu toàn ngành vào năm 2021. MCH tiếp tục là công ty dẫn dắt xu hướng thực phẩm thay thế bữa ăn tại nhà khi đẩy mạnh ra mắt các phát kiến mới với giá thành đa dạng nhằm mở rộng danh mục sản phẩm và thúc đẩy xu hướng dùng bữa tại nhà, vốn đã được đẩy nhanh trong suốt thời gian đại dịch. Ngành hàng thịt chế biến mang lại mức tăng trưởng doanh thu 52% vào năm 2021, nhờ thương hiệu “Ponnie” tiếp tục dẫn đầu thị trường trong phân khúc xúc xích tiết trùng có hàm lượng dinh dưỡng cao và hương vị hấp dẫn. Bên cạnh đó, thương hiệu Heo Cao Bồi cũng trở

thành thương hiệu được trẻ em và thanh thiếu niên Việt Nam yêu thích trong năm 2021. Doanh thu ngành hàng đồ uống bị ảnh hưởng do hàng quán đóng cửa tại TP.HCM và các tỉnh phía Nam trong quý 3/2021, tuy nhiên, đến quý 4/2021 mức tăng trưởng đã phục hồi. Kết quả là, năm 2021, doanh thu ngành đồ uống (trừ cà phê và bia) tăng 3,7%, nước tăng lực tăng 0,4%, đồ uống dinh dưỡng tăng 55%, trong khi đồ uống dạng lỏng giảm 9% so với cùng kỳ năm ngoái. Ngành hàng Chăm sóc cá nhân & gia đình (HPC) đóng góp 1,5 nghìn tỷ đồng doanh thu thuần vào năm 2021, tăng 19% so với năm 2020, mặc dù đại dịch làm giảm nhu cầu đối với các sản phẩm HPC. Thương hiệu bột giặt tích hợp giặt và xả Joins ra mắt vào nửa cuối năm 2020 tiếp tục cho kết quả kinh doanh khả quan, đóng góp 13% doanh thu của ngành hàng trong năm 2021. Danh mục sản phẩm đang được mở rộng theo kế hoạch với việc ra mắt thương hiệu nước rửa bát “Homey” vào nửa cuối năm 2021 và nhiều sản phẩm khác trong năm 2022. Trong năm 2021, doanh thu ngành hàng cà phê tăng 10,2% sau khi tung ra các sản phẩm cà phê hòa tan để thu hút khách hàng mới, trong khi doanh số bia tăng 54% nhờ ra mắt thành công nhãn hiệu bia “Red Ruby” và tăng cường phân phối qua mạng lưới của WCM.

Về mặt lợi nhuận, biên lợi nhuận gộp là 41,4% vào năm 2021, gần như không đổi so với năm ngoái, mặc dù giá cả hàng hóa



cao hơn và tăng trưởng cao hơn ở các ngành hàng có biên lợi nhuận tương đối thấp như thực phẩm tiện lợi và thịt chế biến. Biên lợi nhuận gộp hợp nhất vẫn duy trì ổn định nhờ vào các sáng kiến cắt giảm chi phí và ổn định giá cả khi cần thiết để vượt qua áp lực lạm phát cũng như cải thiện biên lợi nhuận của từng ngành hàng. Biên EBITDA (thu nhập trước lãi vay, thuế và khấu hao) là 23,8% trong năm 2021, cũng giữ nguyên so với năm ngoái. MCH đã đóng góp 6.845 tỷ đồng EBITDA trong năm tài chính 2021, tăng trưởng 19,1% so với cùng kỳ năm trước.

Năm 2022, MCH sẽ tiếp tục xây dựng nhiều thương hiệu cao cấp hơn nữa để thúc đẩy tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận bền vững. Ngành hàng thực phẩm (gia vị, cà phê, thực phẩm tiện lợi và thịt chế biến) dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng thông qua việc tập trung vào chiến lược cao cấp hóa, đổi mới và mở rộng danh mục sản phẩm. Ngành hàng đồ uống (nước tăng lực, nước đóng chai và bia) dự kiến sẽ hồi phục mạnh mẽ từ năm 2022 trong giai đoạn sau dịch COVID-19, khi các thương hiệu chủ chốt tiếp tục chiếm lĩnh thị phần và MCH tăng cường đầu tư vào thương mại và tiếp thị. MCH cũng sẽ chú trọng xây dựng danh mục sản phẩm vượt trội cho ngành hàng Chăm sóc cá nhân và gia đình qua việc tập trung vào hoạt động Nghiên cứu & Phát triển, cũng như cải thiện mạng lưới phân phối trên toàn quốc. MCH đặt mục tiêu đạt doanh

thu thuần trong khoảng 34.000 - 40.000 tỷ đồng vào năm 2022, tăng trưởng từ 18% - 39% so với năm 2021. Đối với công ty con chính, không bao gồm mảng bia của MCH, chúng tôi kỳ vọng doanh thu thuần năm 2022 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”, một công ty đại chúng niêm yết trên UPCoM) đạt 32.500 - 38.000 tỷ đồng, tăng 17% đến 37% so với năm ngoái. Để biết thêm chi tiết, vui lòng tham khảo báo cáo thường niên của MSC và các tài liệu quan hệ nhà đầu tư khác có trên trang web của MSC.

Masan MEATLife

Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”), công ty thành viên của MSN chuyên về mảng thịt tích hợp có thương hiệu, đã hoàn tất việc chuyển đổi thành công ty kinh doanh thịt có thương hiệu vào năm 2021. Bước đi này nhất quán với tầm nhìn của Masan là trở thành một hệ sinh thái tích hợp nhiều sản phẩm đến dịch vụ phục vụ các nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Kể từ ngày 1/12/2021, MML đã chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi cho De Heus Việt Nam (công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan), đồng thời ký kết hợp tác chiến lược dài hạn. Qua đó, MML sẽ tập trung nguồn lực phát triển các sản phẩm thịt có thương hiệu, trong khi De Heus Việt Nam ưu tiên cung cấp các giải pháp dinh dưỡng, con giống và chăn nuôi. Hợp tác được kỳ vọng sẽ thúc đẩy gia tăng năng suất, chất lượng và tính

bền vững của mô hình chuỗi cung ứng tích hợp 3F (Feed-Farm-Food). Cụ thể, De Heus sẽ cung ứng lên đến 70% nhu cầu thức ăn chăn nuôi cho trang trại của MML và hàng triệu heo thịt cho các sản phẩm thịt mát và thịt mát chế biến của MML trong 5 năm tới. Quan hệ hợp tác chiến lược này sẽ đảm bảo nguồn heo đầu vào cho MML với giá cả ổn định, chất lượng cao và chuẩn hóa để phục vụ người tiêu dùng các sản phẩm thịt ngon, an toàn với giá cả hợp lý.

Màng thịt của MML đã tăng trưởng nhanh chóng trong 4 năm qua và đạt 4.487 tỷ đồng doanh thu thuần vào năm 2021, tăng 88,6% so với mức 2.379 tỷ đồng vào năm 2020. Doanh thu thuần hợp nhất của MML (bao gồm thức ăn chăn nuôi) năm 2021 đạt 18.891 tỷ đồng, tăng 17,2% so với 16.119 tỷ đồng năm 2020. Nếu loại trừ doanh thu từ thức ăn chăn nuôi tháng 12/2020 trên cơ sở so sánh tương đương, năm 2021 doanh thu thuần đã tăng 16,6% so với năm ngoái. Màng thịt heo tích hợp, hợp nhất chuỗi cung ứng thịt heo của MML (bao gồm các trang trại heo) và các sản phẩm thịt heo có thương hiệu, mang lại doanh thu thuần năm 2021 là 2.999 tỷ đồng, tăng 31,8% so với năm 2020. Các nhà máy chế biến thịt heo mát của MML hoạt động với 20% công suất tính đến tháng 12/2021, cho thấy tiềm năng tăng trưởng sản lượng gấp 5 lần trong thời gian tới. Dự kiến, trong năm 2022, mảng thịt heo sẽ có lãi khi đạt công suất 26%.

Màng thịt gà có thương hiệu (“3F VIỆT”), bao gồm chuỗi giá trị sản xuất gà hoàn chỉnh, đạt doanh thu 1.487 tỷ đồng vào năm 2021, so với mức đóng góp 943 tỷ đồng vào năm 2020. 3F VIỆT tích hợp vào hệ sinh thái của Masan Group đã phát huy sức mạnh cộng hưởng, giúp các thương hiệu thịt gà của MML gia tăng khả năng tiếp cận người tiêu dùng thông qua chuỗi bán lẻ WCM.

Năm 2021, biên lợi nhuận gộp của toàn bộ mảng kinh doanh MML (bao gồm cả thức ăn chăn nuôi) là 12,2%, thấp hơn so với mức 16,9% của năm 2020 do giá nguyên liệu đầu vào cao hơn làm giảm biên lợi nhuận mảng thức ăn chăn nuôi và tác động của việc hợp nhất 3F VIỆT. Màng thịt heo tích hợp đạt biên lợi nhuận gộp là 18,5% vào năm 2021, so với 17,5% vào năm 2020, nhờ mảng kinh doanh thịt tích hợp phát huy sức mạnh cộng hưởng, cùng với việc tăng quy mô và công suất chế biến thịt heo. Màng thịt gà tích hợp mang lại biên lợi nhuận gộp (2,4)% trong quý 4/2021, so với mức (17,4)% trong 9 tháng đầu năm 2021. Lợi nhuận dự kiến sẽ cải thiện hơn nữa trong năm 2022 nhờ vào tỉ trọng cao hơn của doanh số B2C và sức mạnh hiệp lực ngày càng gia tăng khi tích hợp sâu rộng hơn vào hệ sinh thái của Masan. Biên EBITDA của MML đạt 9,7% trong năm 2021 so với mức 11,7% vào năm 2020. Màng thịt heo tích hợp đạt biên EBITDA 13,4% vào năm 2021, so với mức 7,8% vào năm 2020.

Ban Điều hành đặt mục tiêu mở rộng quy mô ngành hàng thịt có thương hiệu của MML bằng cách tận dụng nền tảng phân phối O² của TCX và định vị “Tươi ngon Thương hạng” của WinCommerce để chiếm lĩnh thị phần. MML cũng đặt mục tiêu mở rộng danh mục sản phẩm bằng cách đầu tư vào hoạt động nghiên cứu và phát triển mảng thịt chế biến cho cả sản phẩm ở nhiệt độ thường và thịt mát, đáp ứng thị hiếu và sở thích của người tiêu dùng Việt Nam. Cuối cùng, việc tăng cường mô hình hợp tác với các nhà cung cấp chiến lược sẽ là chìa khóa để gia tăng lợi nhuận nhờ vào chuỗi cung ứng nguyên liệu đầu vào chất lượng cao với chi phí cạnh tranh. Trên đà phát triển của mảng thịt, mạng lưới phân phối đa dạng và danh mục sản phẩm ngày càng phong phú, MML kỳ vọng đạt doanh thu thuần hợp nhất trong khoảng 5.000 - 6.500 tỷ đồng vào năm 2022, tăng trưởng từ 11% đến 45% (không bao gồm mảng thức ăn chăn nuôi). Để biết thêm chi tiết, vui lòng tham khảo Báo cáo Thường niên chính thức của MML và các tài liệu quan hệ nhà đầu tư khác có trên website của MML.

Các doanh nghiệp mới

PHÚC LONG HERITAGE

Trong quý 2/2021, Masan thông qua công ty thành viên là Sherpa đã mua lại 20% cổ phần của Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”) và vào tháng 1/2022 đã mua

thêm 31% cổ phần, nâng tỷ lệ sở hữu lên 51%. Khi trở thành công ty con của MSN, Phúc Long Heritage đã thể hiện sức mạnh cộng hưởng với chiến lược POL. Bán lẻ thực phẩm và đồ uống (“F&B”) chiếm gần 10% chi tiêu của người tiêu dùng tại Việt Nam, gần 75% thị trường này không có thương hiệu và chưa có doanh nghiệp nào chiếm lĩnh thị trường trên toàn quốc. Với thương vụ này, MSN hướng đến phục vụ nhu cầu ăn uống tại hàng quán cà phê gia tăng và nâng cao trải nghiệm thưởng thức trà và cà phê, nhất là khi nhu cầu mua đồ ăn, thức uống của Phúc Long Heritage trên kênh trực tuyến đang rất phổ biến, hiện đóng góp từ 20-30% vào doanh thu của công ty này.

Sức mạnh hiệp lực đến từ việc kết hợp bán lẻ nhu yếu phẩm (WCM) với bán lẻ trà và cà phê được thể hiện rõ rệt trong năm 2021 khi ra mắt mô hình kiosk Phúc Long, một mô hình có chi phí đầu tư thấp. Các kiosk Phúc Long đi vào hoạt động vào năm 2021 đã giúp tăng doanh thu mỗi cửa hàng mỗi ngày, cải thiện lợi nhuận cho các điểm bán WCM và là nền tảng để tăng tốc chiến lược POL. Năm 2022, động lực tăng trưởng doanh thu của Phúc Long Heritage sẽ đến từ việc mở rộng mạng lưới cửa hàng riêng và kiosk tại WCM cũng như việc đa dạng hóa danh mục sản phẩm, trong đó có thể bao gồm các món ăn mới.



MOBICAST

Vào tháng 9/2021, Masan công bố tham gia thị trường dịch vụ viễn thông khi The Sherpa, một công ty thành viên của Masan đã đầu tư mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast” hoặc “Reddi”) với tổng giá trị tiền mặt là 297 tỷ đồng (bao gồm cả chi phí giao dịch), 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 tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông. Các nhà mạng di động như Reddi cung cấp dịch vụ di động nhưng không sở hữu hạ tầng mạng lưới viễn thông mà tận dụng hạ tầng đã có sẵn. Do đó, họ hợp tác với các Nhà khai thác mạng di động truyền thống (“MNO”) để sử dụng các dịch vụ truyền dẫn dựa trên phổ tần sóng điện từ cùng

với cơ sở hạ tầng mạng di động của MNO để cung cấp dịch vụ viễn thông cho người tiêu dùng. Đây là một mô hình hợp tác win – win: các MNO được hưởng lợi nhờ công suất sử dụng mạng gia tăng, trong khi đó các MVNO có mô hình kinh doanh tinh gọn nhờ tận dụng hạ tầng mạng truyền dẫn và thu phát sóng sẵn có. Masan hiện đang sở hữu các nền tảng tiêu dùng từ các công ty thành viên và liên kết như WinCommerce, Techcombank và Phúc Long. Để phục vụ gần 15 triệu người tiêu dùng am hiểu và thường xuyên sử dụng các dịch vụ số, Masan cần có giải pháp để tích hợp sản phẩm và dịch vụ số vào nền tảng tiêu dùng. 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. Bằng cách kết hợp với cơ sở dữ

liệu khách hàng của Reddi, Masan sẽ xây dựng nền tảng tích hợp xuyên suốt để mang đến giá trị vượt trội cho người tiêu dùng. “Point of Life” là hệ sinh thái tiêu dùng duy nhất phục vụ từ nhu yếu phẩm, dịch vụ tài chính đến dịch vụ số. Đây là những dịch vụ thiết yếu chiếm 80% chi tiêu tiêu dùng của người Việt. Về phía nhà mạng, Reddi sẽ được tiếp cận độc quyền đến tập khách hàng của Masan thông qua các điểm bán trực tiếp và trực tuyến trên toàn quốc. Đây là lợi thế giúp Reddi tiết giảm đáng kể chi phí thu hút khách hàng và cho phép công ty dùng khoản tiết kiệm này để tái đầu tư vào phát triển các giải pháp tiêu dùng số độc đáo và nền tảng trải nghiệm khách hàng cho người tiêu dùng Việt Nam.

Kể từ khi đầu tư mua cổ phần kiểm soát Mobicast, Masan đã triển khai thí điểm

các gói dữ liệu viễn thông mang thương hiệu “Reddi” tại một số điểm bán thuộc WCM và đặt mục tiêu thu hút 500.000 đến 1 triệu thuê bao trên toàn quốc trong năm 2022.

Các mảng kinh doanh khác

Các mảng kinh doanh khác của Masan cũng đạt được những cột mốc đáng chú ý trong năm 2021. Masan High-Tech Materials tiếp tục thực hiện mục tiêu chiến lược trở thành nền tảng vật liệu công nghiệp công nghệ cao toàn cầu thông qua việc tích hợp thành công hoạt động kinh doanh vonfram của H.C. Starck (“HCS”). Việc kết hợp các nguồn tài nguyên sơ cấp của MHT với mảng kinh doanh cận sâu và năng lực tái chế của HCS đã giúp MHT vượt qua các biến động do chu kỳ giá cả hàng hóa nhờ vào chuỗi cung ứng linh hoạt hơn và quy mô thị trường đầu ra được mở rộng để tiêu thụ các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Kết quả, doanh thu thuần của MHT năm 2021 đạt mức kỷ lục 13.564 tỷ đồng nhờ vào nhu cầu vật liệu công nghiệp công nghệ cao gia tăng đáng kể, giá bán các sản phẩm cải thiện và hiệu quả hoạt động của HCS cao hơn.

Giá vonfram trên thị trường đã tăng nhẹ vào đầu tháng 10/2021 lên mức 320 USD/MTU và duy trì ổn định đến cuối năm 2021. Giá vonfram đã có mức tăng liên tục trong hơn 14 tháng từ mức thấp theo chu kỳ

vào năm 2020. Hoạt động kinh doanh của H.C. Starck (“HCS”) đạt EBITDA 746 tỷ đồng, đóng góp đáng kể vào kết quả chung của MHT và khẳng định quyết định mua lại mảng kinh doanh HCS trong giai đoạn đầu của đại dịch COVID-19 vào năm 2020 là hoàn toàn đúng đắn. EBITDA của MHT trong năm 2021 tăng 114%, đạt 3.070 tỷ đồng, với biên EBITDA là 23% so với 20% vào năm 2020. Kết quả, MHT ghi nhận lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho cổ đông 196 tỷ đồng trong năm 2021, tăng 157 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái. Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho cổ đông quý 4/2021 đạt 466 tỷ đồng, báo hiệu đà tăng trưởng lạc quan trong năm 2022. Năm 2022, MHT dự kiến đạt doanh thu thuần trong khoảng 14.500 - 15.000 tỷ đồng, tăng 7-11% do các yếu tố cơ bản của thị trường vonfram tiếp tục được cải thiện và động lực của thị trường hàng hóa nói chung. Bên cạnh đó, Ban Điều hành tiếp tục cam kết tối đa hóa số tiền thu được từ lượng đồng tồn kho được tích trữ trong suốt bốn năm qua. Giá trị thị trường của kim loại có thể thu hồi được trong kho dự trữ đồng là xấp xỉ 6.000 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2021.

Năm 2021, công ty liên kết của chúng tôi, ngân hàng Techcombank (“TCB”) đạt lợi nhuận trước thuế 23,3 nghìn tỷ đồng, tăng 47,1% so với cùng kỳ năm trước, nhờ vào triết lý đặt người tiêu dùng làm trọng tâm và chiến lược phí dịch vụ ngân hàng cạnh tranh. Chúng tôi tin rằng TCB sẽ tiếp tục

duy trì tốc độ tăng trưởng tương tự trong những năm tới. Để biết thêm chi tiết, vui lòng tham khảo báo cáo thường niên của TCB và các tài liệu quan hệ nhà đầu tư khác có trên trang web của ngân hàng này.

Môi trường kinh doanh

Hoạt động kinh doanh của chúng tôi chủ yếu tại Việt Nam, do đó hiệu quả và chất lượng tài sản của chúng tôi cũng phụ thuộc rất lớn vào nền kinh tế Việt Nam. Vì vậy, trong tương lai, môi trường kinh tế trong nước cộng thêm các tác động bên ngoài như môi trường kinh tế trên toàn châu Á và thế giới sẽ ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động kinh doanh của Masan.

Ngoài ra, các yếu tố kinh tế vĩ mô có thể ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động bao gồm chi tiêu và tiêu dùng cá nhân, nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ, tỷ lệ lạm phát, lãi suất, mặt bằng giá cả hàng hóa, gánh nặng trả nợ của người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp và khả năng tin về triển vọng kinh tế Việt Nam và tác động như sự lây lan của bệnh dịch, xung đột vũ trang quy mô lớn, khủng bố hay bất cứ sự cố xã hội, địa lý hoặc chính trị bất lợi nào cũng có thể ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của Masan.

Năm 2022, nền kinh tế Việt Nam dự kiến sẽ tăng tốc so với năm ngoái, khi đại dịch được kiểm soát và biên giới quốc tế được mở cửa trở lại. Nếu đại dịch COVID-19 được kiểm soát tốt trong và ngoài nước, ngành dịch vụ của Việt Nam được dự báo sẽ dần phục hồi khi niềm tin của người tiêu dùng và nhà đầu tư tăng cao, cùng với sự tăng trưởng của lĩnh vực sản xuất nhờ nhu cầu ổn định của Hoa Kỳ, Liên minh Châu Âu và Trung Quốc.

Tuy nhiên, triển vọng này cũng tiềm ẩn một số rủi ro, đặc biệt là trong tình hình đại dịch diễn biến phức tạp. Sự bùng phát của các biến thể mới có thể dẫn đến phải tái lập các biện pháp giãn cách xã hội, làm suy giảm hoạt động kinh tế. Nhu cầu nội địa thấp hơn kỳ vọng tại Việt Nam có thể ảnh hưởng đến quá trình phục hồi kinh tế. Ngoài ra, nhiều đối tác thương mại của Việt Nam cũng đang phải đối mặt với các chính sách tài khóa và tiền tệ thắt chặt, có thể hạn chế khả năng hỗ trợ tăng trưởng kinh tế của chính quốc gia đó nếu cuộc khủng hoảng kéo dài, mà hệ lụy là cản trở phục hồi kinh tế toàn cầu và làm suy giảm nhu cầu đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam. Để biết thêm thông tin về triển vọng kinh tế Việt Nam và tác động đối với hoạt động kinh doanh của chúng tôi, vui lòng tham khảo phần “Tổng quan kinh tế vĩ mô” trong Báo cáo của Ban Điều hành.

Các phần dưới đây sẽ cung cấp một cái nhìn tổng quát và cập nhật về các lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh của Masan.

Ngành Bán lẻ của Việt Nam

Tháng 5/2021, số ca nhiễm COVID-19 ở Việt Nam tăng đột biến, khiến Chính phủ phải thực hiện giãn cách xã hội nghiêm ngặt ở TP.HCM và hầu hết các tỉnh phía Nam; người dân được khuyến cáo ở nhà và chỉ ra ngoài khi thực sự cần thiết như mua thực phẩm, thuốc men, hoặc làm việc tại các nhà máy hoặc cơ sở kinh doanh được

phép hoạt động. Ngoài ra, hầu hết các cửa hàng bán lẻ nhu yếu phẩm truyền thống cũng phải đóng cửa do số lượng ca nhiễm COVID-19 trong kênh bán hàng gia tăng. Kết quả, nhiều người tiêu dùng chuyển qua mua sắm các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu tại các kênh bán lẻ hiện đại như siêu thị và siêu thị mini.

Trong suốt thời gian giãn cách, tất cả các cửa hàng bán lẻ không kinh doanh nhu yếu phẩm, như trung tâm thương mại và cửa hàng kinh doanh quần áo và giày dép, đều phải đóng cửa. Tại TP. Hồ Chí Minh, dịch vụ giao hàng cho các sản phẩm không thiết yếu cũng bị cấm. Do đó, doanh số bán hàng của các doanh nghiệp không kinh doanh nhu yếu phẩm sụt giảm mạnh trong năm 2021. Ngoài ra, đại dịch còn khiến người tiêu dùng ngần ngại chi tiêu cho các sản phẩm không thiết yếu, ảnh hưởng trực tiếp đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Họ chủ yếu mua sắm các nhu yếu phẩm như thực phẩm, sản phẩm chăm sóc sức khỏe hay sản phẩm tẩy rửa. Do đó, hầu hết các kênh kinh doanh hàng thiết yếu đều tăng trưởng nhanh trong năm 2021, đồng thời, lĩnh vực y tế, nhà thuốc hay các sản phẩm chăm sóc sức khỏe người tiêu dùng cũng ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng.

Chiến lược đa kênh là chìa khóa thành công cho các doanh nghiệp lớn trong năm 2021, không chỉ để thích ứng với COVID-19 mà còn để nâng cao hình ảnh

thương hiệu của doanh nghiệp. Đối với các thương hiệu kinh doanh chủ yếu trên bán hàng truyền thống, xu hướng doanh nghiệp xây dựng website hoặc đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử để tiếp cận người tiêu dùng ngày càng phổ biến. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp cũng đang triển khai ứng dụng bán hàng, vừa nâng cao khả năng tương tác với người tiêu dùng.

Trong năm 2022, ngành bán lẻ nói chung ở Việt Nam dự kiến sẽ phục hồi tốc độ tăng trưởng năng động như trước thời điểm đại dịch xảy ra. Nhiều người tiêu dùng sẽ sẵn sàng chi tiêu cho các mặt hàng không phải là nhu yếu phẩm như quần áo, giày dép hay máy rửa bát khi kinh tế có triển vọng phát triển khả quan. Mặc dù ghi nhận mức tăng trưởng GDP thấp nhất trong những năm vừa qua do tác động của đại dịch COVID-19, Việt Nam vẫn là một trong những nền kinh tế có mức tăng trưởng tốt nhất, chủ yếu nhờ vào thành công trong kiểm soát đại dịch. Doanh số bán lẻ tại cửa hàng do đó sẽ tăng mạnh trở lại trong năm 2022, đặc biệt khi độ phủ vaccine COVID-19 được mở rộng hơn, chính phủ không còn áp dụng các quy định giãn cách xã hội và người tiêu dùng cũng an tâm hơn khi mua sắm tại cửa hàng. Ngược lại, mức độ phụ thuộc vào kênh thương mại điện tử sẽ không quá lớn, nhưng đây vẫn là kênh kinh doanh phát triển năng động và tiếp

tục ghi nhận mức tăng trưởng hai con số. Nhu cầu mua sắm trực tuyến phát triển mạnh chủ yếu nằm ở phân khúc người tiêu dùng khu vực thành thị, sau khi họ đã quay lại nhịp sống bận rộn như trước đây và muốn tiết kiệm thời gian, công sức khi mua sắm nhu yếu phẩm hoặc sản phẩm khác thông qua ứng dụng hoặc website thương mại điện tử.

Tháng 12/2019, thông qua hợp nhất MCH và WCM, Masan Group thiết lập The CrownX nền tảng tích hợp tiêu dùng - bán lẻ lớn nhất Việt Nam. WCM sở hữu mạng lưới bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán và danh mục hàng tươi sống có chất lượng vượt trội. Định vị giá trị sản phẩm tươi sống và chất lượng của WCM mang đến sức mạnh hiệp lực đáng kể khi tích hợp cùng các mảng kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu và thịt mát MEATDeli hiện có của Masan. WCM đã hoàn thành mục tiêu năm 2021 khi ghi nhận EBITDA dương cho cả năm 2021 ở mức 3,6% và LNST dương trong 6 tháng cuối năm 2021. Mặc dù COVID-19 ảnh hưởng đến quá trình mở rộng mạng lưới, WCM vẫn mở mới 387 cửa hàng và dự kiến sẽ tiếp tục tăng tốc trong năm 2022. Ưu tiên của WCM trong năm 2022 sẽ là tăng số lượng điểm bán lẻ hiện đại, đồng thời duy trì lợi nhuận, mở rộng hệ sinh thái CVLife, thí điểm mô hình nhượng quyền và số hóa toàn bộ nền tảng bằng cách xây dựng hệ sinh thái liền mạch từ offline đến online (“O²”).

Ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam

Là một trong những nước có tăng trưởng lưu phát triển nhanh nhất Đông Nam Á, Việt Nam đang ghi nhận tỉ lệ tăng trưởng ấn tượng trong ngành hàng tiêu dùng và bán lẻ. Xu hướng này nhiều khả năng sẽ tiếp tục, nhờ vào dân số trẻ và hành vi chi tiêu ngày càng mạnh của người tiêu dùng.

Đại dịch COVID-19 đã mang đến những thay đổi lớn trong thói quen tiêu dùng, từ đó ảnh hưởng đến xu hướng của ngành F&B tại Việt Nam. Việt Nam đã kiểm soát tốt đại dịch trong 2 năm qua và nhiều hộ gia đình đã có sự chuẩn bị tốt hơn sau khi trải qua các đợt bùng phát dịch trước đó, tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng kinh tế ở mức thấp tiếp tục tạo ra áp lực tài chính cho người tiêu dùng. Những áp lực này khiến người tiêu dùng Việt Nam nhạy cảm về giá cả và giảm chi tiêu, do đó làm giảm sức mua trong các hoạt động không thiết yếu như dịch vụ làm đẹp, ăn uống, giải trí ngoài trời.

Tuy nhiên, khách hàng vẫn sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho những sản phẩm chất lượng cao, kèm yêu cầu khắt khe hơn về an toàn vệ sinh thực phẩm. Bên cạnh yêu cầu về cách thức sản xuất sản phẩm, khách hàng cũng mong muốn quy trình chế biến, đóng gói và bảo quản sản phẩm ứng dụng các công nghệ hiện đại

hơn. Ngày càng nhiều người tiêu dùng chủ động áp dụng các giải pháp bảo vệ sức khỏe thể chất và tinh thần của bản thân. Điều đó được thể hiện qua cách họ lựa chọn thực phẩm và đồ uống. Những ngành hàng có lợi cho sức khỏe đang ngày càng phổ biến hơn, trong khi những ngành hàng “ít có lợi cho sức khỏe hơn” ghi nhận mức tăng trưởng hạn chế.

Đại dịch COVID-19 cũng làm thay đổi xu hướng tiêu dùng, tạo cơ hội để các kênh phân phối hiện đại phát triển nhanh chóng khi người tiêu dùng chuyển sang mua sắm trực tuyến hoặc tại siêu thị/siêu thị mini để đảm bảo mua được các sản phẩm chất lượng và có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, do đó thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử và thương mại đa kênh.

Nhìn chung, ngành hàng tiêu dùng nhanh tăng trưởng ở mức 6,4% vào năm 2021 ở bốn thành phố lớn tại Việt Nam và 8,7% ở khu vực nông thôn, theo dữ liệu toàn cầu và dữ liệu của công ty tư vấn Kantar Worldpanel. Mức tăng trưởng này thấp hơn năm 2020, chủ yếu do ảnh hưởng của đại dịch.

Xu hướng tiêu dùng mới sẽ trở thành động lực tăng trưởng cho ngành hàng thực phẩm và đồ uống vào năm 2022. Việc tăng thu nhập của người tiêu dùng trong tất cả các ngành có tiềm năng cao cùng với sự phục hồi của ngành du lịch

và các ngành liên quan có thể giúp cải thiện tâm lý người tiêu dùng. Sự gia tăng nhanh chóng của các kênh bán lẻ hiện đại, thương mại điện tử và tiêu dùng trên kênh số sẽ giúp doanh số bán hàng phục hồi từ mức thấp trong năm 2021. Dù có triển vọng tích cực, thị trường vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro liên quan đến đại dịch và chi phí đầu vào, gián tiếp ảnh hưởng đến ngành hàng thực phẩm và đồ uống trong năm tới.

GIA VỊ

Theo Euromonitor, thị trường nước chấm, nước sốt và gia vị ước tính đạt quy mô trị giá 36,2 nghìn tỷ đồng trong năm 2021, với 64% đóng góp từ nước chấm và phần còn lại từ các nguyên liệu nấu ăn như bột nêm, rau thơm và gia vị, v.v. Trong phân khúc nước chấm, nước mắm tiếp tục chiếm tỷ trọng lớn nhất, tiếp theo là nước tương và tương ớt. Trong vòng 5 năm qua, toàn bộ phân khúc gia vị đạt tăng trưởng CAGR xét về giá trị ở mức 5,2%. Trong những năm gần đây, xu hướng cao cấp hóa dựa trên chất lượng tốt hơn và thành phần tốt cho sức khỏe hơn đã nổi lên rõ rệt. Người tiêu dùng, đặc biệt là người thành thị sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm cao cấp có thương hiệu.

Masan đang tiếp tục là công ty thiết lập xu hướng và dẫn đầu thị trường trong ngành gia vị nhờ luôn chú trọng vào năng lực Nghiên cứu & Phát triển vượt trội, thiết lập

lộ trình cụ thể để ra mắt các phát kiến đột phá, mang lại nhiều sản phẩm cao cấp tốt cho sức khỏe được hỗ trợ bởi quy mô sản xuất, công nghệ, và mạng lưới phân phối vươn rộng khắp cả nước. Năng lực xây dựng thương hiệu cũng như đổi mới sản phẩm của Masan là tiền đề để Masan ra mắt nhiều thương hiệu cao cấp trong 2 năm qua. Trong năm 2021, các thương hiệu nước mắm cao cấp chiếm 11,7% tổng danh mục sản phẩm nước mắm của Tập đoàn. Động lực tăng trưởng mới là phân khúc hạt nêm (gia vị dạng bột), đang tiếp tục mở rộng quy mô nhanh chóng, chiếm 8% doanh thu toàn ngành gia vị trong năm 2021.

THỰC PHẨM TIỆN LỢI

Đại dịch COVID-19 đã đẩy nhu cầu mì ăn liền trên toàn thế giới tăng vọt. Mười quốc gia hàng đầu chiếm hơn 80% tiêu thụ lượng mì ăn liền toàn cầu đều là các quốc gia tại châu Á. Năm 2020, Trung Quốc là nước tiêu thụ cao nhất thế giới với 46,35 tỷ gói, tiếp đến là Indonesia (12,64 tỷ) và Việt Nam (7,03 tỷ). Xét trên mức tiêu thụ bình quân đầu người, Hàn Quốc dẫn đầu với 79,7 gói/người. Việt Nam đứng thứ hai với 72,2 gói mỗi người.

Do nhu cầu tiêu thụ nội địa rất lớn, Việt Nam đã trở thành trung tâm sản xuất của các nhà sản xuất mì ăn liền. Hiện tại, có hơn 50 nhà sản xuất mì ăn liền tại Việt Nam, với 70% thị phần thuộc về

Acecook Việt Nam, Masan và Asia Food. Các nhà sản xuất mì ăn liền của Hàn Quốc là Nongshim và Ottogi cũng đang tăng cường hoạt động tại Việt Nam và coi đây là cửa ngõ thâm nhập vào thị trường Đông Nam Á.

Theo Statista, Omachi là thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh phát triển mạnh nhất tại Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng CRP (điểm tiếp cận người tiêu dùng) là 39,3%. Hào Hào và Omachi là những thương hiệu mì ăn liền hàng đầu cả nước. Ngành hàng mì ăn liền, bao gồm mì ly và mì gói, đạt doanh thu 31 nghìn tỷ đồng trong năm 2021, trong đó, dạng gói chiếm 80% doanh số, 20% còn lại đến từ mì ly và sản phẩm bữa ăn hoàn chỉnh, v.v.

Tiêu thụ mì gói và các dòng sản phẩm ăn liền ở Việt Nam tăng mạnh trong bối cảnh dịch bệnh khi người tiêu dùng tích trữ thực phẩm và chuyển sang thói quen ăn ở nhà. Masan tiếp tục gia tăng thị phần trong ngành hàng và trở thành công ty số 1 ở phân khúc cao cấp. Trong vòng 3 năm qua, Masan đã tập trung vào chiến lược cao cấp hóa ngành hàng qua các dòng sản phẩm ăn liền thương hiệu Omachi. Bằng cách kết hợp thương hiệu dẫn đầu về gia vị “CHIN-SU” với các phát kiến mì ăn liền cao cấp mới và nền tảng dinh dưỡng vững mạnh (như xúc xích Ponnies, Heo Cao Bồi), Masan đã tung ra nhiều sản phẩm ăn liền phục vụ nhiều khẩu vị khác nhau. Nhờ vậy, danh mục

thực phẩm tiện lợi của Masan tiếp tục tăng trưởng nhanh hơn nhiều so với dòng sản phẩm mì gói truyền thống tại Việt Nam.

ĐỒ UỐNG

Đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng đến doanh số sản phẩm đồ uống tại Việt Nam trong năm 2021, do kênh tiêu dùng tại chỗ sụt giảm mạnh trong suốt năm qua. Trong toàn bộ phân khúc đồ uống, trà đóng gói uống liền, cacbonat, nước đóng chai, cà phê và nước tăng lực là những sản phẩm chiếm thị phần lớn nhất tính theo giá trị. Masan đang cạnh tranh trong 3 ngành hàng đồ uống lớn nhất ở Việt Nam là nước tăng lực, nước uống đóng chai, và cà phê. Kế hoạch sắp tới là tiếp tục đánh giá cơ hội và tiềm năng xây dựng các thương hiệu đột phá ở các ngành hàng quy mô lớn khác trong lĩnh vực đồ uống nói chung.

NƯỚC TĂNG LỰC

Cuộc sống ngày càng bận rộn và căng thẳng hơn là một trong những yếu tố khiến ngành nước tăng lực tại Việt Nam phát triển mạnh mẽ, với quy mô thị trường trị giá 22 nghìn tỷ đồng năm 2021. Các quảng cáo thương tập trung vào câu chuyện nước tăng lực có thể mang lại một cú hích năng lượng, giúp cho người tiêu dùng vượt qua lịch làm việc quay cuồng. Một động lực tăng trưởng khác đến từ

nhu cầu sử dụng nước tăng lực của tầng lớp lao động trong sản xuất, nông nghiệp và vận tải.

Red Bull Vietnam hiện đang đứng đầu thị trường, theo sau đó là Suntory Pepsico và Tân Hiệp Phát. Masan bước chân vào ngành hàng này vào năm 2015 với sản phẩm nước tăng lực vị cà phê Wake-up 247 và đã nhanh chóng củng cố vị thế là thương hiệu lớn thứ 4 trên thị trường. Với sự ra đời của thương hiệu “Compact” và “Hỗ Vần”, Masan hiện đang tập trung xây dựng một danh mục sản phẩm hoàn chỉnh cho ngành hàng này với sự hậu thuẫn của các chương trình marketing chiến lược và hệ thống phân phối rộng lớn nhất cả nước.

NƯỚC ĐÓNG CHAI

Thị trường nước đóng chai ở Việt Nam, với quy mô thị trường trị giá 17.5 nghìn tỷ đồng năm 2021, được dự báo sẽ tăng trưởng hai chữ số trong ngắn và trung hạn, với nguyên nhân đến từ chất lượng nguồn nước ngày càng suy giảm tại một số vùng, dẫn đến nhu cầu có nước uống sạch và an toàn tăng mạnh. Thêm vào đó, phần đông dân số vẫn đang thiếu nước sạch, do tốc độ tăng dân số và đô thị hóa quá nhanh. Mặc dù nhu cầu về nước đã được những đơn vị cấp nước đô thị phần nào đáp ứng, tình trạng này sẽ vẫn làm cho nhu cầu nước đóng chai tại Việt Nam ngày càng tăng.

Masan bắt đầu ngành hàng này bằng việc mua lại 2 thương hiệu nước đóng chai được tin dùng nhất tại Việt Nam: Vĩnh Hảo và Quang Hanh. Bên cạnh đó, trong hơn 2 năm qua, Masan đã xây dựng thương hiệu “Vivant” - sản phẩm nước khoáng cao cấp mới và nhận được phản hồi tích cực từ người tiêu dùng kể từ khi ra mắt

CÀ PHÊ

Việt Nam là nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới, sau Brazil. Lối sống bận rộn và thời gian làm việc dài hơn như hiện nay dự kiến sẽ thúc đẩy tăng trưởng dài hạn cho ngành hàng này. Thị trường cũng sẽ hưởng lợi khi các nhà sản xuất tiếp tục giới thiệu các sản phẩm cà phê gu đậm hơn, phù hợp với thị hiếu truyền thống của người tiêu dùng Việt Nam. Masan tiếp tục là một trong những công ty dẫn đầu thị trường ở phân khúc cà phê hòa tan, thông qua thương hiệu “Vinacafé” và “Wake-up”. Trong thời gian tới, Masan nhắm đến việc mở rộng sang các định dạng sản phẩm khác như cà phê rang xay, cà phê uống liền để đạt được tăng trưởng bền vững trong dài hạn.

THỊT CHẾ BIẾN

Người tiêu dùng có nhu cầu cao hơn về khẩu vị, dinh dưỡng và mức giá hợp lý của các sản phẩm thực phẩm, điều này thể hiện trong việc tăng lượng tiêu thụ thịt và hải sản trong ẩm thực Việt. Trong

năm 2021, theo Euromonitor, tổng doanh thu bán thịt và hải sản chế biến đạt gần 11 nghìn tỷ đồng, trong đó thịt chế biến đóng góp 39%, hải sản chế biến 49% và sản phẩm thay thế thịt 12%.

Thịt và hải sản chế biến được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh trong dài hạn. Mức độ phổ biến rộng rãi của các sản phẩm này trên toàn quốc và sự đón nhận của thị trường trong nước đối với các sản phẩm mới chưa được người tiêu dùng trong nước thử nghiệm trước thời điểm cách ly xã hội có nhiều tiềm năng sẽ phát triển hơn nữa. Bên cạnh đó, các nhãn hiệu và sản phẩm bắt đầu được sử dụng trong thời kỳ đại dịch có thể ngày càng trở nên phổ biến do đã gắn liền với thói quen của người tiêu dùng.

Thông qua hợp tác với một trong những công ty hàng đầu trong ngành thịt chế biến tại Hàn Quốc là Jin-Ju Ham, Masan đã xây dựng các thương hiệu được yêu thích như Heo Cao Bồi, Ponnies, v.v. và phân phối rộng khắp trên thị trường. Kết quả kinh doanh cho thấy danh mục thịt chế biến có doanh số tăng 52% trong năm 2021, và kỳ vọng tiếp tục tăng trưởng nhờ lộ trình đưa sản phẩm mới ra thị trường được hoạch định bài bản, khả năng nắm bắt thị hiếu và khẩu vị của người tiêu dùng Việt Nam.

BIA

Bia là sản phẩm rất phổ biến đối với người tiêu dùng Việt Nam có thu nhập khác nhau, do giá các sản phẩm này phù hợp hơn so với sản phẩm rượu vang và rượu mạnh. Trong khi đó, người tiêu dùng cũng dần chuyển sang sử dụng bia vì lý do sức khỏe khi bia được đánh giá là ít ảnh hưởng đến sức khỏe hơn so với rượu mạnh do nồng độ cồn thấp.

Doanh nghiệp trong phân khúc bia có thể thường xuyên thực hiện các chiến dịch quảng cáo, bao gồm quảng cáo trên truyền hình, để duy trì và nâng cao mức độ nhận biết thương hiệu, trong khi các doanh nghiệp rượu mạnh không được phép làm điều đó do rượu có nồng độ cồn trên 15%. Các sản phẩm bia cao cấp cũng đang dần phổ biến hơn tại Việt Nam. Ngày càng nhiều người tiêu dùng quan tâm hơn đến các sản phẩm bia cao cấp có chất lượng và hương vị thơm ngon. Do đó, hầu hết doanh nghiệp đang tập trung vào thiết kế nhãn mác sản phẩm để quảng bá hình ảnh thương hiệu cao cấp.

Ngành hàng bia của Masan đạt tăng trưởng doanh thu 54% trong năm 2021 nhờ ra mắt thành công nhãn hiệu bia “Red Ruby”, cộng với việc thực hiện các chiến dịch tiếp thị chiến lược và tăng cường phạm vi phân phối thông qua mạng lưới bán lẻ hiện đại của WCM.

SẢN PHẨM CHĂM SÓC CÁ NHÂN VÀ GIA ĐÌNH

Chăm sóc cá nhân và gia đình là một trong những lĩnh vực lớn nhất và hấp dẫn nhất tại Việt Nam với giá trị thị trường hơn 4 tỷ USD, hiện đang bị chi phối bởi các sản phẩm và doanh nghiệp nước ngoài. Doanh thu mảng kinh doanh sản phẩm chăm sóc gia đình được Euromonitor ước tính đạt 40 nghìn tỷ đồng trong năm 2021, trong đó chiếm tỷ trọng lớn nhất là sản phẩm giặt-xả (60%) và tiếp theo là nước rửa chén (15%). Các sản phẩm làm đẹp và chăm sóc cá nhân ước tính mang lại 53 nghìn tỷ đồng vào năm 2021, trong đó chăm sóc tóc và da là 2 ngành hàng lớn nhất.

Người tiêu dùng ở Việt Nam hiện đang phải chi trả quá cao cho các sản phẩm này, bằng chứng là Việt Nam có mức chi tiêu bình quân đầu người cao nhất cho ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình trong số các thị trường tại Đông Nam Á. Masan tin rằng thị trường sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình tại Việt Nam vẫn còn rất sơ khai khi so sánh với các thị trường phát triển khác. Vì vậy, đây là thị trường giàu tiềm năng và có nhiều triển vọng để xây dựng các thương hiệu nội địa vững mạnh.

Mặc dù đại dịch làm giảm nhu cầu đối với sản phẩm bột giặt, ngành hàng HPC của Masan đã đóng góp 1,5 nghìn tỷ đồng

doanh thu thuần trong năm 2021. Sản phẩm mới “Joins” kết hợp giặt và xả được ra mắt trong nửa cuối năm 2020. Danh mục sản phẩm HPC của Masan tiếp tục được mở rộng với việc ra mắt thương hiệu nước rửa chén “Homey”. Trong năm 2022, Masan sẽ phát triển một nền tảng chăm sóc cá nhân và gia đình phong phú thông qua việc xây dựng danh mục sản phẩm đột phá, đồng thời tận dụng hệ thống phân phối hiện tại của Masan, vốn có nhiều điểm tương đồng với với kênh phân phối của ngành hàng HPC, để khai thác tối đa sức mạnh cộng hưởng.

Ngành thịt của Việt Nam

Sự bùng phát của đại dịch ở Việt Nam đã tác động đáng kể đến nhu cầu tiêu thụ thịt tại các kênh dịch vụ ăn uống và phân phối thực phẩm ở khu vực tổ chức vào năm 2021. Do ngành du lịch trầm lắng và người dân ăn uống tại nhà do ảnh hưởng của dịch bệnh, nhu cầu thực phẩm tiêu thụ qua kênh bán lẻ gia tăng. Trong khi các quy định hạn chế dần được nới lỏng, đến tháng 5 năm 2021, Việt Nam lại chứng kiến một làn sóng COVID-19 khác chủ yếu từ biến chủng Delta. Đại dịch COVID-19 đã nâng cao nhu cầu bảo vệ sức khỏe của người Việt Nam, khiến họ cân nhắc về nhóm thực phẩm đang sử dụng cũng như những nguy cơ tiềm ẩn có liên quan. Do đó, mức tiêu thụ thực phẩm tươi sống, ví dụ như thịt, được dự báo sẽ tăng trưởng ổn định về lâu dài do người dân đã có ý



thức quan tâm hơn đến sức khỏe. Trong thời gian giãn cách và áp dụng các quy định hạn chế đi lại trong năm 2021, khi nhiều kênh bán lẻ hàng hóa truyền thống như chợ bán đồ tươi sống phải đóng cửa, một số người tiêu dùng đã chuyển sang mua sắm trên kênh thương mại điện tử. Theo đó, doanh số thương mại điện tử với ngành hàng thịt đã tăng lên nhưng vẫn còn hạn chế do những vấn đề trong vận chuyển.

Theo Tổng cục Thống kê, trong năm 2021, sản lượng thịt heo chiếm tỷ lệ cao nhất trong các sản phẩm chăn nuôi chính của Việt Nam, lên tới hơn 4,18 tỷ tấn, tiếp đến là thịt gia cầm, thịt bò và thịt bê. Tuy nhiên, ngành chăn nuôi gặp nhiều khó khăn trong thời gian qua, từ dịch tả heo châu Phi vào năm 2020 đến giá heo hơi giảm vào năm 2021. Giá heo hơi trên toàn quốc có xu hướng giảm từ tháng 2 năm 2021 và giá heo hơi bình quân tháng 12 năm 2021 tại miền Bắc là 49.500 đồng/kg, giảm 39,6% so với thời điểm tháng 1 năm 2021. Tại khu vực phía Nam, giá heo hơi bình quân tháng 12/2021 là 49.000

đồng/kg, giảm 38% so với thời điểm tháng 1/2021. Với giá heo như hiện nay, hầu hết các trang trại chăn nuôi đang phải chịu lỗ do giá thành chăn nuôi tăng cao trong bối cảnh giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn và giá thức ăn chăn nuôi đã tăng hơn 20% trong 12 tháng qua. Theo Cục Chăn nuôi, nguyên nhân khiến giá heo giảm là do nguồn cung tăng; người chăn nuôi đã tiến hành tái đàn trong hai năm qua, nâng tổng đàn heo cả nước đạt trên 28 triệu con, trong đó tổng đàn nái của cả nước là 3 triệu con.

Nhằm giải quyết những vấn đề kém hiệu quả của thị trường thịt heo tại Việt Nam (có quy mô trị giá 10 tỷ USD), Masan đã xây dựng mô hình tích hợp 3F (Feed – Farm – Food) kết hợp với việc xây dựng thương hiệu thịt mát “MEATDeli”. Trong quý 3/2020, MML đã mua lại 51% cổ phần của 3F VIỆT, một công ty gia cầm hàng đầu tại Việt Nam, để mở rộng hoạt động sang thị trường thịt gà (quy mô thị trường 5 tỷ USD). Sau khi mua lại WinCommerce, Masan đã nhanh chóng tăng mức độ bao phủ thị trường, trong đó thương hiệu thịt

heo MEATDeli và thịt gà 3F VIỆT hiện đã có mặt tại các cửa hàng WinCommerce trên toàn quốc.

Vào tháng 11/2021, MML đã thoái vốn và chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi để hạn chế mức độ rủi ro trong lĩnh vực kinh doanh hàng hóa, vì lợi nhuận từ thức ăn chăn nuôi có tính chu kỳ phụ thuộc vào giá heo hơi và giá gà, bên cạnh áp lực chi phí từ nguồn cung do giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn. Trong khuôn khổ thỏa thuận chiến lược dài hạn nhằm đảm bảo chất lượng chuỗi cung ứng, hợp đồng ổn định với De Heus sẽ đảm bảo nguồn thức ăn chăn nuôi cho các trang trại của MML và 2,8 triệu con heo thịt chất lượng cao trong vòng 5 năm với mức giá ổn định để tránh bị tác động từ biến động giá trên thị trường. Trong mảng kinh doanh gà, nguồn cung sẽ được mở rộng bằng cách nhắm đến cả mô hình trang trại theo hợp đồng và cho thuê.

Bằng việc thoái vốn mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi, mở rộng các thương hiệu MEATDeli và 3F VIỆT, MML đã trở thành một công ty FMCG với quy mô thị trường trị giá 15 tỷ USD và tiềm năng tăng trưởng bền vững dài hạn cũng như biên lợi nhuận cao hơn đáng kể. Nhưng trên hết, Masan hướng đến mục tiêu cung cấp cho người tiêu dùng sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn, có thể truy xuất nguồn gốc với mức giá hợp lý.

Ngành ngân hàng tại Việt Nam

Vượt qua những ảnh hưởng kinh tế - xã hội của COVID-19, Việt Nam là một trong số ít quốc gia ghi nhận mức tăng trưởng kinh tế dương trong năm 2021. Theo Tổng cục Thống kê, GDP của Việt Nam tăng 2,6% trong năm 2021 với lạm phát trong mức kiểm soát được là 2%, tăng trưởng tín dụng ở mức 13%. Kể từ khi bắt đầu xảy ra đại dịch, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (“NHNN”) đã ban hành các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và người tiêu dùng bị ảnh hưởng bởi đại dịch. Lĩnh vực ngân hàng chịu ảnh hưởng của COVID-19, nhưng với mức độ không giống nhau do sở hữu danh mục cho vay và cơ cấu tài sản khác nhau. Một số ngân hàng tập trung vào việc cấp tín dụng cho doanh nghiệp trong khi những ngân hàng khác tập trung vào dịch vụ và ngân hàng bán lẻ, do đó tốc độ và khả năng phục hồi của các ngân hàng cũng sẽ khác nhau. Techcombank là một trong số ít ngân hàng có kết quả kinh doanh tốt từ cả hai hoạt động huy động và cho vay, mang lại lợi nhuận trong dài hạn trong khu vực. Nhờ đó, Techcombank có thể đáp ứng các nhu cầu dài hạn như mua nhà, mua ô tô cho đến các nhu cầu hàng ngày như mua sắm, du lịch.

Nhu cầu tài chính và ngân hàng vẫn chưa được đáp ứng đúng mức cho một bộ phận đáng kể dân số Việt Nam, do mô hình ngân hàng truyền thống không đủ khả

năng mở rộng mạng lưới đến mọi miền đất nước. 2/3 người tiêu dùng ở Việt Nam không có tài khoản ngân hàng, do đó, các kênh cho vay tiêu dùng phi chính thức vẫn tồn tại phổ biến dù chi phí cao gấp 3-5 lần so với các khoản vay ngân hàng truyền thống. Chỉ 2,4% dân số được tiếp cận với các sản phẩm bảo hiểm còn tỷ lệ sử dụng thẻ tín dụng chỉ mới đạt 4%. Nguyên nhân dẫn đến tỷ lệ thâm nhập thấp như vậy là do người tiêu dùng không tin tưởng vào các kênh ngân hàng chính thức và chi phí phục vụ cao.

Masan đặt mục tiêu giải quyết những vấn đề khó khăn này bằng cách sử dụng mạng lưới phân phối O² và số hóa hồ sơ khách hàng thông qua chấm điểm tín dụng dựa trên AI và năng lực máy học. Các điểm tiếp xúc offline của Masan sẽ giúp xây dựng lòng tin của người tiêu dùng bằng cách cung cấp dịch vụ giới thiệu, tư vấn về các sản phẩm tài chính như bước khởi đầu để tham gia vào các dịch vụ ngân hàng. Quá trình chấm điểm tín dụng, sàng lọc và đánh giá khách hàng sẽ cho phép Masan cá nhân hóa các dịch vụ tài chính như cho vay tiêu dùng, thẻ tín dụng đối tác, mua trước trả sau, giải pháp tiết kiệm và bảo hiểm cho người tiêu dùng ngoài việc tạo khách hàng tiềm năng cho các ngân hàng và tổ chức tài chính khác.

Ngành viễn thông của Việt Nam

Thị trường viễn thông Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây và dự kiến sẽ tiếp tục phát triển trong dài hạn. Sự tăng trưởng trong ngành chủ yếu là do dân số thành thị ngày càng tăng, cùng với quy mô sử dụng điện thoại di động hỗ trợ dịch vụ 3G, 4G và 5G lớn hơn trên phạm vi cả nước. Lĩnh vực viễn thông được kỳ vọng sẽ ghi nhận tốc độ tăng trưởng mạnh khi Việt Nam tăng cường áp dụng Internet Vạn vật (“IoT”) trong lĩnh vực viễn thông, kết nối với băng thông rộng có dây và không dây. Theo ước tính của Euromonitor, tổng doanh thu thị trường viễn thông di động tại Việt Nam đạt 5,4 tỷ USD vào năm 2020. Thị trường viễn thông tăng trưởng ~2% mỗi năm trong giai đoạn 2015-2020 và dự kiến tăng trưởng ở mức một chữ số (~2%) trong 5 năm tới. Tỷ lệ thuê bao băng rộng cố định ở Việt Nam vẫn còn thấp, chủ yếu do số lượng đường truyền cố định còn hạn chế và nền tảng di động vẫn là nền tảng được sử dụng chính.

Tính đến cuối năm 2020, cả nước có tổng cộng 127 triệu thuê bao, tương ứng với tỷ lệ thuê bao là ~130%. Thị trường viễn thông tăng trưởng chủ yếu nhờ các dịch vụ kết nối và cung cấp nội dung cao cấp trong nước. Tuy vậy, người tiêu dùng cũng được hưởng các cơ chế pháp lý hiệu quả và cấp tiến cho các dịch vụ này. Doanh thu từ dịch vụ viễn thông tăng lên sau khi đại dịch

xảy ra do người dùng chủ yếu làm việc tại nhà và dành nhiều thời gian hơn để phát trực tuyến video, trò chơi và các hình thức giải trí khác. Đơn vị viễn thông lớn nhất là Viettel, tiếp đến là MobiFone và VinaFone.

Masan gia nhập lĩnh vực viễn thông vào tháng 9 năm 2021 bằng cách mua cổ phần kiểm soát Mobicast, nhà mạng sở hữu thương hiệu Reddi. Năm 2022, Mobicast đặt mục tiêu tiếp cận tập thuê bao từ 500.000 đến 1 triệu người dùng thông qua các gói ưu đãi viễn thông mới, nhằm khuyến khích sử dụng dịch vụ số và dữ liệu di động, thay vì gói dữ liệu thoại và SMS truyền thống.

Mô hình MVNO tinh gọn giúp Masan gia tăng hiệu quả đầu tư, tập trung vào các giải pháp vượt trội phục vụ khách hàng, qua đó tạo ra dòng tiền nhờ chiến lược thu hút khách hàng với chi phí thấp ("CAC"). Masan đặt mục tiêu tích hợp các dịch vụ viễn thông vào hệ sinh thái tiêu dùng rộng lớn hơn, bao gồm ưu đãi dành cho thành viên và điểm thưởng khi mua các sản phẩm và dịch vụ trong hệ sinh thái. Masan có lợi thế tập dữ liệu lớn sẵn có gồm hàng triệu khách hàng của WinCommerce, Phúc Long, Techcombank và các đối tác O² chiến lược. Thêm vào đó, tận dụng mạng lưới 2.400 cửa hàng bán lẻ hiện đại trên toàn quốc của WinCommerce, Masan có thể rút ngắn lộ trình tiếp cận thị trường, đảm bảo hiệu quả về chi phí. Ngoài ra, Masan còn có cơ

hội mang trải nghiệm tuyệt vời này đến với 300.000 cửa hàng bán lẻ truyền thống nhờ mối quan hệ mật thiết giữa Masan Consumer với các điểm bán này.

Ngành Vonfram toàn cầu

Theo báo cáo của Roskill, sản lượng vonfram toàn cầu năm 2020 ước tính đạt 91.500 tấn, dự kiến sẽ tăng lên 115.000 tấn vào năm 2026, với tốc độ tăng trưởng CAGR là 3,9%. Thị trường tăng trưởng trở lại nhờ các ngành công nghiệp sử dụng cuối cùng đã phục hồi trong giai đoạn hậu COVID-19. Triển vọng mở rộng ngành sản xuất ô tô sau khủng hoảng và tăng cường hoạt động trong lĩnh vực hàng không vũ trụ & quốc phòng, luyện kim khai khoáng dự kiến sẽ làm tăng nhu cầu đối với vonfram thành phẩm, bao gồm tấm kim loại cứng, hợp kim và sản phẩm nghiền.

Tương tự như vậy, tốc độ gia tăng dự kiến về nhu cầu đối với các sản phẩm điện và điện tử trong môi trường dân sinh, thương mại và công nghiệp được kỳ vọng sẽ cải thiện mức tiêu thụ vonfram. Bên cạnh đó, tiềm năng tăng trưởng trong hoạt động kỹ thuật công nghiệp, đặc biệt là ở Trung Quốc và các nước châu Á - Thái Bình Dương khác, sẽ thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm vonfram nghiền như thanh, tấm và dây vonfram. Trung Quốc là thị trường chính trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và cũng là nhà sản xuất vonfram lớn nhất. Tăng trưởng trong

khu vực được thúc đẩy bởi tốc độ phát triển kinh tế ổn định, tăng đầu tư của khu vực công và tư nhân vào sản xuất công nghiệp cũng như những nỗ lực của chính phủ trong việc nâng cao sản lượng công nghiệp và chỉ số niềm tin vào môi trường kinh doanh.

Trong năm 2021, MHT đã tích hợp thành công nền tảng vonfram từ HCS, qua đó trở thành công ty chế biến vật liệu công nghệ cao cận sâu. Khả năng cung cấp các giải pháp tiên tiến cho khách hàng và tính linh hoạt chiến lược của việc tích hợp dọc theo chuỗi giá trị là chìa khóa để mang lại tăng trưởng bền vững qua các chu kỳ biến động giá cả hàng hóa và sẽ tiếp tục là yếu tố quan trọng trong thị trường vonfram. Hoạt động kinh doanh của HCS đóng góp đáng kể vào kết quả chung của MHT với EBITDA là 476 tỷ đồng và lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông 161 tỷ đồng (bao gồm điều chỉnh phân bổ lợi thế thương mại từ việc mua lại) trong năm 2021. Kết quả này minh chứng cho quyết định mua lại H.C. Starck trong giai đoạn đầu của đại dịch COVID-19 vào năm 2020 là hoàn toàn đúng đắn. Dựa trên nhu cầu hiện tại và các yếu tố cơ bản về giá, MHT dự kiến đạt doanh thu trong khoảng 14.500-15.000 tỷ đồng vào năm 2022. Ban Điều hành cũng tiếp tục tập trung vào việc hiện thực hóa các lợi ích và sức mạnh tổng hợp có được qua việc mua lại HCS.

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

Chúng tôi là công ty mẹ với tài sản chính là những khoản đầu tư vào các công ty con, chủ yếu là i) Công ty TNHH The Sherpa ("The Sherpa") hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong Công ty Cổ phần CrownX ("TCX"), Công ty Cổ phần Mobicast ("Mobicast") và Phúc Long Heritage ("Phúc Long Heritage"); ii) Công ty Cổ phần The CrownX, hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong nền tảng tiêu dùng - bán lẻ hợp nhất Masan Consumer Holdings ("MCH") và CTCP Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce ("WCM"); iii) Masan Consumer Holdings, công ty hiện nắm giữ lợi ích kinh tế trong lĩnh vực thực phẩm, đồ uống có thương hiệu và các sản phẩm chăm sóc gia đình và cá nhân như CTCP Hàng tiêu dùng Masan ("MSC"), Công ty TNHH Masan Brewery ("MB") và CTCP Bột giặt Net ("NET"); iv) WinCommerce nắm giữ lợi ích kinh tế trong lĩnh vực trong mảng kinh doanh bán lẻ hiện đại như siêu thị và minimart; v) Công ty Cổ phần Masan MEATLife ("MML"), công ty kinh doanh thịt tích hợp có thương hiệu hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong 3F VIET, doanh nghiệp kinh doanh thịt gà có thương hiệu tích hợp của chúng tôi và công ty liên kết VISSAN ("VISSAN"); vi) Công ty Cổ phần Tầm nhìn Masan, nắm giữ lợi ích kinh tế tại CTCP High-Tech Materials ("MHT"), nắm giữ lợi ích của Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo ("NPM") và H.C. Starck ("HCS"); và vii) công ty liên kết Ngân hàng Techcombank ("TCB"). Vì vậy, những rủi ro ảnh hưởng đến hoạt động

kinh doanh của các công ty này cũng tác động đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2021, chúng tôi sở hữu 99,99% lợi ích kinh tế tại Công ty The Sherpa. The Sherpa sở hữu 20% lợi ích kinh tế tại Phúc Long Heritage và 70% lợi ích kinh tế tại Mobicast tại ngày 31/12/2021. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của The Sherpa cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Sherpa sở hữu 72,65% lợi ích kinh tế tại The CrownX tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2021, trong khi Masan Group trực tiếp sở hữu 9,02% lợi ích kinh tế tại The CrownX, tương đương tỷ lệ sở hữu 81,67%. Phần lợi ích kinh tế còn lại tại The CrownX thuộc sở hữu của Alibaba, Barings Private Equity Asia, SK Group, Abu Dhabi Investment Authority, TPG, Seatown Holdings và các nhà đầu tư khác. Nền tảng tiêu dùng - bán lẻ The CrownX hợp nhất lợi ích kinh tế của Masan tại WCM và MCH - đây là hai mảng kinh doanh lớn nhất của Masan tính theo doanh thu. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của The CrownX cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh,



tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2021, chúng tôi nắm giữ 70,01% lợi ích kinh tế tại MCH, phần còn lại thuộc sở hữu trực tiếp của Singha Corporation. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MCH cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2021, chúng tôi nắm giữ 68,65% lợi ích kinh tế tại WCM, phần còn lại thuộc sở hữu của SK Group. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của WCM cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2021, chúng tôi nắm giữ 87,78% lợi ích kinh tế tại MML, phần còn lại thuộc sở hữu của các nhà đầu tư bên thứ ba khác. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của MML sẽ trực tiếp ảnh hưởng đến kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2021, chúng tôi nắm giữ 86,38% cổ phần tại MHT, phần còn lại thuộc sở hữu của Mitsubishi Materials Corporation, Ban Điều hành và các nhà đầu tư khác. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MHT cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Những công ty con và công ty liên kết của Masan Group hoạt động trong các ngành phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ và vị trí dẫn đầu thị trường của chúng tôi có thể bị lung lay nếu các đối thủ cạnh tranh đạt được những bước tiến quan trọng để giành lấy thị phần.

WCM vận hành một trong những hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất Việt Nam và cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và các danh mục sản phẩm. Mức độ thâm nhập của bán lẻ hiện đại ở Việt Nam vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực và do đó chúng tôi đang phải cạnh tranh không chỉ với các nhà bán lẻ hiện đại khác mà cả các cửa hàng truyền thống với lợi thế chi phí quản lý thấp hơn. Tuy nhiên, khi tỷ lệ thâm nhập của bán lẻ hiện đại tăng lên, chúng tôi kỳ vọng sẽ trở nên cạnh tranh hơn so với các đối thủ hiện tại và tiềm năng, cả trong

nước và cũng như nước ngoài. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thực hiện phá giá để cạnh tranh. WCM có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào công nghệ, mở rộng mạng lưới và các kênh phân phối, tăng cường thương hiệu cũng như các hoạt động quảng bá và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Masan Consumer Holdings cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như hình ảnh thương hiệu, giá cả, hệ thống phân phối và các danh mục sản phẩm. Thị trường thực phẩm và đồ uống tại Việt Nam sẽ ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn khi có nhiều thương hiệu và công ty thực phẩm quốc tế nổi tiếng thâm nhập vào thị trường. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thực hiện phá giá để cạnh tranh. MCH có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như khuyến mãi và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife đã chuyển đổi sang kinh doanh thịt có

thương hiệu thuần túy với nhiều cấp độ cạnh tranh khác nhau trong chuỗi giá trị thịt tích hợp. Trong khi thị trường đậm động vật tương đối phân mảnh, quy mô phát triển của nhóm đối thủ cạnh tranh hiện tại và sự gia nhập của các công ty lớn, trong nước cũng như ngoài nước, có thể dẫn đến hành vi phá giá để giành thị phần gây bất lợi cho chúng tôi. Ngoài ra, chúng tôi còn phải cạnh tranh với các sản phẩm thịt nhập khẩu. Mặc dù MML là công ty tiên phong xây dựng thương hiệu mạnh cho phân khúc thịt cũng như đầu tư vào các hoạt động nuôi trồng và chế biến thịt với quy mô và tiêu chuẩn tốt nhất, chúng tôi không bảo đảm là có thể cạnh tranh hiệu quả với các đối thủ hiện tại và tiềm năng. Trong một thị trường mà người tiêu dùng khó có thể phân biệt được sự khác nhau giữa các sản phẩm tương tự, MML có thể phải cạnh tranh về giá để bảo vệ thị phần, khiến cho biên lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng xấu đến kết quả hoạt động.

Masan High-Tech Materials, nhà chế biến vonfram mid-stream lớn nhất thế giới (ngoài Trung Quốc), có phạm vi hoạt động toàn cầu với vị thế đáng kể trong thị trường. Cả khách hàng và đối thủ cạnh tranh của chúng tôi đều là người nước ngoài vì chúng tôi xuất khẩu tất cả các sản phẩm vonfram được chế biến tại Việt Nam. Nhiều đối thủ cạnh tranh của chúng tôi đến từ Trung Quốc, với tư cách là một trong những nhà sản xuất và tiêu

thụ các sản phẩm vonfram lớn nhất thế giới với nhiều quy mô và mức độ sở hữu/hỗ trợ khác nhau của chính phủ. Ở dạng cô đặc và hóa chất, vonfram là một sản phẩm không thể hiện rõ sự khác biệt so với các sản phẩm tương tự với những khách hàng nhạy cảm về giá. MHT có lợi thế là một nhà chế biến vật liệu công nghệ cao ổn định và tin cậy, đồng thời là một lựa chọn thay thế cho nguồn cung từ Trung Quốc. Với việc mua lại H.C. Starck, MHT đang thâm nhập sâu hơn vào chuỗi giá trị vonfram bằng cách sản xuất các sản phẩm vonfram theo đặt hàng riêng và phức tạp hơn, có chất lượng cao hơn và cạnh tranh ít hơn về giá. Tuy nhiên, không có gì đảm bảo rằng các đối thủ cạnh tranh của MHT sẽ không thể sản xuất các sản phẩm vonfram tương tự có giá trị gia tăng cao hơn cũng như giảm giá để chiếm thị phần, làm giảm tỷ suất lợi nhuận và do đó ảnh hưởng xấu đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Mobicast là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động ("MVNO") sở hữu thương hiệu Reddi. MVNO thường thuê băng thông mạng từ các công ty viễn thông truyền thống, do đó, bất kỳ gián đoạn nào trong hoạt động của các doanh nghiệp viễn thông truyền thống đều có thể ảnh hưởng 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. Sức ép cạnh tranh ngày càng tăng có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thực hiện phá giá để cạnh tranh. Mobicast có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như khuyến mãi và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Ngân hàng Techcombank có thể phải đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt hơn từ các định chế tài chính trong nước và ngoài nước. Ngân hàng Nhà nước đã cho phép các ngân hàng nước ngoài hoạt động tại Việt Nam thông qua các chi nhánh. Khi Ngân hàng Nhà nước tiếp tục thực thi chính sách tự do hóa khu vực ngân hàng, Techcombank cũng có thể phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt hơn từ các ngân hàng đang hoạt động tại Việt Nam. Điều này có thể gây ra ảnh hưởng bất lợi đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Masan Group phụ thuộc vào khả năng duy trì các hoạt động tuyển dụng hoặc giữ chân nhân viên có trình độ phù hợp với các vị trí quản lý then chốt của mình.

Mặc dù Masan Group không phụ thuộc vào bất kỳ thành viên nào trong Hội đồng Quản trị, Ban kiểm soát, Ban Điều hành hay đội ngũ quản lý cấp cao, nhưng thành công của chúng tôi có được phần lớn là nhờ những kỹ năng, năng lực và cống hiến của các thành viên này, cũng như khả năng tuyển dụng, giữ chân cán bộ quản lý cấp cao và những nhân viên có kỹ năng phù hợp khác. Do sự cạnh tranh khốc liệt tại Việt Nam, chúng tôi phải thường xuyên đối mặt với nhiều thách thức trong việc tuyển dụng và giữ chân đủ chuyên viên giỏi. Việc mất đi nhân sự chủ chốt có thể gây ra ảnh hưởng bất lợi đối với hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của Masan Group.

Triển vọng kinh doanh của Masan Group gắn liền trực tiếp với triển vọng kinh tế Việt Nam và thế giới.

Triển vọng kinh doanh của chúng tôi gắn liền với triển vọng kinh tế của Việt Nam, vốn phụ thuộc nhiều vào triển vọng kinh tế toàn cầu do chiến lược tăng trưởng dựa trên FDI và định hướng xuất khẩu. Với các hoạt động kinh doanh vật liệu trong lĩnh vực tiêu dùng và bán lẻ, suy thoái kinh tế ở Việt Nam có thể dẫn đến niềm tin của người tiêu dùng và sức mua giảm, từ đó ảnh hưởng bất lợi đáng kể đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của chúng tôi.

Kết quả tài chính của Masan High-Tech Materials sẽ bị ảnh hưởng bởi sự biến động của giá cả hàng hóa.

Dự án Núi Pháo bán các sản phẩm tinh quặng hoặc sản phẩm có giá trị gia tăng chế biến từ vonfram, florit, bismut và đồng. Giá bán sản phẩm của công ty sẽ phụ thuộc vào tình hình cung cầu của thị trường quốc tế và mặt bằng giá của những sản phẩm này. Bất kỳ biến động nào về giá cả toàn cầu đối với khoáng sản mà chúng tôi bán cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh High-Tech Materials của chúng tôi.

Tác động của đại dịch COVID-19 vẫn còn rất khó lường.

COVID-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế toàn cầu trong năm 2020 và 2021. Mặc dù tiến triển của vắc xin đã giúp cải thiện tâm lý thị trường nhưng tốc độ phục hồi kinh tế toàn cầu được dự đoán vẫn không chắc chắn. Việc gián đoạn kinh doanh trên nhiều lĩnh vực dự kiến sẽ tác động mạnh tới nhiều hoạt động của chúng ta, chưa kể luôn có nguy cơ bùng phát biến thể mới của virus.



Báo cáo Tài chính

Báo cáo Kết quả Kinh doanh Hợp nhất

Đơn vị triệu đồng	2021 Kiểm toán	2020 Kiểm toán
Doanh thu gộp	89.791.619	78.868.319
Các khoản giảm trừ	(1.162.852)	(1.650.511)
Doanh thu thuần	88.628.767	77.217.808
Giá vốn hàng bán	(66.493.966)	(59.329.111)
Lợi nhuận gộp	22.134.801	17.888.697
Chi phí bán hàng	(11.786.338)	(13.166.087)
Chi phí quản lý doanh nghiệp	(4.064.969)	(3.040.896)
Thu nhập tài chính	6.799.578	1.430.663
Chi phí tài chính	(5.706.531)	(4.556.671)
Lợi nhuận từ Công ty liên kết	3.896.641	2.640.068
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	11.273.182	1.195.774
Các hoạt động khác	215.602	1.129.065
Lợi nhuận trước thuế	11.488.784	2.324.839
Thuế	(1.387.403)	(929.826)
Lợi nhuận thuần	10.101.381	1.395.013
Phân bổ cho		
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	1.538.499	161.031
Chủ sở hữu của Công ty	8.562.882	1.233.982

Bảng Cân đối Kế toán Hợp nhất

Đơn vị triệu đồng	31/12/2021 Kiểm toán	31/12/2020 Kiểm toán
TÀI SẢN NGẮN HẠN	43.630.176	29.760.685
Tiền và các khoản tương đương tiền	22.304.822	7.721.442
Đầu tư ngắn hạn	332.753	447.250
Phải thu thuần từ hoạt động kinh doanh	2.446.855	1.954.059
Phải thu khác	4.187.554	5.097.383
Hàng tồn kho	12.813.391	12.497.917
Tài sản ngắn hạn khác	1.544.801	2.042.634
TÀI SẢN DÀI HẠN	82.463.295	85.975.877
Các khoản phải thu dài hạn	1.878.478	1.592.008
Tài sản cố định	42.653.939	49.582.187
TSCĐ hữu hình	31.151.629	34.321.764
TSCĐ Thuê tài chính	209.550	22.278
TSCĐ vô hình	11.292.760	15.238.145
Bất động sản đầu tư	810.057	14.518
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	2.021.827	2.274.759
Đầu tư dài hạn	24.538.803	20.353.099
Tài sản dài hạn khác	10.560.191	12.159.306
TỔNG TÀI SẢN	126.093.471	115.736.562

Đơn vị triệu đồng	31/12/2021 Kiểm toán	31/12/2020 Kiểm toán
NỢ NGẮN HẠN	34.547.836	38.874.663
Vay và nợ ngắn hạn	18.805.727	22.545.046
Phải trả người bán	7.970.287	6.832.649
Người mua trả tiền trước	168.183	1.074.932
Thuế & các khoản phải nộp Nhà nước	801.899	941.302
Phải trả người lao động	222.205	239.074
Chi phí phải trả	4.996.691	4.705.417
Nợ ngắn hạn khác	1.582.844	2.536.243
NỢ DÀI HẠN	49.208.983	51.831.620
Vay và nợ dài hạn	39.371.918	39.466.043
Nợ dài hạn khác	9.837.065	12.365.577
TỔNG NỢ PHẢI TRẢ	83.756.819	90.706.283
VỐN CHỦ SỞ HỮU	42.336.652	25.030.279
Vốn cổ phần	11.805.347	11.746.832
Thặng dư vốn cổ phần	11.084.247	11.084.297
Vốn khác của chủ sở hữu	(8.388.147)	(8.563.690)
Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	(147.087)	(284.952)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	(339.255)	(226.972)
Lợi nhuận giữ lại	18.795.877	2.182.124
Lợi ích của cổ đông không kiểm soát	9.525.670	9.092.640
TỔNG NGUỒN VỐN	126.093.471	115.736.562

Các Chỉ số Tài chính

	31/12/2021	31/12/2020
Hệ số thanh toán hiện thời	1,3x	0,8x
Hệ số thanh toán nhanh	0,9x	0,4x
Tổng Nợ/EBITDA	3,6x	6,0x
Tổng Nợ/Tổng tài sản	0,5x	0,5x
Vòng quay hàng tồn kho	5,3x	4,7x
Số ngày tồn kho (ngày)	69	68
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROAE)	35,1%	4,0%
Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân (ROAA)	8,4%	1,0%
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	70,3%	66,7%
Biên EBIT	11,5%	5,6%
Biên EBITDA	18,5%	13,4%
Biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty	9,7%	1,6%
Biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty của các hoạt động kinh doanh chính	3,6%	1,6%

Thảo luận của Ban Điều Hành và phân tích kết quả tài chính

Phần này sẽ thảo luận và phân tích kết quả tài chính hợp nhất năm 2021 của Masan Group. Các mục chính được dựa trên số liệu đã kiểm toán còn một số phân khúc và danh mục được dựa trên báo cáo quản trị. Để biết thêm thông tin chi tiết hơn về các công ty con và công ty liên kết niêm yết khác của chúng tôi như Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (HNX-UPCoM: “MCH”), Công ty Cổ phần Masan MEATLife (HNX-UPCoM: “MML”), Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (HNX-UPCoM: “MSR”) và Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam (“Techcombank” hoặc “TCB”; HSX: “TCB”), vui lòng tham khảo báo cáo thường niên chính thức được công bố tại website của các công ty.

Doanh thu

Đơn vị tỷ đồng	2021 Kiểm toán	2020 Kiểm toán
Doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh		
The CrownX ¹	58.040	54.276,970
Masan Consumer Holdings (“MCH”)	28.764	23.971.015
WinCommerce (“WCM”)	30.900	30.977.796
Masan MEATLife (“MML”)	18.891	16.119.005
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	13.564	7.291.181
Tổng cộng	88.629	77.217.808

Tổng doanh thu thuần của Masan Group tăng 14,8% lên 88.629 tỷ đồng trong năm 2021 từ mức 77.218 tỷ đồng năm 2020. Trên cơ sở so sánh tương đương, nếu loại trừ doanh thu tháng 12 năm 2020 từ mảng thức ăn chăn nuôi của MML, doanh thu thuần năm 2021 đã tăng 16,6% so với năm ngoái. Sự gia tăng này chủ yếu được thúc đẩy nhờ tăng trưởng mạnh mẽ lên đến hai chữ số của MCH, MML và mức tăng 82,7% của MHT do giá hàng hóa cao hơn và hợp nhất cả năm của HCS. Doanh

thu WCM giảm 0,3%, chủ yếu do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 đối với phân khúc siêu thị và tốc độ mở rộng của hàng còn chậm.

The CrownX, công ty hợp nhất lợi ích của chúng tôi tại WCM và MCH, ghi nhận doanh thu thuần tăng 6,9% lên 58.040 tỷ đồng trong năm 2021, so với mức doanh thu thuần 54.277 tỷ đồng trong năm 2020. MCH, mảng kinh doanh các sản phẩm tiêu dùng mang thương hiệu CrownX,

đã tăng trưởng doanh thu thuần 20,0% lên 28.764 tỷ đồng năm 2021 từ 23.971 tỷ đồng năm 2020. Đây là năm thứ hai liên tiếp MCH đạt mức tăng trưởng doanh thu từ 20% trở lên khi doanh thu trước đó đã tăng 27,2% trong năm 2020 so với năm 2019. Doanh thu tăng trưởng cao nhờ mức tăng 18,8% của ngành hàng gia vị, 27,4% của thực phẩm tiện lợi, 51,7% của thịt chế biến, 20,9% của đồ uống (nước tăng lực, nước đóng chai, đồ uống dinh dưỡng, cà phê và bia) và 1,5 nghìn tỷ đồng doanh

thu đóng góp từ Công ty Cổ phần Bột giặt Net (“NET”) chuyên kinh doanh các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình. Tăng trưởng trong thương mại hiện đại được đẩy mạnh nhờ giá trị cộng hưởng với WCM, trong khi tỷ lệ thành công cao hơn của các sản phẩm mới cũng góp phần vào tăng trưởng doanh thu.

Mảng bán lẻ của The CrownX, WCM đạt 30.900 tỷ đồng doanh thu thuần trong năm 2021, giảm 0,3% so với mức doanh thu thuần 30.978 tỷ đồng của năm ngoái dù số lượng điểm bán giảm sau quá trình tinh gọn mạng lưới năm 2020. Số lượng điểm bán từ đầu năm 2021 ít hơn 668 địa điểm so với đầu năm 2020. Doanh thu/m² của các cửa hàng (khai trương trước năm 2020) trên cơ sở so sánh tương đương tăng 15,0% đối với minimart, nhưng giảm 10,6% đối với siêu thị chủ yếu do ảnh hưởng của đại dịch. Mặc dù việc mở rộng cửa hàng bị hạn chế do COVID-19, WCM vẫn mở thêm được 387 cửa hàng mới, trong đó có 285 cửa hàng được mở trong quý 4/2021. Điều này củng cố niềm tin của Ban Điều hành vào khả năng mở rộng hơn nữa số lượng cửa hàng trong năm 2022 và sau đó. Việc đẩy mạnh mở rộng mô hình CVLife vào năm 2022 dự kiến sẽ cải thiện lợi nhuận của các cửa hàng hiện tại và giảm thời gian cần thiết để các cửa hàng mới đạt mức hòa vốn.

Doanh thu thuần của MML năm 2021 đạt 18.891 tỷ đồng, tăng 17,2% so với 16.119 tỷ đồng năm 2020. Trên cơ sở so sánh tương đương, nếu loại trừ doanh thu tháng 12 năm 2020 từ mảng thức ăn chăn nuôi, doanh thu thuần năm 2021 đã tăng 16,6% so với năm ngoái. Mảng thịt heo tích hợp, bao gồm các trại heo và nhà máy chế biến, mang lại doanh thu thuần năm 2021 là 2.999 tỷ đồng, tăng 31,8% so với năm 2020. Các nhà máy chế biến thịt heo của MML hoạt động với công suất sử dụng trung bình 20% vào năm 2021, cho thấy sản lượng có thể tăng gấp 5 lần. 3F VIỆT, bao gồm toàn bộ chuỗi giá trị sản xuất thịt gà, đạt doanh thu 1.487 tỷ đồng năm 2021. Hợp lực từ việc 3F VIỆT tích hợp với hệ sinh thái của Masan đã giúp các thương hiệu thịt gà của MML trở nên sẵn có trong toàn bộ hệ sinh thái của WCM. Mảng thức ăn chăn nuôi của MML đạt doanh thu 14.106 tỷ đồng trong 11 tháng đầu năm 2021, do mảng kinh doanh này đã được tách khỏi hoạt động của MML vào cuối tháng 11/2021.

MHT đạt 13.564 tỷ đồng doanh thu thuần vào năm 2021, tăng 82,7% so với 7.426 tỷ đồng vào năm 2020, do hợp nhất kết quả cả năm của HCS (12 tháng năm 2021 so với 7 tháng năm 2020) và giá APT trung bình cao hơn là 286 USD/MTU năm 2021 so với 222 USD/MTU năm 2020.



1. Theo số liệu của Ban Điều Hành.

Lợi nhuận gộp

Đơn vị tỷ đồng	2021 Kiểm toán	2020 Kiểm toán
Lợi nhuận gộp theo lĩnh vực kinh doanh		
The CrownX ²	17.513	15.820
Masan Consumer Holdings (“MCH”)	11.912	9.929
WinCommerce (“WCM”)	6.183	5.232
Masan MEATLife (“MML”)	2.303	2.725
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	2.270	161
Tổng cộng	22.135	17.889

2. Theo số liệu của Ban Điều Hành.

Lợi nhuận gộp hợp nhất tăng 23,7% lên 22.135 tỷ đồng trong năm 2021 từ mức 17.889 tỷ đồng năm 2020. Biên lợi nhuận gộp của Masan Group tăng đạt 25,0% trong năm 2021 từ mức 23,2% của năm 2020. Biên lợi nhuận gộp hợp nhất tăng trong năm 2021 nhờ biên lợi nhuận của WCM tăng 310 điểm cơ bản và biên lợi nhuận của MHT tăng 1.450 điểm cơ bản, trong khi biên lợi nhuận của MCH không đổi so với năm ngoái. Biên lợi nhuận gộp của MML giảm 470 điểm cơ bản chủ yếu do giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn, làm ảnh hưởng đến mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi. Nhìn chung, MCH đóng góp 53% lợi nhuận gộp hợp nhất của Masan trong năm 2021, đứng thứ 2 là WCM với 27%, MML 10% và MHT 10%.

Lợi nhuận gộp của The CrownX tăng từ 15.820 tỷ đồng năm 2020 lên 17.513 tỷ đồng năm 2021, tăng trưởng 10,7% qua các năm với biên lợi nhuận gộp tăng 110 điểm cơ bản. Lợi nhuận gộp của MCH tăng trưởng ở mức 20,0%, từ 9.929 tỷ đồng năm 2020 lên 11.912 tỷ đồng trong năm 2021. Điều này xuất phát từ mức tăng 20% trong doanh thu thuần, trong khi biên lợi nhuận gộp là 41,4% năm 2021, gần như không đổi so với năm ngoái, mặc dù giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn và tăng trưởng cao hơn ở các ngành hàng có biên lợi nhuận tương đối thấp như thực phẩm tiện lợi và thịt chế biến. Biên lợi nhuận gộp vẫn duy trì ổn định ở mức vững chắc thông qua các sáng kiến cắt giảm chi phí và kim tăng giá khi cần thiết để vượt qua áp lực lạm

phát cũng như cải thiện biên lợi nhuận của từng ngành hàng. Lợi nhuận gộp của WCM tăng trưởng ở mức 18,2%, từ 5.232 tỷ đồng năm 2020 lên 6.183 tỷ đồng trong năm 2021. Tỷ suất lợi nhuận gộp năm 2021 là 20,0% so với 16,9% năm 2020, do tổng biên lợi nhuận thương mại (“TCM”) tăng 310 điểm cơ bản so với năm ngoái. Mức tăng của TCM có được là nhờ quá trình đàm phán thành công với hơn 1.000 nhà cung cấp để cải thiện biên lợi nhuận sau thuế, kết quả là TCM đạt mức cao nhất từ trước đến nay (30,4%) trong quý 4/2021.

Lợi nhuận gộp của MML giảm từ 2.725 tỷ đồng năm 2020 xuống 2.303 tỷ đồng năm 2021, giảm 15,5% so với cùng kỳ năm trước do giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn, làm giảm tỷ suất lợi nhuận

màng thức ăn chăn nuôi và hiệu ứng hợp nhất của 3F VIỆT. Kết quả là biên lợi nhuận gộp giảm từ mức 16,9% năm 2020 xuống còn 12,2% trong năm 2021. Biên lợi nhuận gộp của phân khúc thịt heo tích hợp tăng 100 điểm cơ bản trong năm 2021, do tăng cường sức mạnh cộng hưởng từ hoạt động kinh doanh thịt tổng hợp, cùng với việc tăng quy mô và tỷ lệ tiêu thụ thịt heo cao hơn. Đối với phân khúc gà 3F VIỆT, biên lợi nhuận gộp tăng lên (2,4)% trong quý 4/2021, so với (17,4)% trong 9 tháng năm 2021 và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong năm 2022 nhờ tăng cường kết hợp giữa doanh số B2C và sức mạnh cộng hưởng cao hơn với hệ sinh thái của Masan.

Lợi nhuận gộp của MHT tăng 1.309,9% lên 2.270 tỷ đồng trong năm 2021, từ mức 161 tỷ đồng năm 2020, chủ yếu do giá hàng hóa cao hơn, do đó biên lợi nhuận gộp của MHT tăng lên mức 16,7% trong năm 2021 so với mức 2,2% năm 2020.

Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng trong năm 2021 giảm 10,5% xuống còn 11.786 tỷ đồng so với mức 13.166 tỷ đồng năm 2020. Nhờ vậy, chi phí bán hàng tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần trong năm 2021 giảm xuống 13,3% so với mức 17,1% trong năm 2020.

Tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần, chi phí bán hàng tại MCH giảm 53 điểm cơ bản trong năm 2021 so với năm

2020 do doanh thu tăng trưởng cao hơn và tối ưu hóa chi phí bán hàng. Phần tiết kiệm của WCM là lớn nhất với chi phí bán hàng tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu giảm 618 điểm cơ bản nhờ tối ưu hóa đáng kể các hoạt động khuyến mãi và tổng chi phí bán hàng. MML tiết kiệm được 101 điểm cơ bản, trong khi chi phí bán hàng của MHT tăng 24 điểm cơ bản do hợp nhất kết quả cả năm 2021 của HCS.

Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí quản lý doanh nghiệp trong năm 2021 tăng 33,7% lên 4.065 tỷ đồng so với 3.041 tỷ đồng năm 2020. Chi phí quản lý doanh nghiệp tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần tăng từ mức 3,9% trong năm 2020 lên đến 4,6% năm 2021. Tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu, chi phí quản lý doanh nghiệp của MCH tăng 18 điểm cơ bản, của WCM tăng 57 điểm cơ bản, của MHT tăng 105 điểm cơ bản và của MML giảm 47 điểm cơ bản trong năm 2021 so với năm ngoái.

Doanh thu hoạt động tài chính

Doanh thu hoạt động tài chính tăng 375,3% lên 6.800 tỷ đồng năm 2021 từ mức 1.431 tỷ đồng năm 2020, chủ yếu do tăng thu lãi từ hoạt động nguồn vốn và lãi một lần từ việc ngừng hợp nhất mảng

kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MML và chuyển nhượng trái phiếu hoán đổi trong năm 2021. Doanh thu hoạt động tài chính năm 2020 bao gồm lợi thế thương mại âm và tác động hợp nhất từ việc MHT mua lại mảng kinh doanh vonfram của HCS.

Chi phí tài chính

Chi phí tài chính tăng 25,2% lên 5.707 tỷ đồng trong năm 2021 so với mức 4.557 tỷ đồng năm 2020, do chi phí lãi vay tăng liên quan đến phát hành trái phiếu trong 6 tháng cuối năm 2020.

Lợi nhuận từ công ty liên kết

Lợi nhuận từ công ty liên kết phần lớn đến từ phần đóng góp lợi nhuận của Techcombank tương ứng với tỷ lệ phần trăm lợi ích kinh tế của Tập đoàn. Tỷ lệ lợi nhuận trong công ty liên kết tăng 47,6% lên 3.897 tỷ đồng trong năm 2021 từ mức 2.640 tỷ đồng năm 2020, do lợi nhuận cao hơn từ Techcombank trong năm 2021.

Lợi nhuận sau thuế

Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty (“NPAT Post-MI”) ghi nhận trong năm 2021 tăng 593,9% lên 8.563 tỷ đồng so với mức 1.234 tỷ đồng của năm 2020, nhờ lợi nhuận cao hơn tại MCH, MHT, TCB và giảm lỗ tại WCM cũng như

khoản thu nhập một lần từ việc ngừng hợp nhất mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MML và chuyển nhượng trái phiếu hoán đổi, bù đắp cho chi phí lãi vay và phân bổ lợi thế thương mại cao hơn. Năm 2020, Masan Group cũng ghi nhận khoản lãi một lần là 1.342 tỷ đồng từ thương vụ được cho là “mua giá rẻ” khi mua lại HCS. Không tính khấu hao do điều chỉnh giá trị hợp lý và lợi thế thương mại từ các thương vụ mua lại và khoản lợi nhuận một lần nói trên, Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty của các hoạt động kinh doanh chính năm 2021 đạt 4.400 tỷ đồng, tăng 256,3% so với mức 1.235 tỷ đồng năm 2020.

Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền và các khoản tương đương tiền của Masan Group, bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (ví dụ như tiền gửi có kỳ hạn), các khoản thu có lãi liên quan đến hoạt động nguồn vốn tăng lên mức 22.638 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021 so với mức 8.169 tỷ đồng tại ngày 31/12/2020.

Dòng tiền chi chủ yếu là 5,3 nghìn tỷ đồng cho các thương vụ mua lại và tăng sở hữu tại các công ty con, thanh toán chi phí lãi vay 5,1 nghìn tỷ đồng, chi phí đầu tư 2,8 nghìn tỷ đồng, trả cổ tức bằng tiền mặt 3,4 nghìn tỷ đồng cho cổ đông không kiểm soát tại các công ty con của chúng

tôi. Dòng tiền thu được chủ yếu đến từ 17,4 nghìn tỷ đồng tiền thu được từ phát hành cổ phiếu tại các công ty con, 1,1 nghìn tỷ thu từ hoạt động kinh doanh, 13,7 nghìn tỷ đồng từ thoái vốn đầu tư và trái phiếu hoán đổi cũng như 3 nghìn tỷ đồng vay ròng.

Hàng tồn kho

Hàng tồn kho tăng lên mức 12.813 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021, gần như không đổi so với mức 12.498 tỷ đồng tại ngày 31/12/2020. Số ngày tồn kho gần như không biến động dù ngừng hợp nhất mảng thức ăn chăn nuôi và số ngày tồn kho tại MHT giảm nhưng việc giảm này được bù đắp cho số ngày tồn kho tại WCM tăng lên.

Tài sản cố định

Tại ngày 31/12/2021, tài sản cố định đạt mức 42.654 tỷ đồng so với mức 49.582 tỷ đồng tại ngày 31/12/2020. Mức sụt giảm chủ yếu là do ngừng hợp nhất mảng thức ăn chăn nuôi của MML và chi phí khấu hao/phân bổ tài sản cố định.

Đầu tư vào Công ty liên kết

Đầu tư vào công ty liên kết thể hiện lợi ích kinh tế của MSN tại Techcombank, Phúc Long Heritage, VISSAN và Cholimex là 24.539 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021.



Tổng tài sản

Tổng tài sản tăng 8,9% lên 126.093 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021 so với mức 115.736 tỷ đồng tại ngày 31/12/2020. Nguyên nhân chủ yếu là do tiền và các khoản tương đương tiền, cũng như các khoản đầu tư dài hạn tăng lên.

Các khoản vay

Tại ngày 31/12/2021, vay ngắn hạn và dài hạn giảm 6,2%, đạt 58.178 tỷ đồng so với 62.011 tỷ đồng tại ngày 31/12/2020, chủ yếu do ngừng hợp nhất mảng thức ăn chăn nuôi và giảm số dư của WCM.

Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu tại ngày 31/12/2021 đạt 42.337 tỷ đồng, tăng 69,2% so với mức 25.030 tỷ đồng tại ngày 31/12/2020. Vốn chủ sở hữu tăng đáng kể trong năm 2021 chủ yếu do lợi nhuận năm 2021 cao hơn và phát hành cổ phần TCX cho đối tác chiến lược.



Triển vọng Tài chính năm 2022

Triển vọng tương lai phản ánh kỳ vọng của Masan Group tính đến ngày phát hành báo cáo và có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố rủi ro đã phân tích trong báo cáo thường niên này. Kết quả tài chính trong tương lai không thể dự đoán chính xác và có thể bị ảnh hưởng trọng yếu bởi các yếu tố nằm ngoài tầm kiểm soát và khả năng dự báo của chúng ta. Dự toán ngân sách và kế hoạch kinh doanh cuối cùng mà MSN và các công ty con của chúng tôi sẽ trình bày tại ĐHCĐTN của mỗi công ty có thể khác với triển vọng tài chính phân tích dưới đây.

Trên cơ sở ước tính sơ bộ, có thể thay đổi và phụ thuộc vào quy trình phê duyệt thông thường của doanh nghiệp, dự báo tài chính năm 2022 của Masan cho thấy doanh thu thuần hợp nhất dự kiến đạt từ 90 nghìn tỷ đồng đến 100 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 21% - 35%, so với 74,2 nghìn tỷ đồng (không bao gồm doanh thu mảng thức ăn chăn nuôi) trong năm tài chính 2021. Trong năm tài chính 2021, chỉ riêng doanh thu từ các lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng (không bao gồm mảng thức ăn chăn nuôi và MHT) đã chiếm tỷ trọng 68% và dự kiến sẽ tiếp tục tăng lên 85% trong năm tài chính 2022. Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty trong các hoạt động kinh doanh chính (không bao gồm lãi/lỗ ghi nhận một lần và mảng thức ăn chăn nuôi) dự kiến sẽ dao động trong khoảng 5 nghìn tỷ

đồng và 7 nghìn tỷ đồng, tăng 31% - 84% so với 3,8 nghìn tỷ đồng trong năm tài chính 2021.

Chúng tôi hoàn toàn tin tưởng rằng chúng tôi có khả năng hoàn thành kế hoạch kinh doanh năm 2022 đã đề ra. Chiếm gần 65% doanh thu thuần của Masan Group trong năm 2021, The CrownX dự kiến sẽ mang lại doanh thu thuần trong khoảng 68 - 76 nghìn tỷ đồng trong năm tài chính 2022, tăng 18% - 31% so với năm tài chính 2021.

WCM dự kiến sẽ mang lại doanh thu thuần trong khoảng 38 - 40 nghìn tỷ đồng trong năm 2022, tăng 23% - 29% so với năm trước nhờ tăng trưởng doanh thu tại các cửa hàng hiện có và mở rộng số lượng cửa hàng. Việc mở rộng các định dạng mới, tập trung vào các sản phẩm tươi sống, nhãn hiệu riêng và mở rộng mô hình CVLife sẽ mang lại động lực tăng trưởng lớn hơn nữa. Chú trọng mục tiêu tăng lợi nhuận thông qua đàm phán các điều khoản tốt hơn với nhà cung cấp, giảm chi phí logistic và tăng cường năng lực phân phối.

Doanh thu thuần của MCH dự kiến sẽ đạt 34 - 40 nghìn tỷ đồng trong năm tài chính 2022, tăng 18% - 39% so với năm tài chính 2021, nhờ chiến lược cao cấp hóa, tăng trưởng các ngành hàng chính, ra mắt các phát kiến mới và tăng cường lượng hàng

có sẵn tại các điểm bán của WCM cũng như các nhà bán lẻ thương mại hiện đại khác.

MML kỳ vọng đạt doanh thu thuần từ 5 đến 6,5 nghìn tỷ đồng, tăng 11% - 45% so với năm trước (không bao gồm mảng thức ăn chăn nuôi), nhờ vào việc mở rộng danh mục sản phẩm thịt heo và thịt gà có thương hiệu cũng như tăng cường phân phối qua mạng lưới của WCM. Lợi nhuận dự kiến sẽ tăng cao nhờ tỷ lệ tiêu thụ cao hơn và tăng trưởng doanh số bán thịt chế biến.

MHT dự kiến sẽ mang lại doanh thu thuần từ 14,5 đến 15 nghìn tỷ đồng, tăng 7 - 11% nhờ các yếu tố cơ bản về thị trường vonfram không ngừng được cải thiện vào năm 2022 và sức mạnh của thị trường hàng hóa nói chung.

TCB: Masan tin rằng ngân hàng Techcombank sẽ đạt mức tăng trưởng lợi nhuận ổn định, như được phản ánh qua dự báo sơ bộ cho năm tài chính 2022. Các doanh nghiệp mới: Phúc Long Heritage: Năm 2022, doanh thu của Phúc Long dự kiến đạt 2.500 tỷ đồng đến 3.000 tỷ đồng nhờ mở rộng mạng lưới thông qua các cửa hàng và kiosk WCM cũng như mở rộng danh mục sản phẩm trà và cà phê. Mobicast, thông qua thương hiệu Reddi, đặt mục tiêu gia tăng cơ sở khách hàng vào năm 2022.



Như vậy, MSN hoàn toàn có thể tin tưởng vào khả năng mang đến kết quả tài chính hợp nhất năm 2022 khả quan hơn so với năm 2021 do triển vọng hoạt động trên tất cả các mảng kinh doanh của công ty như đã phân tích ở trên. Khi các doanh nghiệp mới được mua lại của chúng tôi bắt đầu cải thiện kết quả kinh doanh, kết hợp với việc giảm dần tỷ lệ nợ trên bảng cân đối kế toán, MSN kỳ vọng sẽ đạt được lợi nhuận cao và quan trọng hơn là tạo ra giá trị vượt trội cho các cổ đông của chúng tôi.

Triển vọng Bảng cân đối kế toán 2022

Tại ngày 31/12/2021, tổng nợ của MSN là 58.178 tỷ đồng, với số dư tiền và các khoản tương đương tiền đạt 22.638 tỷ đồng. Tỷ lệ Nợ ròng/EBITDA hợp nhất của Masan đạt 2,2 lần tính đến cuối tháng 12/2021. Trong vòng 12 tháng tới, Masan sẽ tập trung vào việc củng cố bảng cân đối kế toán và cân đối chỉ số đòn bẩy thông qua các giải pháp sau, đồng thời duy trì mức Nợ ròng/EBITDA trong khoảng từ 2,0 lần đến 3,0 lần:

- Các tỉ suất tài chính dự kiến sẽ được cải thiện với tỷ trọng EBITDA cao hơn

từ WCM trong năm 2022 so với năm 2021

- EBITDA cao hơn trong tương lai gần thông qua tốc độ tăng trưởng hai chữ số của MCH và củng cố mảng kinh doanh thịt có thương hiệu của MML
- Giá hàng hóa cao hơn và tăng cường tích hợp các hoạt động của MHT và HCS trên toàn cầu sẽ mang lại tính linh hoạt cao hơn, qua đó đạt được lợi nhuận lớn hơn
- Giảm nợ tại MSN và các công ty con bằng cách tận dụng dòng tiền tự do từ hoạt động kinh doanh và cải thiện chu kỳ chuyển đổi tiền mặt của vốn lưu động

Báo cáo Tài chính



Báo cáo này là Báo cáo tài chính hợp nhất. Để xem Báo cáo Tài chính riêng lẻ, vui lòng truy cập vào website của Công ty theo mã QR.



Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan Thông tin về Công ty

Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số	0303576603	ngày 18 tháng 11 năm 2004
	Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp của Công ty đã được điều chỉnh nhiều lần, lần điều chỉnh gần nhất là vào ngày 17 tháng 6 năm 2021. 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
	Ông Woncheol Park	Thành viên
	Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên
	Ông David Tan Wei Ming	Thành viên
	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên (từ ngày 1 tháng 4 năm 2021)
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
Đại diện theo pháp luật	Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	Ông Danny Le	Tổng Giám đốc
Trụ sở đăng ký	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza 17 Lê Duẩn Phường Bến Nghé, Quận 1 Thành phố Hồ Chí Minh Việt Nam	
Công ty kiểm toán	Công ty TNHH KPMG Việt Nam	

Công bố trách nhiệm của Ban Tổng Giám đốc đối với Báo cáo Tài chính Hợp nhất

Ban Tổng Giám đốc của 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 2021.

Ban Tổng Giám đốc 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 2021 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 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 đã được trình bày và giải thích trong báo cáo tài chính hợp nhất nếu có; 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 cũng chịu trách nhiệm bảo đảm các sổ sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính 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 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 cam kết rằng họ 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 2021, các 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 8 tháng 3 năm 2022

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 2021, 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 8 tháng 3 năm 2022, được trình bày từ trang 5 đến trang 97.

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 2021, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất 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: 21-01-00241-22-4



Nelson Rodriguez Casihan

Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề

Kiểm toán số 2225-2018-007-1

Phó Tổng Giám đốc

Báo Cáo Thường Niên 2021

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 8 tháng 3 năm 2022

Nguyễn Thùy Ninh

Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề

Kiểm toán số 4623-2018-007-1

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2021

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
TÀI SẢN				
TÀI SẢN NGẮN HẠN				
(100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)	100		43.630.176	29.760.685
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	7	22.304.822	7.721.442
Tiền	111		6.885.412	1.930.142
Các khoản tương đương tiền	112		15.419.410	5.791.300
Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		332.753	447.250
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	8(a)	332.753	447.250
Các khoản phải thu ngắn hạn	130	9	6.634.409	7.051.442
Phải thu của khách hàng	131		2.480.224	2.061.915
Trả trước cho người bán	132		851.052	606.656
Phải thu về cho vay ngắn hạn	135		2.452.812	1.140.000
Phải thu ngắn hạn khác	136		883.690	3.350.727
Dự phòng phải thu khó đòi	137		(33.369)	(107.856)
Hàng tồn kho	140	10	12.813.391	12.497.917
Hàng tồn kho	141		12.947.923	12.730.397
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(134.532)	(232.480)
Tài sản ngắn hạn khác	150		1.544.801	2.042.634
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		256.766	303.201
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		1.233.915	1.663.346
Thuế phải thu Nhà nước	153	18(a)	54.120	76.087

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

Mẫu B 01 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Tài sản dài hạn				
(200 = 210 + 220 + 230 + 240 + 250 + 260)	200		82.463.295	85.975.877
Các khoản phải thu dài hạn	210	9	1.878.478	1.592.008
Phải thu về cho vay dài hạn	215		81.150	-
Phải thu dài hạn khác	216		1.797.328	1.592.008
Tài sản cố định	220		42.653.939	49.582.187
Tài sản cố định hữu hình	221	11	31.151.629	34.321.764
Nguyên giá	222		48.474.105	50.777.648
Giá trị hao mòn lũy kế	223		(17.322.476)	(16.455.884)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224		209.550	22.278
Nguyên giá	225		308.899	90.061
Giá trị hao mòn lũy kế	226		(99.349)	(67.783)
Tài sản cố định vô hình	227	12	11.292.760	15.238.145
Nguyên giá	228		14.362.471	19.594.216
Giá trị hao mòn lũy kế	229		(3.069.711)	(4.356.071)
Bất động sản đầu tư	230	13	810.057	14.518
Nguyên giá	231		1.174.802	18.628
Giá trị hao mòn lũy kế	232		(364.745)	(4.110)
Tài sản dở dang dài hạn	240		2.021.827	2.274.759
Xây dựng cơ bản dở dang	242	14	2.021.827	2.274.759
Đầu tư tài chính dài hạn	250		24.538.803	20.353.099
Đầu tư vào các công ty liên kết	252	8(b)	24.538.803	20.320.738
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác	253		-	30.589
Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn	254		-	(5.628)
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	255		-	7.400
Tài sản dài hạn khác	260		10.560.191	12.159.306
Chi phí trả trước dài hạn	261	15	6.593.682	6.533.670
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	16	609.690	1.794.136
Lợi thế thương mại	269	17	3.356.819	3.831.500
TỔNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)	270		126.093.471	115.736.562

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

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021

	Mã số	Thuyết minh	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	27	89.791.619	78.868.319
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	27	1.162.852	1.650.511
Doanh thu thuần (10 = 01 - 02)	10	27	88.628.767	77.217.808
Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp	11	28	66.493.966	59.329.111
Lợi nhuận gộp (20 = 10 - 11)	20		22.134.801	17.888.697
Doanh thu hoạt động tài chính	21	29	6.799.578	1.430.663
Chi phí tài chính	22	30	5.706.531	4.556.671
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		4.669.426	3.770.283
Phần lãi trong các công ty liên kết	24	8(b)	3.896.641	2.640.068
Chi phí bán hàng	25	31	11.786.338	13.166.087
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	32	4.064.969	3.040.896
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 - 22) + 24 - (25 + 26)}	30		11.273.182	1.195.774
Thu nhập khác	31	33	501.150	1.613.262
Chi phí khác	32	34	285.548	484.197
Kết quả từ hoạt động khác (40 = 31 - 32)	40		215.602	1.129.065
Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50		11.488.784	2.324.839
Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	35	1.499.249	1.086.193
Lợi ích thuế TNDN hoãn lại	52	35	(111.846)	(156.367)
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52) (mang sang trang sau)	60		10.101.381	1.395.013

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

Mẫu B 02 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52) (mang sang từ trang trước)	60		10.101.381	1.395.013
Phân bổ:				
Cổ đông của Công ty	61		8.562.882	1.233.982
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	62		1.538.499	161.031
Lãi trên cổ phiếu				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu (VND)	70	37	7.269	1.054

Ngày 8 tháng 3 năm 2022

Người lập:

Người duyệt:



Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng



Đỗ Thị Quỳnh Trang
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

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

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(Phương pháp gián tiếp)

Mẫu B 03 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH				
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01		11.488.784	2.324.839
Điều chỉnh cho các khoản				
Khấu hao và phân bổ	02		4.631.679	4.583.989
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ mua lại công ty con	02		-	(1.341.663)
Các khoản dự phòng (Lãi)/lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	03		21.659	252.266
Lãi từ các hoạt động đầu tư	04		(24.706)	10.910
Chi phí lãi vay và chi phí tài chính khác	05		(10.025.168)	(3.235.762)
	06		5.093.022	4.008.435
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động				
Biến động các khoản phải thu và tài sản khác	08		11.185.270	6.603.014
Biến động hàng tồn kho	09		(800.894)	175.576
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	10		(2.232.630)	(1.116.607)
Biến động chi phí trả trước	11		(655.218)	12.219
Biến động chứng khoán kinh doanh	12		373.150	449.482
	13		-	472.134
Tiền lãi vay đã trả	14		7.869.678	6.595.818
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15		(5.068.896)	(4.213.385)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	16		(1.652.600)	(1.029.120)
	17		(4.269)	(2.014)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20		1.143.913	1.351.299
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ				
Tiền chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21		(2.805.427)	(3.678.162)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22		19.279	56.309
Tiền chi cho vay và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	23		(9.264.755)	(13.414.750)
Tiền thu từ cho vay và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	24		9.235.690	11.438.600
Tiền chi cho các khoản đầu tư	25		(5.260.675)	(27.213.440)
Hợp nhất kinh doanh, đã trừ số dư tiền của các công ty con được mua	25	5	5.153	(1.607.289)
Tiền thu từ thanh lý các khoản đầu tư	26		13.682.023	-
Tiền thu lãi tiền gửi, lãi trái phiếu, lãi cho vay, cổ tức và thu nhập khác	27		734.931	661.442
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30		6.346.219	(33.757.290)

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

	Mã số	Thuyết minh	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH				
Tiền thu được từ phát hành cổ phiếu cho cổ đông của Công ty và cổ đông không kiểm soát của các công ty con	31		17.363.923	2.386.092
Tiền chi mua lại cổ phiếu đã phát hành của công ty con	32		(9.777.448)	-
Tiền thu từ đi vay và phát hành trái phiếu	33		60.085.748	87.379.259
Tiền chi trả nợ gốc vay và trái phiếu	34		(57.114.898)	(55.031.426)
Tiền chi trả nợ gốc thuê tài chính	35		(19.537)	(894)
Tiền chi trả cổ tức cho cổ đông của Công ty và cổ đông không kiểm soát của các công ty con	36		(3.442.095)	(1.402.069)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40		7.095.693	33.330.962
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20 + 30 + 40)	50		14.585.825	924.971
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm	60		7.721.442	6.800.528
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái	61		(2.445)	(4.057)
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60 + 61)	70	7	22.304.822	7.721.442

Ngày 8 tháng 3 năm 2022

Người lập:

Người duyệt:



Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng



Đỗ Thị Quỳnh Trang
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

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

(a) Hình thức sở hữu vốn

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam.

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.

(b) Các hoạt động chính

Hoạt động chính của Công ty là tư vấn quản lý đầu tư.

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

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu trực tiếp						
1	Công ty Cổ phần Tâm nhìn Masan (trước đây là Công ty TNHH Tâm nhìn Masan) (“MH”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
2	Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”)		Tư vấn quản lý đầu tư, kinh doanh thức ăn chăn nuôi	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	87,8%	87,9%
3	Công ty TNHH The SHERPA (“SHERPA”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
1	Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	81,7%	84,8%
2	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (“MCH”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	70,0%	72,7%
3	Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”)	(i)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	46,7%	48,5%
4	Công ty TNHH Masan Master Brewer (“MMBr”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	46,7%	48,5%
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY (“MBPY”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	Khu Công nghiệp Hòa Hiệp, Xã Hòa Hiệp Bắc, Huyện Đông Hòa, Tỉnh Phú Yên, Việt Nam	46,7%	48,5%
6	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery HG (“MBHG”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Đông Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	46,7%	48,5%
7	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution (“MBD”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	46,7%	48,5%
8	Công ty TNHH Masan Brewery MB (“MBMB”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cấm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Long, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	46,7%	48,5%
9	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%
10	Masan Consumer (Thailand) Limited (“MTH”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 4, Số 83, Đường Amnuay Songkhram, Tiểu khu Tanon Nakornchaisri, Quận Dusit, Bangkok, Thái Lan	65,6%	68,9%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
11	Công ty TNHH Thực phẩm Masan (“MSF”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%
12	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan (“MSI”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Lô 6, Khu Công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Tân Đông Hiệp, Thành phố Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	65,6%	68,9%
13	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến (“VTF”)	(i)	Sản xuất gia vị	Lô III-10-Nhóm Công nghiệp III, Khu Công nghiệp Tân Bình, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%
14	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD (“MHD”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Phường Tứ Minh, Thành phố Hải Dương, Việt Nam	65,6%	68,9%
15	Công ty Cổ phần Masan PQ (“MPQ”)	(i)	Sản xuất gia vị	Khu 1, Thôn Suối Đa, Xã Dương Tô, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam	65,6%	68,9%
16	Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc (“NPQ”)	(i)	Sản xuất gia vị	Khu 1, Thôn Suối Đa, Xã Dương Tô, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam	65,6%	68,9%
17	Công ty TNHH Masan HN (“HNF”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	Lô CN-08 và CN-14, Khu Công nghiệp Đồng Văn IV, Xã Đại Cường, Huyện Kim Bảng, Tỉnh Hà Nam, Việt Nam	65,6%	68,9%
18	Công ty TNHH Masan Long An (“MLA”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Ấp 2, Xã Thạnh Hòa, Huyện Bến Lức, Tỉnh Long An, Việt Nam	65,6%	68,9%
19	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Khu Công nghiệp Biên Hòa 1, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	64,9%	68,0%
20	Công ty Cổ phần Café De Nam (“CDN”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Lô C I.III-3+5+7, Khu Công nghiệp Long Thành, Xã Tâm An, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	63,4%	57,8%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
21	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo (“VHC”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	Thôn Vĩnh Sơn, Xã Vĩnh Hảo, Huyện Tuy Phong, Tỉnh Bình Thuận, Việt Nam	59,2%	62,1%
22	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha (“KRP”)	(i)	Sản xuất đồ uống	Km số 37, Quốc lộ 27, Thị trấn Tân Sơn, Huyện Ninh Sơn, Tỉnh Ninh Thuận, Việt Nam	59,2%	62,1%
23	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage (“MSB”)	(i)	Kinh doanh và phân phối đồ uống	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%
24	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB (“MMB”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cấm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Long, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	65,6%	68,9%
25	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG (“MHG”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi và bao bì	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Đồng Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	65,6%	68,9%
26	Công ty Cổ phần Masan Jinju (“MSJ”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi	Nhà xưởng F5, Lô 6, Khu Công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Tân Đông Hiệp, Thành phố Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	49,2%	51,6%
27	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh (“QNW”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Nhóm 3A, Khu 4, Suối Mơ, Phường Bãi Cháy, Thành phố Hạ Long, Tỉnh Quảng Ninh, Việt Nam	43,2%	45,3%
28	Công ty TNHH Masan HPC (“HPC”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%
29	Công ty Cổ phần Bột giặt Net (“NET”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm gia dụng	Đường D4, Khu Công nghiệp Lộc An – Bình Sơn, Xã Bình Sơn, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	34,3%	36,0%
30	Công ty TNHH Masan Innovation (“INV”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
31	Công ty TNHH Hi-Fresh ("HIF")	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 8, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	68,9%
32	Công ty TNHH Giặt là Chuyên nghiệp Joins Pro ("JPR")	(i)/ (a)	Cung cấp dịch vụ giặt là	Tầng 8, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	65,6%	-
33	Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM ("WCM")		Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 6, International Center, 17 Ngô Quyền, Phường Trảng Tiển, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam	68,6%	80,1%
34	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Wincommerce (trước đây là Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Vincommerce) ("WinCommerce")	(ii)	Bán lẻ tiêu dùng	Tầng 5, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,6%	80,1%
35	Công ty TNHH Đầu tư Phát triển và Sản xuất Nông nghiệp WinEco (trước đây là Công ty TNHH Sản xuất và Phát triển Đầu tư Nông nghiệp VinEco) ("WinEco")	(ii)	Nông nghiệp	7 Tầng Lãng 1, Khu đô thị Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	68,6%	80,1%
36	Công ty TNHH Nông nghiệp WinEco - Đồng Nai (trước đây là Công ty TNHH Nông nghiệp Đồng Nai - VinEco) ("WinEco Đồng Nai")	(ii)	Nông nghiệp	Km 13, Quốc lộ 51, Ấp Long Khánh, Xã Tam Phước, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	53,2%	62,1%
37	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất và Phát triển Nông nghiệp WinEco - Tam Đảo (trước đây là Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất và Phát triển Nông nghiệp VinEco - Tam Đảo) ("WinEco Tam Đảo")	(ii)	Nông nghiệp	Thôn Cơ Quan, Thị trấn Gia Khánh, Huyện Bình Xuyên, Tỉnh Vĩnh Phúc, Việt Nam	61,1%	71,3%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính Trục sở	Tỷ lệ lợi ích	
				31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp					
38	Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials ("MHT")	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	86,4% 86,4%
39	Công ty TNHH Một Thành viên Tài nguyên Masan Thái Nguyên ("MRTN")	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	86,4% 86,4%
40	Công ty TNHH Một Thành viên Thương mại và Đầu tư Thái Nguyên ("TNTI")	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	86,4% 86,4%
41	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo ("NPM")	(iii)	Khai thác và chế biến khoáng sản	Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	86,4% 86,4%
42	Công ty TNHH Vonfram Masan ("MTC")	(iii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Thôn 11, Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	86,4% 86,4%
43	H.C. Starck Holding GmbH (Germany) ("HCS")	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Im Schleeke 78-91, 38642, Goslar, Đức	86,4% 86,4%
44	ChemiLytics Beteiligungs GmbH	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Im Schleeke 78-91, 38642, Goslar, Đức	86,4% 86,4%
45	H.C. Starck GmbH	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Im Schleeke 78-91, 38642, Goslar, Đức	86,4% 86,4%
46	Chemische Fabriken Oker und Braunschweig AG	(iii)	Sản xuất hóa chất dùng trong sản xuất giấy và phụ gia cho ngành vật liệu hấp thụ	Im Schleeke 78-91, 38642 Goslar, Đức	86,4% 86,4%
47	H.C. Starck Infrastructure GmbH & Co. KG	(iii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Landsberger Str. 98, 80339 Munich, Đức	86,4% 86,4

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
48	ChemiLytics GmbH & Co. KG	(iii)	Phân tích hóa học và dữ liệu đo lường vật lý	Im Schleeke 78-91, 38642 Goslar, Đức	86,4%	86,4%
49	H.C. Starck Tungsten GmbH	(iii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Landsberger Str. 98, 80339 Munich, Đức	86,4%	86,4%
50	H.C. Starck Nonferrous Metals Trading (Shanghai) Co. Ltd.	(iii)	Kinh doanh và phân phối vonfram	Phòng 301, Đường 69 Yonghong, Quận Minhhang, Thành phố Thượng Hải, Trung Quốc	86,4%	86,4%
51	H.C. Starck Canada Inc.	(iii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	933 Vidal Street South, P.O. Box 3098, Samia, Ontario, N7T 8H8, Canada	86,4%	86,4%
52	H.C. Starck Tungsten GK	(iii)	Kinh doanh và phân phối vonfram	2-20, Kaigan 1-chome, Minato-ku, Tokyo, Nhật Bản	86,4%	86,4%
53	H.C. Starck Tungsten LLC	(iii)	Kinh doanh và phân phối vonfram	45 Industrial Place, Newton, MA 02461-1951, Mỹ	86,4%	86,4%
54	H.C. Starck Jiangwu Tungsten Specialities (Ganzhou) Co. Ltd.	(iii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý hiếm (Vonfram)	Khu Công nghiệp Thủy Tây, Quận Chương Cống, Thành phố Cám Châu, Tỉnh Giang Tây, Trung Quốc	51,8%	51,8%
55	Công ty TNHH Mapleleaf ("MPL")	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
56	Công ty Cổ phần Masan Blue ("MBL")	(v)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,8%	99,8%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
57	Công ty Cổ phần Blue Tek Việt Nam ("Blue Tek")	(v)	Xuất bản phần mềm	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	50,9%	50,9%
58	Công ty Cổ phần MNS Feed (trước đây là Công ty TNHH MNS Feed) ("MNS Feed")	Thuyết minh 6	Tư vấn quản lý đầu tư	Lô A4, Đường số 4, Khu Công nghiệp Sông Mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	-	87,9%
59	Công ty TNHH MNS Feed Tiên Giang ("MNS Feed Tiên Giang")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Lô 22-23B, Khu Công nghiệp Long Giang, Xã Tân Lập 1, Huyện Tân Phước, Tỉnh Tiền Giang, Việt Nam	-	87,9%
60	Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An ("MNS Feed Nghệ An")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Khu C, Khu Công nghiệp Nam Cẩm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Xá, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	-	87,9%
61	Công ty TNHH MNS Feed Hậu Giang ("MNS Feed Hậu Giang")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Đường số 4, Khu Công nghiệp Tân Phú Thạnh – Giai đoạn 1, Xã Tân Phú Thạnh, Huyện Châu Thành A, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	-	87,9%
62	Công ty TNHH MNS Feed Thái Nguyên ("MNS Feed Thái Nguyên")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Lô B5-B6, Khu Công nghiệp Trung Thành, Huyện Trung Thành, Thị xã Phố Yên, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	-	87,9%
63	Công ty TNHH MNS Feed Vĩnh Long ("MNS Feed Vĩnh Long")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Khu 4, Tuyến Công nghiệp Cổ Chiên, Huyện Long Hồ, Tỉnh Vĩnh Long, Việt Nam	-	87,9%
64	Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế ("ANCO")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Lô A4, Đường số 4, Khu Công nghiệp Sông Mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	-	87,8%
65	Công ty TNHH Một Thành viên Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế Bình Định ("ANCO Bình Định")	Thuyết minh 6	Thức ăn chăn nuôi	Lô B4.06, Khu Công nghiệp Nhơn Hội (Khu A), Huyện Nhơn Hội, Thành phố Quy Nhơn, Tỉnh Bình Định, Việt Nam	-	87,8%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
66	Công ty Cổ phần Việt – Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc (“Proconco”)	Thuyết minh6	Thức ăn chăn nuôi	Khu Công nghiệp Biên Hòa I, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	-	66,0%
67	Công ty TNHH Một Thành viên Proconco Cần Thơ (“Proconco Cần Thơ”)	Thuyết minh6	Thức ăn chăn nuôi	Lô 13 và Lô 14, Khu Công nghiệp Trà Nóc 1, Xã Trà Nóc, Huyện Bình Thủy, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam	-	66,0%
68	Công ty TNHH Một Thành viên Con Cò Bình Định (“Proconco Bình Định”)	Thuyết minh6	Thức ăn chăn nuôi	Lô A-2-5 và Lô A-2-6, Khu Công nghiệp Nhơn Hòa, Xã Nhơn Hòa, Thị xã An Nhơn, Tỉnh Bình Định, Việt Nam	-	66,0%
69	Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Proconco Hưng Yên (“Proconco Hưng Yên”)	Thuyết minh6	Thức ăn chăn nuôi	Thôn Yên Phú, Xã Giai Phạm, Huyện Yên Mỹ, Tỉnh Hưng Yên, Việt Nam	-	66,0%
70	Công ty TNHH MNS Meat (“MNS Meat”)	(iv)	Tư vấn quản lý đầu tư	Lô A4, Đường số 4, Khu Công nghiệp Sông mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	87,9%	87,9%
71	Công ty TNHH MNS Farm (“MNS Farm”)	(iv)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	87,9%	87,9%
72	Công ty TNHH MML Farm Nghe An (trước đây là Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An) (“MNF Nghệ An”)	(iv)	Chăn nuôi và kinh doanh gia súc	Xóm Cồn Sơn, Xã Hạ Sơn, Huyện Quỳnh Hợp, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	87,9%	87,9%
73	Công ty TNHH MNS Meat Processing (“MNS Meat Processing”)	(iv)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	87,9%	87,9%
74	Công ty TNHH MEATDeli HN (trước đây là Công ty TNHH MNS Meat Hà Nam) (“MEATDeli HN”)	(iv)	Chế biến thịt gia súc	Lô CN-02, Khu Công nghiệp Đồng Văn IV, Thôn Đại Cường, Huyện Kim Bảng, Tỉnh Hà Nam, Việt Nam	87,9%	87,9%
75	Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn (“MEATDeli Sài Gòn”)	(iv)	Chế biến thịt gia súc	Lô 2 Đường 15, Lô 3-5-7 Đường 17, Lô 2 Đường 17, Lô 9 Đường 19, Khu Công nghiệp Tân Đức, Xã Hựu Thạnh, Huyện Đức Hòa, Tỉnh Long An, Việt Nam	87,9%	87,9%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty con sở hữu gián tiếp						
76	Công ty Cổ phần 3F Việt (“3F Việt”)	(iv)	Chăn nuôi và kinh doanh gia cầm	68 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	44,8%	44,8%
77	Công ty TNHH Thực phẩm 3F Việt (“3F Viet Food”)	(iv)	Chế biến thịt gia cầm	Ấp Kiến An, Xã An Lập, Huyện Dầu Tiếng, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	44,8%	44,8%
78	Công ty Cổ phần Mobicast (“MOB”)	(ix)/ Thuyết minh 5	Dịch vụ viễn thông	Tầng 4, VI Home City, 177 Trung Kính, Phường Yên Hòa, Quận Cầu Giấy, Hà Nội	70,0%	-
79	Công ty Cổ phần Đầu tư Draco (“DRC”)	(ix)/ (b)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	-
80	Công ty Cổ phần Đầu tư Fornax (“FOR”)	(ix)/ (b)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	-
81	Công ty Cổ phần Surpa (“Surpa”)	(ix)/ (b)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2021	1/1/2021
Công ty liên kết sở hữu trực tiếp						
1	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam ("Techcombank")		Ngân hàng	Tòa nhà Techcombank, 191 Bà Triệu, Phường Lê Đại Hành, Quận Hai Bà Trưng, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	Thuyết minh 8(b)	
Công ty liên kết sở hữu gián tiếp						
1	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex ("Cholimex")	(vi)	Sản xuất và kinh doanh gia vị	Lô C40 – 43/I, Đường số 7, Khu Công nghiệp Vĩnh Lộc, Huyện Bình Chánh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	32,8%	32,8%
2	Công ty Cổ phần Bao bì Thuận Phát ("Thuận Phát")	Thuyết minh 6	Sản xuất bao bì	Phường Tân Biên, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	-	25,0%
3	Công ty Cổ phần Chế biến Súc sản Long Bình ("Abattoir")	Thuyết minh 6	Chế biến súc sản	Phường Long Bình, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	-	25,0%
4	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản ("Vissan")	(vii)/(d)	Sản xuất thực phẩm và bán lẻ	420 Nơ Trang Long, Phường 13, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	24,9%	24,9%
5	Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd.	(viii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Khu Công nghiệp Thủy Tây, Quận Chương Cống, Thành phố Cẩm Châu, Tỉnh Giang Tây, Trung Quốc	30,0%	30,0%
6	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage ("Phúc Long Heritage")	(x)/(c)	Thực phẩm và đồ uống	42/24 - 42/26 Đường số 643, Tạ Quang Bửu, Phường 4, Quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	20,0%	-

- (a) Công ty TNHH Giặt là Chuyên nghiệp Joints Pro ("JPR") được thành lập theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317020365 ngày 9 tháng 11 năm 2021 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp. Tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này, JPR chưa bắt đầu hoạt động.
- (b) Công ty Cổ phần Đầu tư Draco ("DRC"), Công ty Cổ phần Đầu tư Fornax ("FOR") và Công ty Cổ phần Surpa ("Surpa") được thành lập theo các Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317104738 ngày 31 tháng 12 năm 2021, số 0317104713 ngày 31 tháng 12 năm 2021 và số 0317101342 ngày 30 tháng 12 năm 2021 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.
- (c) Vào ngày 29 tháng 5 năm 2021, SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty đã mua 20,0% vốn cổ phần tại Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage ("Phúc Long Heritage") với tổng giá trị 345.600 triệu VND, không bao gồm chi phí mua. Trong tháng 12 năm 2021, SHERPA đã chuyển nhượng toàn bộ 20,0% vốn cổ phần tại Phúc Long Heritage cho Công ty Cổ phần Đầu tư Draco, một công ty con sở hữu trực tiếp mới thành lập của SHERPA, theo kế hoạch tái cấu trúc của Tập đoàn.
- (d) Vào ngày 30 tháng 11 năm 2021, MML đã kí thỏa thuận với ANCO, một công con của MNS Feed, để mua lại cổ phiếu của Vissan. Theo đó, MML đã hoàn tất việc mua lại 20.180.026 cổ phiếu của Vissan từ ANCO vào ngày 5 tháng 12 năm 2021. Theo điều khoản của thỏa thuận chuyển nhượng cổ phần, giá chuyển nhượng được xác định theo giá trên Upcom tại ngày giao dịch. Do kết quả của giao dịch này, Vissan trở thành công ty liên kết sở hữu trực tiếp của MML.
- 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.
- (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 WCM.
- (iii) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MHT.
- (iv) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MML.
- (v) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MH.
- (vi) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MCH.
- (vii) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu trực tiếp của MML.
- (viii) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MHT.
- (ix) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp của SHERPA.
- (x) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của SHERPA.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, Tập đoàn có 32.227 nhân viên (1/1/2021: 34.938 nhân viên).

(c) Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường

Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường của Tập đoàn nằm trong phạm vi 12 tháng.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

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 Tập đoàn bắt đầu 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 được lập và trình bày bằng triệu Đồng Việt Nam (“Triệu VND”).

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.

(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, thỏa mãn 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 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 Chuẩnmực Kế toán Việt Nam số 1 *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 hợp nhất được xem như là lợi nhuận phân phối cho hoặc vốn được nhận từ các cổ đông và được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối trong 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 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 quyền kiểm soát được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của công ty nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của công ty đó. Việc đánh giá quyền kiểm soát có xét đến quyền bỏ phiếu tiềm năng có thể thực hiện được tại thời điểm hiện tại.

Giá phí hợp nhất kinh doanh (giá phí mua) gồm tổng của 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 do bên mua phát hành để đổi lấy quyền kiểm soát bên bị mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh. Các tài sản, nợ phải trả có thể xác định được và các khoản nợ tiềm tàng phải gánh chịu trong hợp nhất kinh doanh được ghi nhận theo giá trị hợp lý tại ngày mua.

Bất kỳ khoản lợi thế thương mại nào phát sinh thể hiện 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 được ghi nhận vào bảng cân đối kế toán hợp nhất, sau đó được phân bổ vào kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất (xem Thuyết minh 3(l)). Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp

nhất của năm hiện tại sau khi đã tiến hành soát xét lại nhằm đảm bảo việc xác định giá trị của tài sản, nợ phải trả có thể xác định được, nợ tiềm tàng và việc xác định giá phí hợp nhất kinh doanh đã phản ánh phù hợp việc cân nhắc tất cả thông tin có tại ngày mua.

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 tư vấn tài chính, tư vấn pháp lý, thẩm định 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 thì không được tính vào giá phí hợp nhất kinh doanh, mà được ghi nhận là chi phí trong năm mà chi phí phát sinh.

- (iii) Công ty con
- Công ty con là các công ty chịu sự kiểm soát của Tập đoàn. Sự kiểm soát tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của một công ty nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của công ty 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 cho đến ngày quyền kiểm soát chấm dứt.

- (iv) Công ty liên kết (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu)
- Công ty liên kết là những công ty mà Tập đoàn có ảnh hưởng đáng kể nhưng không kiểm soát các chính sách tài chính và hoạt động 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. Công ty liên kết được hạch toán trong báo cáo tài chính hợp nhất theo phương pháp vốn chủ sở hữu (gọi chung là các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu). 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, từ ngày bắt đầu sự ảnh hưởng đáng kể cho đến ngày kết thúc sự ảnh hưởng đáng kể đối với các đơn vị này. 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 phần lỗ của đơn vị nhận đầu tư mà Tập đoàn phải chia sẻ vượt quá lợi ích của Tập đoàn trong đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, giá trị ghi sổ của khoản đầu tư (bao gồm các khoản đầu tư dài hạn, nếu có) sẽ được ghi giảm tới bằng không và dừng việc ghi nhận các khoản lỗ phát sinh thêm trừ các khoản lỗ thuộc phạm vi mà Tập đoàn có nghĩa vụ phải trả hoặc đã trả thay cho đơn vị nhận đầu tư.

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

- (v) Lợi ích cổ đông không kiểm soát
- Lợi ích cổ đông không kiểm soát 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 hạch 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 thu hoặc chi được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu, ngoại trừ trường hợp chênh lệch

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

phát sinh từ các giao dịch liên đới ràng buộc đến việc phát hành cổ phiếu hoặc tăng vốn góp có thặng dư thì khoản chênh lệch này được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu.

(vi) **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 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.

(vii) **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 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 các công ty liên kết được trừ vào khoản đầu tư trong phạm vi lợi ích của Tập đoàn tại công ty liên kết.

(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 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, thông tin tài chính của các hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND như sau:

- Tài sản và nợ phải trả của các hoạt động ở nước ngoài, bao gồm lợi thế thương mại và khoản điều chỉnh theo giá trị hợp lý phát sinh khi mua, được quy đổi sang VND theo tỷ giá mua chuyển khoản (đối với tài sản) và tỷ giá bán chuyển khoản (đối với nợ phải trả) 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;
- Doanh thu, thu nhập, chi phí và lưu chuyển tiền tệ trong năm của cơ sở hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND theo tỷ giá xấp xỉ tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch; và
- Vốn góp của chủ sở hữu được quy đổi sang VND theo tỷ giá thực tế tại ngày góp vốn. Các khoản lỗ lũy kế/lợi nhuận sau thuế chưa phân phối, các quỹ và các khoản dự phòng được lấy từ lợi nhuận/lỗ thuần và các biến động đã được quy đổi.

Các chênh lệch tỷ giá hối đoái phát sinh do việc quy đổi báo cáo tài chính của cơ sở hoạt động ở nước ngoài sang VND được ghi nhận vào khoản mục “Chênh lệch tỷ giá hối đoái” thuộc vốn chủ sở hữu trên bảng cân đối kế toán hợp nhất. 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 một lượng tiền xác định, không có nhiều rủi ro

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

về thay đổi giá trị và được sử dụng cho mục đích đáp ứng các cam kết chi tiền ngắn hạn hơn là cho mục đích đầu tư hay là các mục đích khác.

(d) Đầu tư

(i) **Chứng khoán kinh doanh**
Chứng khoán kinh doanh là các trái phiếu 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 giá 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 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 và phải thu về cho vay nắm giữ đến ngày đáo 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 khoản 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. 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 giá định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(e) Các khoản phải thu

Các khoản phải thu của khách hàng và phải thu khác được phản 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 khoản phải thu.

Nếu Tập đoàn:

- Chuyển giao phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu 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 hoặc còn nắm giữ từ việc chuyển giao khoản phải thu;
- Còn nắm giữ phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu khoản phải thu, Tập đoàn sẽ tiếp tục ghi nhận khoản phải thu;
- 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 Tập đoàn có nắm giữ quyền kiểm soát 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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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 đến 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 khoản phải thu còn lại 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 hoạt động kinh doanh hợp nhất.

(f) Hàng tồn kho

Hàng tồn kho được phản ánh theo giá 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 sản xuất chung đã được phân bổ. Giá trị thuần có thể thực hiện được ước tính dựa vào giá bán của hàng tồn kho trừ đi các chi phí ước tính để hoàn thành sản phẩm và các chi phí ước tính để bán sản phẩm.

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

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

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 mỏ, 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 mỏ 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 và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản.*

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 với cơ sở khấu hao là trữ lượng khoáng sản đã xác định được và một phần tài nguyên khoáng sản dự kiến chuyển đổi thành trữ lượng.

Từ ngày 1 tháng 1 năm 2021, NPM, công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty đã cập nhật ước tính trữ lượng và tài nguyên khoáng sản, sử dụng (i) kết quả đánh giá kỹ thuật của chuyên gia khai thác về trữ lượng khoáng sản trong khu vực dự án Núi Pháo, (ii) một phần tài nguyên khoáng sản dự kiến chuyển đổi thành trữ lượng và (iii) tài nguyên khoáng sản có thể được tái chế từ đuôi quặng ô-xít (“OTC”) của NPM. Trữ lượng khoáng sản là những ước tính về sản lượng có thể được khai thác một cách kinh tế và hợp pháp từ các tài sản khai khoáng của Tập đoàn.

Chi tiết của sự thay đổi của ước tính số quặng còn lại tại ngày 1 tháng 1 năm 2021 mà tài sản cố định hữu hình được khấu hao trên cơ sở sản lượng như sau:

	Tăng Tấn quặng
Máy móc, thiết bị liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản	6.422.588
Máy móc và thiết bị liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản và được sử dụng trong quá trình tái chế OTC	21.742.588
Giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	21.742.588

Ảnh hưởng của việc thay đổi này là làm giảm chi phí khấu hao của năm hiện tại là 206.676 triệu VND.

Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động chế biến khoáng sản.

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:

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Tấn quặng
Nhà máy ST Nhà máy APT	171.865 166.990

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 kiến trúc	4 - 50 năm
■ Nâng cấp tài sản thuê	3 - 5 năm
■ Máy móc và thiết bị	2 - 25 năm
■ Thiết bị văn phòng và tài sản khác	3 - 25 năm
■ Phương tiện vận chuyển	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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	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.		Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng cách chiết khấu khoản tiền bản quyền ước tính có thể tiết kiệm được từ việc sở hữu thương hiệu đó.		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 khu vực. 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.		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.	
(ii)	Phần mềm máy vi tính 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 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.	(iv)	Quan hệ khách hàng Mối 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 mối quan hệ khách hàng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 5 năm đến 36 năm.		(vii)	Quyền khai thác 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 là từ 4 năm đến 30 năm.		■ 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 phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính là 16 năm.
	Phần mềm tự phát triển được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong 4 năm kể từ khi cấu phần của phần mềm đó được hoàn thành.	(v)	Giá trị hợp lý của mối quan hệ khách hàng 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 phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.		(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 là từ 5 năm đến 31 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.
(iii)	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 được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 9 năm đến 30 năm.	(vi)	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.			Giá trị hợp lý của công nghệ 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 phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.	(i)	Giá trị hợp lý của giấy phép 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 phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.
			Tài nguyên nước khoáng Nguồn 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 là từ 10 năm đến 37 năm.		(ix)	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	(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.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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. Quyền sử dụng đất lâu dài không được khấu hao. Thời gian hữu dụng ước tính của nhà cửa và cơ sở hạ tầng 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 cho heo giống, xây dựng hoặc triển khai tài sản cố định hữu hình và tài sản cố định vô hình chưa được hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong và tài sản khoáng sản đang trong quá trình phát triển. Không tính khấu hao cho xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình nuôi heo giống, trong quá trình 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 và các chi phí triển khai liên quan có được từ 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 cản trở với tiền thu được từ việc bán khoáng sản khai thác trong giai đoạn triển khai. Sau khi hoàn tất công tác triển khai, được 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” hoặc “tài sản khai khoáng khác” trong tài sản cố định hữu hình hoặc

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

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-TCĐN 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. Trong năm, NPM, một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, đã cập nhật ước tính về trữ lượng và tài nguyên khoáng sản làm cơ sở để tính toán và khấu hao chi phí bóc đất đá trong quá trình phát triển mỏ và sản xuất. Sự thay đổi ước tính được dựa trên kết quả đánh giá kỹ thuật của chuyên gia khai thác về trữ lượng khoáng sản trong khu vực Dự án Núi Pháo và phần tài nguyên dự kiến có thể chuyển đổi thành trữ lượng khoáng sản như được trình bày tại Thuyết minh 3(g)(ii). Ảnh hưởng của sự thay đổi này trong năm hiện tại là làm giảm 8.799 triệu VND chi phí phân bổ.

(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 là 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 là từ 35 năm 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 vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất.

(iv) Trục in, 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.

Trục in, công cụ và dụng cụ được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn sử dụng là từ trên 1 năm 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 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 được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian sử dụng ước tính từ trên 1 năm đến 3 năm. Chi phí phân bổ heo giống có liên quan trực tiếp đến việc chăn nuôi heo thịt trong sản xuất kinh doanh dở dang được vốn hóa vào giá gốc của chi phí sản xuất kinh doanh dở dang.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(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 xác định 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.

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua các 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 các 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 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 người bán và phải trả khác

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 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 đánh giá hiện tại của thị trường về giá trị thời gian của tiền

và những rủi ro cụ thể với khoản nợ phải trả đó.

(i) Quyền khai thác khoáng sản
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 khoáng sản. 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 ("MONRE") 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 kế 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 tiến 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 Tập đoàn 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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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. 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 thống 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.

(o) Trái phiếu phát hành

Trái phiếu thường
Tại thời điểm ghi nhận ban đầu, trái phiếu thường 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.

Thuế thu nhập hiện hành là khoản thuế dự kiến phải nộp dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm, sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm, và các khoản điều chỉnh thuế phải nộp liên quan đến những năm trước.

Thuế thu nhập hoãn lại được tính theo phương pháp bảng cân đối kế toán cho các chênh lệch tạm thời giữa giá trị ghi sổ cho mục đích báo cáo tài chính và giá trị sử dụng cho mục đích tính thuế của các khoản mục tài sản và nợ phải trả. Giá trị của thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận dựa trên cách thức dự kiến thu hồi hoặc thanh toán giá trị ghi sổ của các khoản mục tài sản và nợ phải trả sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực hoặc cơ bản có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chỉ được ghi nhận trong phạm vi chắc chắn có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các chênh lệch tạm thời này có thể sử dụng được. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại được ghi giảm trong phạm vi không còn chắc chắn là các lợi ích về thuế liên quan này sẽ sử dụng được.

(q) Vốn chủ sở hữu

- (i) Vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần
Vốn cổ phần được ghi nhận theo mệnh giá. Phần chênh lệch giữa giá phát hành cổ phiếu cao hơn mệnh giá được ghi nhận vào thặng dư vốn cổ phần. Các chi phí phát sinh liên quan trực tiếp đến việc phát hành cổ phiếu, trừ đi ảnh hưởng thuế, được ghi giảm vào thặng dư vốn cổ phần.
- (ii) Vốn khác của chủ sở hữu
Các thỏa thuận phát hành một số lượng cổ phiếu nhất định vào thời điểm 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.

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

(r) Doanh thu

- (i) Doanh thu bán hàng
Doanh thu bán hàng được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất khi phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu sản phẩm hoặc hàng hoá được chuyển giao cho người mua.

Đối với doanh thu bán khoáng sản, giá bán thường được xác định sơ bộ tại ngày ghi nhận doanh thu. Ngày điều chỉnh giá bán phát sinh sau đó dựa trên biến động giá niêm yết trên thị trường hoặc giá theo hợp đồng cho đến ngày định giá chính thức. Khoảng thời gian giữa thời điểm ghi nhận doanh thu sơ bộ và thời điểm định giá chính thức thường là từ 30 ngày đến 60 ngày, tuy nhiên một số trường hợp có thể lên đến 90 ngày đến 180 ngày. Doanh thu ghi nhận sơ bộ được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý ước tính của tổng giá trị các khoản phải thu. Trong trường hợp các điều kiện trong hợp đồng mua bán cho phép điều chỉnh giá bán dựa trên kết quả khảo sát hàng hóa của khách hàng, kết quả phân tích được lập bởi một bên thứ ba sẽ được sử dụng, trừ khi kết quả khảo sát của khách hàng nằm trong phạm vi sai số đã được quy định trong hợp đồng, khi đó doanh thu được ghi nhận dựa trên bản phân tích chất lượng sản phẩm gần nhất.

Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu hoặc liên quan tới khả năng hàng bán bị trả lại. Doanh thu bán hàng được ghi nhận theo giá trị thuần sau khi trừ đi chiết khấu giảm giá ghi trên hóa đơn bán hàng.

- (ii) Doanh thu cung cấp dịch vụ
Doanh thu cung cấp dịch vụ được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo tỷ lệ phần trăm hoàn thành của giao dịch. Tỷ lệ phần trăm hoàn thành công việc được đánh giá dựa trên khảo sát các công việc đã được thực hiện. Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu.

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(s) Doanh thu hoạt động tài chính và chi phí tài chính

- (i) Doanh thu hoạt động tài chính
Doanh thu hoạt động tài chính bao gồm thu nhập lãi tiền gửi, lãi trái phiếu, lãi cho vay, lãi từ thanh lý các khoản đầu tư và lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái. Thu nhập lãi được ghi nhận theo tỷ lệ tương ứng với thời gian dựa trên số dư gốc và lãi suất áp dụng.

- (ii) Chi phí tài chính
Chi phí tài chính bao gồm chi phí lãi vay từ các khoản vay và trái phiếu phát hành, chi phí phát hành trái phiếu và thu xếp khoản vay (gọi chung là “chi phí đi vay), lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái và lỗ từ thanh lý các khoản đầu tư. Chi phí đi vay được ghi nhận là chi phí trong năm khi chi phí này phát sinh, ngoại trừ trường hợp chi phí đi vay liên quan đến các khoản vay cho mục đích hình thành tài sản đủ điều kiện vốn hóa chi phí đi vay thì khi đó chi phí đi vay phát sinh trong thời gian hình thành tài sản sẽ được vốn hóa và ghi vào nguyên giá các tài sản này.

(t) Thuê tài sản

- (i) Tài sản thuê
Các hợp đồng thuê được phân loại là thuê tài chính nếu theo các điều khoản của hợp đồng, Tập đoàn, với tư cách là bên đi thuê, đã nhận phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu. Tài sản cố định hữu hình dưới hình thức thuê tài chính được thể hiện bằng số tiền tương đương với số thấp hơn giữa giá trị hợp lý của tài sản cố định và giá trị hiện tại của các khoản tiền thuê tối thiểu, tính tại thời điểm bắt đầu thuê, trừ đi giá trị hao mòn lũy kế.

Khấu hao của tài sản thuê tài chính được hạch toán theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian ngắn hơn giữa thời hạn thuê và thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính trừ khi chắc chắn là Tập đoàn sẽ có quyền sở hữu tài sản khi hết hạn hợp đồng thuê. Thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính nhất quán với tài sản cố định hữu hình được nêu trong phần chính sách kế toán 3(g).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Các tài sản thuê theo các hợp đồng thuê khác được phân loại là thuê hoạt động và không được ghi nhận trên bảng cân đối kế toán hợp nhất của Tập đoàn.

(ii) Các khoản thanh toán tiền thuê
Các khoản thanh toán tiền thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng đi thuê được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất như là một bộ phận hợp thành của tổng chi phí thuê, trong suốt thời hạn thuê.

Các khoản thanh toán tiền thuê tài sản thuê tài chính được chia tách thành chi phí tài chính và khoản trả nợ gốc thuê tài chính. Chi phí tài chính phải được tính theo từng kỳ kế toán trong suốt thời hạn thuê để đạt tới một tỷ lệ lãi suất định kỳ cố định trên số dư nợ gốc còn lại.

(u) Lãi trên cổ phiếu

Tập đoàn trình bày lãi cơ bản và lãi suy giảm trên cổ phiếu ("EPS") cho các cổ phiếu phổ thông. Lãi cơ bản trên cổ phiếu được tính bằng cách lấy lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty (sau khi đã trừ đi khoản phân bổ vào quỹ khen thưởng và phúc lợi cho kỳ kế toán năm) chia cho số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền lưu hành trong năm. Lãi suy giảm trên cổ phiếu được xác định bằng cách điều chỉnh lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân đang lưu hành có tính đến các ảnh hưởng của cổ phiếu phổ thông tiềm năng.

(v) Báo cáo bộ phận

Một bộ phận là một hợp phần có thể xác định riêng biệt được của Tập đoàn khi tham gia vào việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan (bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh), hoặc cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ trong một môi trường kinh tế cụ thể (bộ phận chia theo khu vực địa lý), mỗi bộ phận này chịu rủi ro và thu được lợi ích khác biệt với các bộ phận khác. ầu báo cáo bộ phận

chính yếu và thứ yếu của Tập đoàn lần lượt được lập theo hoạt động kinh doanh và theo khu vực địa lý.

w) Các bên liên quan

Các bên được xem là bên liên quan của Tập đoàn nếu một bên có khả năng, trực tiếp hoặc gián tiếp, kiểm soát bên kia hoặc gây ảnh hưởng đáng kể tới bên kia trong việc ra các quyết định tài chính và hoạt động, hoặc khi Tập đoàn và bên kia cùng chịu sự kiểm soát chung hoặc ảnh hưởng đáng kể chung. Các bên liên quan có thể là các công ty hoặc các cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được xem là liên quan.

(x) Kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên

Cổ phiếu phát hành cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên được phát hành theo giá được phê duyệt trong Nghị quyết Hội đồng Quản trị.

(y) Thông tin so sánh

Thông tin so sánh trong báo cáo tài chính hợp nhất này được trình bày dưới dạng dữ liệu tương ứng. Theo phương pháp này, các thông tin so sánh của năm trước được trình bày như một phần không thể tách rời của báo cáo tài chính hợp nhất năm hiện tại và phải được xem xét trong mối liên hệ với các số liệu và thuyết minh của năm hiện tại. Theo đó, thông tin so sánh bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất này không nhằm mục đích trình bày về tình hình tài chính hợp nhất, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Tập đoàn trong năm trước.

Thông tin so sánh được mang sang từ số liệu trình bày trong báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2020.

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

Tập đoàn có năm bộ phận báo cáo, 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 cung cấp các dịch vụ và sản phẩm khác nhau, và được quản lý riêng biệt vì các hoạt động này yêu cầu các chiến lược tiếp thị và công nghệ khác nhau. Đối với từng hoạt động kinh doanh chiến lược, Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con soát xét các báo cáo quản lý nội bộ định kỳ.

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

- 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 và các dịch vụ khác

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(a) Báo cáo theo bộ phận kinh doanh

Kết quả kinh doanh, tài sản và nợ phải trả của bộ phận bao gồm các khoản mục được tính trực tiếp cho từng bộ phận và các khoản mục chung được phân bổ cho mỗi bộ phận trên cơ sở hợp lý.

Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Loại trừ		Tổng	
2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
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 bộ phận từ bên ngoài												- 88.628.767	77.217.808
Doanh thu giữa các bộ phận												-	-
Lợi nhuận gộp của bộ phận												- 22.134.801	17.888.697
Kết quả kinh doanh của bộ phận												- 7.970.478	2.605.430
Thu nhập/ (chi phí) không phân bổ												2.130.903	(1.210.417)
Lợi nhuận thuần												10.101.381	1.395.013

	Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Tổng	
	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Tài sản của bộ phận	25.362.822	18.243.868	8.744.473	18.126.855	38.796.639	39.020.014	21.538.910	21.709.258	22.152.192	17.729.569	116.595.036	114.829.564
Tài sản không phân bổ											9.498.435	906.998
Tổng tài sản											126.093.471	115.736.562
Nợ phải trả của bộ phận	11.842.493	11.738.539	6.097.973	9.509.060	24.787.455	25.901.313	14.829.258	14.248.831	43.701	-	57.600.880	61.397.743
Nợ phải trả không phân bổ											26.155.939	29.308.540
Tổng nợ phải trả											83.756.819	90.706.283
	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Chi tiêu vốn	982.176	1.477.834	710.921	1.010.843	921.560	623.090	179.768	549.624	1.393	-	2.795.818	3.661.391
Chi tiêu vốn không phân bổ											9.609	16.771
Chi phí khấu hao	727.504	669.645	510.150	453.987	1.258.760	1.385.169	621.333	726.095	-	-	3.117.747	3.234.896
Chi phí khấu hao không phân bổ											4.791	3.838
Chi phí phân bổ	335.186	338.130	363.767	373.730	581.108	357.643	1.224.298	1.425.328	5.474	-	2.509.833	2.494.831
Chi phí phân bổ không phân bổ											2.389	870

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

(b) 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:

	Trong nước		Nước ngoài		Tổng	
	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Doanh thu của bộ phận	74.135.889	68.538.284	14.492.878	8.679.524	88.628.767	77.217.808
Chi tiêu vốn	2.730.106	3.678.162	75.321	-	2.805.427	3.678.162
	Trong nước		Nước ngoài		Tổng	
	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Tài sản của bộ phận	113.572.466	103.483.836	12.521.005	12.252.726	126.093.471	115.736.562

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

5. HỢP NHẤT KINH DOANH

Công ty Cổ phần Mobicast (“MOB”)

Vào ngày 1 tháng 9 năm 2021, SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã mua 70,0% vốn cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast (“MOB”), một nhà cung cấp dịch vụ viễn thông trong nước, với tổng giá trị bao gồm chi phí giao dịch là 297.025 triệu VND. Sau giao dịch này, MOB trở thành một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty.

Việc hợp nhất kinh doanh có ảnh hưởng đến báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn tại ngày mua như sau:

	Giá trị ghi sổ trước thời điểm mua Triệu VND	Các điều chỉnh giá trị hợp lý Triệu VND	Giá trị ghi nhận tại thời điểm mua Triệu VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	302.178	-	302.178
Phải thu của khách hàng ngắn hạn	44	-	44
Trả trước cho người bán	200.336	-	200.336
Tài sản ngắn hạn khác	44.777	-	44.777
Tài sản cố định vô hình – thuần	14.198	120.500	134.698
Xây dựng cơ bản dở dang	2.827	-	2.827
Tài sản dài hạn khác	2.245	-	2.245
Phải trả cho người bán ngắn hạn	(2.730)	-	(2.730)
Vay ngắn hạn	(247.963)	-	(247.963)
Nợ ngắn hạn khác	(23.893)	-	(23.893)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	-	(24.100)	(24.100)
Tài sản và nợ phải trả thuần có thể xác định được	292.019	96.400	388.419
Tài sản thuần được hợp nhất			271.866
Lợi thế thương mại phát sinh từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 17)			25.159
Giá phí hợp nhất kinh doanh			297.025
Tiền và các khoản tương đương tiền thu từ hợp nhất kinh doanh			302.178
Dòng tiền thu thuần			5.153

Trong giai đoạn từ ngày mua đến ngày 31 tháng 12 năm 2021, hoạt động kinh doanh được mua lại đã đóng góp 1.407 triệu VND doanh thu và 27.494 triệu VND lỗ thuần vào kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất của Tập đoàn.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

6. GIAO DỊCH CHUYỂN NHƯỢNG CHỦ YẾU TRONG NĂM

Mất quyền kiểm soát trong Công ty Cổ phần MNS Feed (“MNS Feed”) và các công ty con

Trong tháng 10 năm 2021, Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”), một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã phát hành trái phiếu số MMLH2124001 cho các cổ đông của MML theo Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 475/2021/NQ-HĐQT ngày 28 tháng 9 năm 2021.

Trong tháng 11 năm 2021, Công ty TNHH De Heus, một bên thứ ba đã mua lại toàn bộ trái phiếu MMLH2124001 đang lưu hành từ các chủ sở hữu trái phiếu.

Bên thứ ba này sau đó đã thực hiện quyền hoán đổi lấy 99,99% phần vốn sở hữu của MNS Feed tại giá hoán đổi đã được quy định theo các điều khoản của hồ sơ phát hành trái phiếu. Việc hoán đổi được hoàn tất vào ngày 1 tháng 12 năm 2021. Do đó, tại ngày 1 tháng 12 năm 2021, MNS Feed và các công ty con và các công ty liên kết của MNS Feed không còn là công ty con và công ty liên kết sở hữu gián tiếp của Công ty.

Tại ngày 1 tháng 12 năm 2021, MNS Feed có các công ty con và công ty liên kết sở hữu trực tiếp và gián tiếp như sau:

- Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế
- Công ty TNHH Một Thành viên Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế Bình Định
- Công ty TNHH MNS Feed Vĩnh Long
- Công ty TNHH MNS Feed Thái Nguyên
- Công ty TNHH MNS Feed Tiền Giang
- Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An
- Công ty TNHH MNS Feed Hậu Giang
- Công ty Cổ phần Việt - Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc
- Công ty TNHH Một Thành viên Proconco Cần Thơ
- Công ty TNHH Một Thành viên Con Cò Bình Định
- Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Proconco Hưng Yên
- Công ty Cổ phần Bao bì Thuận Phát
- Công ty Cổ phần Chế biến Súc sản Long Bình
- Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”) – Xem thuyết minh 1(d) cho giao dịch mua lại Vissan bởi MML.

Tại ngày 1 tháng 12 năm 2021, báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn bị ảnh hưởng như sau:

	Giá trị ghi sổ Triệu VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	917.940
Các khoản phải thu ngắn hạn	1.948.821
Hàng tồn kho - thuần	1.918.206
Tài sản ngắn hạn khác	44.645
Các khoản phải thu dài hạn	270
Tài sản cố định hữu hình - thuần	1.111.145
Tài sản cố định vô hình - thuần	3.066.390
Xây dựng cơ bản dở dang	62.737
Đầu tư tài chính dài hạn, không bao gồm khoản đầu tư vào Vissan	41.455
Chi phí trả trước dài hạn	116.461
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	9.568
Phải trả người bán ngắn hạn	(790.983)
Thuế phải nộp cho Nhà nước	(59.532)
Nợ ngắn hạn khác	(408.865)
Vay ngắn hạn	(1.225.137)
Dự phòng phải trả dài hạn	(27.420)
Nợ dài hạn khác	(415.091)
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	(1.012.351)
Tài sản và nợ phải trả thuần có thể xác định được	5.298.259
Tiền và các khoản tương đương tiền của MNS Feed và các công ty con tại ngày 1 tháng 12 năm 2021 (*)	(917.940)

(*) Ngoài việc ảnh hưởng phát sinh từ số dư tiền và các khoản tương đương tiền của MNS Feed và các công ty con do ngừng hợp nhất tại ngày 1 tháng 12 năm 2021, dòng tiền từ hoạt động đầu tư trong báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất có ghi nhận 7.742.790 triệu VND là do phát sinh thêm từ tổng giá trị mà Tập đoàn đã thu được từ việc chuyển nhượng trái phiếu hoán đổi cho một bên thứ 3 (Thuyết minh 9 (c)) và ảnh hưởng do việc ngừng ghi nhận các nghĩa vụ nợ của trái phiếu hoán đổi đã được phát hành bởi một công ty con (Thuyết minh 21(b) và Thuyết minh 38). Ảnh hưởng của những giao dịch này đến báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và vốn khác được trình bày tại Thuyết minh 23 và Thuyết minh 29.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

7. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Tiền mặt	90.468	103.598
Tiền gửi ngân hàng	6.772.287	1.804.062
Tiền đang chuyển	22.657	22.482
Các khoản tương đương tiền	15.419.410	5.791.300
Tiền và các khoản tương đương tiền trong báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất	22.304.822	7.721.442
Các khoản tương đương tiền phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với kỳ hạn gốc không quá ba tháng kể từ ngày giao dịch.		
Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, tiền gửi ngân hàng với giá trị ghi sổ là 81.527 triệu VND (1/1/2021: 115.396 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 21(a)).		

8. ĐẦU TƯ

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Đầu tư tài chính ngắn hạn		
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn (a)	332.753	447.250
Đầu tư tài chính dài hạn		
Đầu tư vào các công ty liên kết (b)	24.538.803	20.320.738
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác	-	30.589
Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn	-	(5.628)
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	-	7.400
	24.538.803	20.353.099

(a) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn ngắn hạn bao gồm tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn bằng VND với kỳ hạn gốc từ trên ba tháng đến dưới mười hai tháng kể từ ngày giao dịch. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, các khoản tiền gửi có kỳ hạn với giá trị ghi sổ là 44.728 triệu VND được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay của Công ty (Thuyết minh 21(b)).

(b) Đầu tư vào các công ty liên kết

31/12/2021					1/1/2021			
	Tỷ lệ sở hữu trên vốn cổ phần	Tỷ lệ quyền biểu quyết trên vốn cổ phần	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Tỷ lệ sở hữu trên vốn cổ phần	Tỷ lệ quyền biểu quyết trên vốn cổ phần	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND
Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam ("Techcombank") (**)	19,9%	19,9%	21.595.443	37.575.302	19,9%	19,9%	17.729.570	23.672.458
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimes ("Cholimes")	32,8%	32,8%	249.392	(*)	32,8%	32,8%	249.392	(*)
Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản ("Vissan")	24,9%	24,9%	2.135.490	(*)	24,9%	24,9%	2.135.490	(*)
Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd. ("Jiangwu")	30,0%	30,0%	180.510	(*)	30,0%	30,0%	195.227	(*)
Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage ("Phúc Long Heritage")	20,0%	20,0%	377.968	(*)	-	-	-	-
Công ty Cổ phần Bao bì Thuận Phát ("Thuận Phát")	-	-	-	-	25,0%	25,0%	4.289	(*)
Công ty Cổ phần Chế biến Súc sản Long Bình ("Abattoir")	-	-	-	-	25,0%	25,0%	6.770	(*)
24.538.803					20.320.738			

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

Biến động của các khoản đầu tư vào các công ty liên kết trong năm như sau:

	Techcombank Triệu VND	Cholimex Triệu VND	Vissan Triệu VND	Jiangwu Triệu VND	Phúc Long Heritage Triệu VND	Thuận Phát Triệu VND	Abattoir Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	17.729.570	249.392	2.135.490	195.227	-	4.289	6.770	20.320.738
Tăng trong năm	-	-	-	-	363.968	-	-	363.968
Phần lãi/(lỗ) phát sinh sau ngày đầu tư được chia từ các công ty liên kết trong năm	3.865.873	13.296	-	3.065	14.000	(80)	487	3.896.641
Cổ tức đã công bố	-	(13.296)	-	-	-	-	(600)	(13.896)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(17.782)	-	-	-	(17.782)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	-	-	-	-	-	(4.209)	(6.657)	(10.866)
Số dư cuối năm	21.595.443	249.392	2.135.490	180.510	377.968	-	-	24.538.803

- (*)

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 bởi vì Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách tính giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.
- Cho mục đích thuyết minh, giá trị hợp lý của khoản đầu tư vào Techcombank tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 và ngày 1 tháng 1 năm 2021 được xác định bằng cách tham chiếu giá niêm yết tại ngày tương ứng trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh.
- (**)

Tập đoàn sở hữu 19,9% lợi ích trực tiếp và 1,5% lợi ích kinh tế trong Techcombank thông qua một hợp đồng kỳ hạn (1/1/2021: 19,9% lợi ích trực tiếp và 1,5% lợi ích kinh tế trong Techcombank thông qua một hợp đồng kỳ hạn). Giao dịch này chưa được hoàn tất và sẽ được thực hiện tùy thuộc vào các điều khoản trong hợp đồng.

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(c) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021

(i) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)

Lợi ích kinh tế của Công ty trong CrownX giảm từ 84,8% xuống 81,7% do kết quả của các giao dịch sau:

- Trong tháng 6 năm 2021, CrownX đã phát hành 4.278.260 cổ phiếu phổ thông, tương đương 5,5% vốn cổ phần của CrownX cho các Nhà đầu tư như được đề cập dưới đây với số tiền thuần thu được là 8.804.947 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản tiền thu được từ phát hành cổ phiếu mà không phát hành cho Tập đoàn, trừ chi phí giao dịch	8.804.947
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần bị suy giảm	(2.297.239)
Chênh lệch ghi nhận tăng vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	6.507.708

- Vào ngày 29 tháng 6 năm 2021, SHERPA đã mua lại 534.783 cổ phiếu phổ thông, tương đương 0,68% vốn cổ phần của CrownX với số tiền thanh toán là 1.147.087 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán	(1.147.087)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	148.059
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(999.028)

- Vào ngày 30 tháng 6 năm 2021, CrownX đã mua lại 3.743.482 cổ phiếu phổ thông đã phát hành, tương đương 4,79% vốn cổ phần của CrownX với số tiền thanh toán là 8.029.616 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán	(8.029.616)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	2.099.466
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(5.930.150)

- Vào ngày 12 tháng 11 năm 2021, Công ty đã mua lại 50.500 cổ phiếu phổ thông, tương đương 0,07% vốn cổ phần của CrownX với tổng số tiền thanh toán là 106.732 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán	(106.732)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	10.485
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(96.247)

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

- Trong tháng 12 năm 2021, CrownX đã phát hành 3.333.333 cổ phiếu phổ thông, tương đương 4,29% vốn cổ phần của CrownX cho các Nhà đầu tư như được đề cập dưới đây với số tiền thuần thu được là 7.806.293 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản tiền thu được từ phát hành cổ phiếu mà không phát hành cho Tập đoàn, trừ chi phí giao dịch	7.806.293
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần bị suy giảm	(2.040.881)
Chênh lệch ghi nhận tăng vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	5.765.412

Liên quan đến các giao dịch phát hành cổ phiếu phổ thông trong tháng 6 và tháng 12 năm 2021, Công ty, SHERPA và CrownX đã ký một 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 phần 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 CrownX mà SK mua lại từ một bên thứ ba

- Vào ngày 30 tháng 12 năm 2021, CrownX đã mua lại 814.855 cổ phiếu phổ thông, tương đương 1,05% vốn cổ phần với tổng số tiền thanh toán là 1.747.831 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán	(1.747.831)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	1.291.423
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(456.408)

- (ii) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Café De Nam (“CDN”)**
Lợi ích kinh tế của Công ty trong CDN tăng từ 57,8% lên 63,4% do kết quả của các giao dịch sau:

- Trong tháng 1 năm 2021, CDN đã phát hành 17.000.000 cổ phiếu phổ thông, tương đương 12,77% vốn chủ sở hữu cho VCF với tổng số tiền là 170.000 triệu VND, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần tăng thêm/ Chênh lệch ghi nhận giảm lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(11.935)

- Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong CrownX như đã đề cập trong Thuyết minh 8(c)(i).

- (iii) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Hàng Tiêu dùng Masan (“MSC”)**
Lợi ích kinh tế của Công ty trong MSC giảm từ 68,9% xuống 65,6% do kết quả của các giao dịch sau:

- Trong tháng 9 năm 2021, MSC đã phát hành lại 7.084.612 cổ phiếu quỹ cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần theo phê duyệt của các cổ đông, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản tiền thu được từ phát hành cổ phiếu mà không phát hành cho Tập đoàn, trừ chi phí giao dịch	495.373
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần bị suy giảm	(251.451)
Chênh lệch ghi nhận tăng vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	243.922

- Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong CrownX như đã đề cập trong Thuyết minh 8(c)(i).

- (iv) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”)**
Trong tháng 10 năm 2021, MML đã phát hành 273.600 cổ phiếu cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần theo phê duyệt của các cổ đông. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong MML đã giảm từ 87,9% xuống 87,8% và

	Triệu VND
Tổng khoản tiền thu được từ phát hành cổ phiếu mà không phát hành cho Tập đoàn, trừ chi phí giao dịch	2.686
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần bị suy giảm	(5.039)
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(2.353)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

- (v) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Phát triển Thương mại và Dịch vụ WCM (“WCM”)
- Lợi ích kinh tế của Công ty trong WCM giảm từ 80,1% xuống 68,6% do kết quả của các giao dịch sau:
- Trong tháng 4 năm 2021, SHERPA mua lại 1,2% vốn cổ phần trong WCM;
 - Sau đó, trong tháng 4 năm 2021, SHERPA chuyển nhượng toàn bộ vốn cổ phần (10,2%) trong WCM.
 - Trong tháng 6 năm 2021, WCM đã phát hành 8.752.760 cổ phiếu phổ thông, tương đương 1,3% vốn cổ phần cho CrownX với tổng số tiền thanh toán là 789.998 triệu VND;
 - Trong tháng 12 năm 2021, WCM đã phát hành 3.907.798 cổ phiếu phổ thông, tương đương 0,6% vốn cổ phần cho CrownX với tổng số tiền thanh toán là 352.706 triệu VND; và
 - Giao dịch với các cổ đông không kiểm soát trong CrownX được đề cập trong Thuyết minh 8(c)(i).

Các giao dịch trên dẫn đến lợi nhuận sau thuế chưa phân phối của Tập đoàn tăng 4.379.101 triệu VND.

- (d) Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát trong các công ty con trong các năm trước

Giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”)

Căn cứ vào thỏa thuận giữa Mitsubishi Materials Corporation (“MMC”) và MHT, MHT đã cấp cho MMC một quyền chọn bán. Trong trường hợp (i) MHT và MMC (hoặc công ty liên kết của họ) không thiết lập được nền tảng vận hành chung cho mảng kinh doanh vonfram cận sâu trong vòng 18 tháng từ ngày kết thúc giao dịch này hoặc (ii) khi có sự thay đổi về quyền kiểm soát trong MHT, MMC sẽ có quyền không thể hủy ngang để yêu cầu MHT hoặc bên được chỉ định mua toàn bộ 109.915.542 cổ phiếu của MHT đã phát hành vào ngày 26 tháng 10 năm 2020 với tổng khoản thanh toán tương đương với giá phát hành là 2.094.331 triệu VND trừ đi tổng số tiền mà MMC nhận được từ việc chuyển nhượng cổ phiếu của MHT, cổ tức và bồi hoàn từ MHT, và có thể điều chỉnh cho các sự kiện suy giảm vốn chủ sở hữu. Thời hạn hoàn thành quyền chọn bán là 18 tháng kể từ ngày MHT nhận được thông báo thực hiện quyền chọn bán từ MMC. Quyền chọn bán được thực hiện phụ thuộc vào sự phê duyệt của Hội đồng Quản trị, cổ đông và cơ quan quản lý Việt Nam. Quyền chọn bán chưa được thực hiện tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này.

9. CÁC KHOẢN PHẢI THU NGẮN HẠN VÀ DÀI HẠN

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 và ngày 1 tháng 1 năm 2021, 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 21).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, trong khoản trả trước cho người bán của Tập đoàn bao gồm 452.976 triệu VND (1/1/2021: 344.157 triệu VND) liên quan đến khoản trả trước mua tài sản cố định.

- (a) Phải thu về cho vay ngắn hạn

Các khoản vay ngắn hạn cấp cho các bên thứ ba không được đảm bảo, hưởng lãi suất năm là 6,5% và đáo hạn trong năm 2022 (1/1/2021: 6,5% một năm).

- (b) Phải thu về cho vay dài hạn

Các khoản vay dài hạn cấp cho cổ đông sáng lập đồng thời là thành viên quản lý chủ chốt của một công ty con được bảo đảm bởi 7.170.640 cổ phần của cổ đông Công ty Cổ phần Mobicast, hưởng lãi suất năm là 12% và đáo hạn vào ngày 31 tháng 10 năm 2024.

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

- (c) Phải thu khác

Phải thu khác bao gồm:	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Phải thu ngắn hạn khác		
Phải thu từ thanh lý trái phiếu hoán đổi (****)	283.750	-
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn (*)	77.946	2.841.337
Lãi phải thu	47.787	143.548
Tạm ứng cho nhân viên	17.917	18.975
Phải thu khác (**)	456.290	346.867
	883.690	3.350.727
Phải thu dài hạn khác		
Ký quỹ, ký cược dài hạn	270.358	357.616
Phải thu khác (***)	1.526.970	1.234.392
	1.797.328	1.592.008

(*) Tại ngày 1 tháng 1 năm 2021, ký cược, ký quỹ ngắn hạn bao gồm 2.750.000 triệu VND liên quan đến khoản đặt cọc cho bên thứ ba để đầu tư.

(**) Trong khoản phải thu ngắn hạn khác bao gồm 241.979 triệu VND phải thu liên quan đến tiền cấp quyền khai thác khoáng sản của dự án khai thác mỏ Núi Pháo (1/1/2021: 239.835 triệu VND). Phải thu tiền cấp quyền khai thác khoáng sản (“TCQKTKS”) 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 năm 2018 và 2019 và phí hành chính liên quan mà NPM đã trả 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”).

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 quy định hiện hành, bởi vì:

- Giá được sử dụng để tính phí cấp quyền khai thác khoáng sản (hay tiền cấp quyền khai thác khoáng sản) (“Giá tính TCQKTKS”) được dựa trên giá tính thuế tài nguyên. 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 doanh nghiệp khai thác tài nguyên không bán ra mà phải qua chế biến, sản xuất, giá tài nguyên sẽ không bao gồm chi phí chế biến với điều kiện là giá đó phải nằm trong bảng giá tính thuế do Ủy ban Nhân dân 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 Ủy ban Nhân dân 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 áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% <WO3 <0,3%).

NPM đã thanh toán TCQKTKS được ước tính sử dụng giá cho sản phẩm công nghiệp, theo Quyết định số 500/QĐ-BTNMT (“Quyết định 500”) do Bộ Tài nguyên và Môi trường (“BTNMT”) ban hành ngày 4 tháng 3 năm 2015.

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 28 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. Tại ngày báo cáo, Bộ TNMT và UBND Tỉnh Thái Nguyên đang làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

Vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định số 1640/QĐ/BTNMT (“Quyết định 1640”) để phê duyệt TCQKTKS cho mỏ Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724 mặc dù giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định. Khi ban hành Quyết định 1640, Bộ TNMT tiếp tục sử dụng tính thuế áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% <WO3 <0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp, vướng mắc mà NPM đã nêu ra trước đây. Theo điểm 3 điều 15 Nghị định 67, đối với những trường hợp đang tạm thu tiền cấp quyền khai thác khoáng sản, khi giá tính thuế tài nguyên do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành đang có hiệu lực và đúng quy định về giá khoáng sản nguyên khai để tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản thì được áp dụng chính thức, thay thế giá tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản tạm thu trước đây. Vì giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định bởi Bộ TNMT và UBND Tỉnh Thái Nguyên, Giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa đúng với quy định của phát luật hiện hành.

Do đó, sau khi Quyết định 1640 được ban hành, NPM đã gửi nhiều công văn đến Thủ tướng Chính phủ, Bộ TNMT để đề xuất tạm thời chưa thực hiện thu bổ sung thu TCQKTKS theo Quyết định 1640 và xác định lại TCQKTKS.

Ban Giám đốc của NPM tin rằng NPM bằng việc áp dụng giá dựa trên Quyết định 500, đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản từ năm 2015 đến nay 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 tiền nộp bổ sung cho năm 2019 theo Công văn 3724 là khoản phải thu khác và không ghi nhận thêm nghĩa vụ theo Quyết định 1640. Ban Giám đốc của NPM tin rằng khoản phải thu này sẽ được thu hồi khi giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định.

(***) Các khoản phải thu dài hạn khác bao gồm 1.230.754 triệu VND phải thu Kho bạc Nhà nước về chi phí bồi thường giải phóng mặt bằng của Dự án khai thác mỏ Núi Pháo tại Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên (1/1/2021: 1.234.392 triệu VND). Số tiền này có thể được trừ vào tiền thuế đất hàng năm trong tương lai.

(****) Trong năm 2021, Công ty và một công ty con đã bán toàn bộ trái phiếu hoán đổi đã mua trước đó từ một công ty con khác như đề cập trong Thuyết minh 21(b)(**) cho một bên thứ ba với tổng giá trị chuyển nhượng là 8.944.480 triệu VND. Số dư này thể hiện khoản phải thu còn lại mà Công ty phải thu cho việc chuyển nhượng trái phiếu hoán đổi này.

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

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Số dư đầu năm	107.856	105.744
Tăng dự phòng trong năm	22.150	21.991
Sử dụng dự phòng trong năm	(289)	(6)
Hoàn nhập dự phòng trong năm	(23.539)	(19.873)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(72.809)	-
Số dư cuối năm	33.369	107.856

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

10. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2021		1/1/2021	
	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND
Hàng mua đang đi đường	495.299	-	620.516	-
Nguyên vật liệu	2.065.947	(10.658)	3.316.920	(8.145)
Công cụ và dụng cụ	974.310	(14.150)	1.042.761	(33.515)
Sản phẩm dở dang	1.618.576	(30.974)	1.321.341	(43.269)
Thành phẩm	3.791.447	(54.953)	3.163.599	(132.213)
Hàng hóa	3.837.320	(23.797)	3.211.214	(15.338)
Hàng gửi đi bán	165.024	-	54.046	-
	12.947.923	(134.532)	12.730.397	(232.480)

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 và ngày 1 tháng 1 năm 2021, 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 21).

Bao gồm trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 có 37.733 triệu VND (1/1/2021: 34.993 triệu VND) hàng tồn kho luân chuyển chậm.

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 có 1.945.479 triệu VND (1/1/2021: 1.905.558 triệu VND) được ghi nhận theo giá trị thuần có thể thực hiện được.

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

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Số dư đầu năm	232.480	68.810
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	-	26.161
Tăng dự phòng trong năm	172.176	255.920
Sử dụng dự phòng trong năm	(80.147)	(7.631)
Hoàn nhập dự phòng trong năm	(186.072)	(110.780)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(3.905)	-
Số dư cuối năm	134.532	232.480

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

11. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Thiết bị văn phòng và khác	Máy móc và thiết bị	Tài sản khai khoáng khác	Phương tiện vận chuyển	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Nguyên giá							
Số dư đầu năm	17.797.784	93.148	239.043	27.355.934	5.095.927	195.812	50.777.648
Tăng trong năm	15.224	1.078	7.009	333.267	-	9.453	366.031
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	750.150	-	27.585	917.345	-	12.030	1.707.110
Chuyển (sang)/từ chi phí trả trước dài hạn	(49)	-	(832)	92.418	-	-	91.537
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	-	-	(23.217)	-	-	-	(23.217)
Chuyển sang bất động sản đầu tư	(1.220.894)	-	-	-	-	-	(1.220.894)
Thanh lý/Xóa sổ	(10.578)	(248)	(1.672)	(123.715)	-	(16.792)	(153.005)
(Giảm)/tăng khác	(4.279)	-	-	16.270	-	-	11.991
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(92.558)	-	-	(269.225)	-	-	(361.783)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(1.252.707)	-	(30.814)	(1.404.053)	-	(33.739)	(2.721.313)
Số dư cuối năm	15.982.093	93.978	217.102	26.918.241	5.095.927	166.764	48.474.105
Giá trị hao mòn lũy kế							
Số dư đầu năm	3.518.651	82.040	212.293	11.239.569	1.339.998	63.333	16.455.884
Khấu hao trong năm	916.030	4.577	44.816	1.944.545	151.305	29.699	3.090.972
Chuyển (sang)/từ chi phí trả trước dài hạn	(35)	-	(767)	54.273	-	-	53.471
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	-	-	(19.154)	-	-	-	(19.154)
Chuyển sang bất động sản đầu tư	(315.295)	-	-	-	-	-	(315.295)
Thanh lý/Xóa sổ	(4.170)	(248)	(826)	(90.810)	-	(16.617)	(112.671)
Phân loại lại	(23.415)	-	-	19.517	-	3.898	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(42.797)	-	30	(177.796)	-	-	(220.563)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(592.292)	-	(19.290)	(974.758)	-	(23.828)	(1.610.168)
Số dư cuối năm	3.456.677	86.369	217.102	12.014.540	1.491.303	56.485	17.322.476
Giá trị còn lại							
Số dư đầu năm	14.279.133	11.108	26.750	16.116.365	3.755.929	132.479	34.321.764
Số dư cuối năm	12.525.416	7.609	-	14.903.701	3.604.624	110.279	31.151.629

Trong tài sản cố định hữu hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 có các tài sản có nguyên giá 2.062.829 triệu VND (1/1/2021: 2.220.364 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, tài sản cố định hữu hình với giá trị còn lại là 14.806.212 triệu VND (1/1/2021: 15.048.524 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 21).

12. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm vi tính	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Quyền khai thác mỏ	Tài nguyên khai thác nước khoáng	Quyền khai thác nước khoáng	Công nghệ	Chi phí triển khai	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	4.017.955	981.908	4.076.431	6.412.892	588.373	412.698	72.122	2.215.021	790.331	26.485	19.594.216
Tăng trong năm	-	9.334	-	-	204.284	-	888	37.155	-	-	251.661
Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	-	14.198	-	-	-	-	-	-	-	120.500	134.698
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	(310)	-	-	-	-	-	-	-	-	(310)
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình	-	23.217	-	-	-	-	-	-	-	-	23.217
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	-	16.146	-	-	-	-	-	-	-	-	16.146
Chuyển sang bất động sản đầu tư	(37.536)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(37.536)
Xóa sổ	-	(1.402)	-	-	-	-	-	-	-	-	(1.402)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(2.757)	(24.536)	(104.082)	(21.376)	-	-	-	(143.571)	(63.707)	(970)	(360.999)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(213.685)	(58.004)	(1.645.999)	(2.670.099)	-	-	-	(669.433)	-	-	(5.257.220)
Số dư cuối năm	3.763.977	960.551	2.326.350	3.721.417	792.657	412.698	73.010	1.439.172	726.624	146.015	14.362.471

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Quyền khai thác mỏ	Tài nguyên nước	Quyền khai thác khoáng	Công nghệ	Chi phí triển khai	Khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Giá trị hao mòn lũy kế											
Số dư đầu năm	194.227	663.269	1.099.152	1.257.754	188.669	117.268	23.973	713.511	95.019	3.229	4.356.071
Khấu hao trong năm	142.705	117.760	205.548	253.746	47.064	21.935	3.321	98.714	42.599	5.112	938.504
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	(161)	-	-	-	-	-	-	-	-	(161)
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình	-	19.154	-	-	-	-	-	-	-	-	19.154
Xóa sổ	-	(1.021)	-	-	-	-	-	-	-	-	(1.021)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	(26.130)	(4.821)	(782)	-	-	-	(9.088)	(10.996)	(189)	(52.006)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(40.925)	(37.431)	(549.689)	(893.352)	-	-	-	(669.433)	-	-	(2.190.830)
Số dư cuối năm	296.007	735.440	750.190	617.366	235.733	139.203	27.294	133.704	126.622	8.152	3.069.711
Giá trị còn lại											
Số dư đầu năm	3.823.728	318.639	2.977.279	5.155.138	399.704	295.430	48.149	1.501.510	695.312	23.256	15.238.145
Số dư cuối năm	3.467.970	225.111	1.576.160	3.104.051	556.924	273.495	45.716	1.305.468	600.002	137.863	11.292.760

Trong tài sản cố định vô hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2021 có các tài sản có nguyên giá 62.493 triệu VND (1/1/2021: 621.642 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, tài sản cố định vô hình với giá trị còn lại là 591.246 triệu VND (1/1/2021: 434.986 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 21).

13. BẤT ĐỘNG SẢN ĐẦU TƯ

	Quyền sử dụng đất	Nhà cửa và cơ sở hạ tầng	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Nguyên giá			
Số dư đầu năm	-	18.628	18.628
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình	-	1.220.894	1.220.894
Chuyển từ tài sản cố định vô hình	37.536	-	37.536
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(3.487)	(98.769)	(102.256)
Số dư cuối năm	34.049	1.140.753	1.174.802
Giá trị hao mòn lũy kế			
Số dư đầu năm	-	4.110	4.110
Khấu hao trong năm	-	70.797	70.797
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình	-	315.295	315.295
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	(25.457)	(25.457)
Số dư cuối năm	-	364.745	364.745
Giá trị còn lại			
Số dư đầu năm	-	14.518	14.518
Số dư cuối năm	34.049	776.008	810.057

Giá trị hợp lý của bất động sản đầu tư được nắm giữ để cho thuê chưa được xác định do Tập đoàn chưa thực hiện việc xác định giá trị hợp lý.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

14. XÂY DỰNG CƠ BẢN DỠ DANG

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Số dư đầu năm	2.274.759	3.278.972
Tăng trong năm	2.315.665	3.101.890
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	2.827	150.908
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(1.707.110)	(3.619.140)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(16.146)	(46.668)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(646.171)	(585.134)
Chuyển sang khoản phải thu dài hạn	(120.701)	-
Thanh lý	(14.089)	(65)
Xóa sổ	-	(12.657)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(4.470)	6.653
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	(62.737)	-
Số dư cuối năm	2.021.827	2.274.759

Các công trình xây dựng cơ bản dở dang lớn như sau:

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Nhà cửa và vật kiến trúc	353.777	342.841
Chi phí bồi thường đất	337.970	774.196
Máy móc, thiết bị	938.564	564.194
Phần mềm vi tính	13.160	4.528
Tài sản khác	378.356	589.000
	2.021.827	2.274.759

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, xây dựng cơ bản dở dang với giá trị ghi sổ là 1.446.340 triệu VND (1/1/2021: 1.340.472 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 21).

Trong năm, chi phí đi vay với giá trị là 29.435 triệu VND được vốn hóa vào xây dựng cơ bản dở dang (2020: chi phí chạy thử, chi phí đi vay và phân bổ quyền sử dụng đất được vốn hóa vào xây dựng cơ bản dở dang lần lượt là 14.799 triệu VND, 48.035 triệu VND và 12.090 triệu VND).

15. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Tài sản khai khoáng khác Triệu VND	Chi phí đất trả trước Triệu VND	Chi phí bồi thường đất Triệu VND	Trực in, Lợi thế kinh công cụ và dụng cụ phần hóa doanh từ cổ phần hóa Triệu VND	Heo giống Triệu VND	Chi phí khác Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	1.527.265	1.641.475	994.085	982.483	15.673	59.004	6.533.670
Tăng trong năm	205.410	-	-	290.207	-	127.760	623.377
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	-	-	-	822	-	-	822
Chuyển (sang)/từ chi phí trả trước ngắn hạn	-	(46)	-	2.864	-	305	3.123
Chuyển từ phải thu dài hạn khác	-	-	124.339	-	-	-	124.339
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	-	-	-	(38.066)	-	-	(38.066)
Chuyển từ tài sản cố định vô hình	-	-	-	149	-	-	149
Chuyển từ/(sang) xây dựng cơ bản dở dang	106.227	(8.514)	433.138	64.568	30.429	20.323	646.171
Phân bổ trong năm	(128.316)	(39.806)	(79.828)	(458.139)	(3.134)	(29.622)	(1.094.399)
Thanh lý/ Xóa sổ	-	-	-	(7.768)	-	(24.067)	(42.308)
Tăng/(giảm) khác	-	107	(46.748)	(247)	-	153	(46.735)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	-	(96.597)	-	(12.937)	-	(6.927)	(116.461)
Số dư cuối năm	1.710.586	1.496.619	1.424.986	823.936	12.539	35.744	6.593.682

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, chi phí đất trả trước, heo giống, gà giống và công cụ và dụng cụ với tổng giá trị ghi sổ là 569.350 triệu VND (1/1/2021: 561.866 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 21).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

16. 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

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại:		
Chi phí phải trả và dự phòng (*)	312.216	58.764
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	653.730	1.490.456
Lãi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	32.003	21.322
Lỗi tính thuế mang sang	185.644	202.507
Tài sản cố định hữu hình (*)	762	1.041
Cấn trừ (*)	(590.702)	-
Khác	16.037	20.046
Tổng tài sản thuế thu nhập hoãn lại	609.690	1.794.136
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả:		
Tài sản cố định hữu hình (*)	(1.248.701)	(1.348.088)
Tài sản cố định vô hình	(2.167.063)	(2.820.805)
Lỗi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	(11.439)	(45.054)
Chi phí phải trả, dự phòng và các khoản khác	(105.633)	(435.031)
Đầu tư vào công ty liên kết	(297.477)	-
Cấn trừ (*)	615.032	-
Khác	(114)	(2.196)
Tổng thuế thu nhập hoãn lại phải trả	(3.215.395)	(4.651.174)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả thuần	(2.605.705)	(2.857.038)

(b) Biến động của các chênh lệch tạm thời trong năm

	1/1/2021 Triệu VND	Ghi nhận trong báo cáo lãi lỗ Triệu VND	Ghi nhận trong vốn chủ sở hữu Triệu VND	Hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Giảm do ngưỡng hợp nhất MNS Feed và các công ty con Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND
Chi phí phải trả, dự phòng và các khoản khác	(376.267)	587.664	41.457	-	(46.271)	206.583
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	1.490.456	(442.723)	(394.003)	-	-	653.730
Lãi/(lỗ) chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	(23.732)	44.307	-	-	(11)	20.564
Lỗi tính thuế mang sang	202.507	(13.422)	(3.441)	-	-	185.644
Tài sản cố định hữu hình	(1.347.047)	58.537	38.954	-	1.617	(1.247.939)
Tài sản cố định vô hình	(2.820.805)	152.557	75.096	(24.100)	450.189	(2.167.063)
Đầu tư vào công ty liên kết	-	(297.477)	-	-	-	(297.477)
Khác	17.850	22.403	-	-	-	40.253
	(2.857.038)	111.846	(241.937)	(24.100)	405.524	(2.605.705)

(*) 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 cấn trừ 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.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

17. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	Triệu VND
<i>Nguyên giá</i>	
Số dư đầu năm	5.027.526
Hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	25.159
Số dư cuối năm	5.052.685
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	
Số dư đầu năm	1.196.026
Phân bổ trong năm	499.840
Số dư cuối năm	1.695.866
<i>Giá trị còn lại</i>	
Số dư đầu năm	3.831.500
Số dư cuối năm	3.356.819

18. THUẾ

(a) Thuế phải thu Nhà nước

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Thuế thu nhập doanh nghiệp	41.898	66.518
Thuế thu nhập cá nhân	15	261
Các loại thuế khác	12.207	9.308
	54.120	76.087

(b) Thuế phải nộp Nhà nước

	1/1/2021 Triệu VND	Số phát sinh trong năm Triệu VND	Số đã nộp trong năm Triệu VND	Số cần trừ/ phân loại lại Triệu VND	Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND
Thuế giá trị gia tăng	155.859	9.821.164	(1.709.061)	(8.122.683)	(904)	144.375
Thuế tiêu thụ đặc biệt	58.171	580.376	(547.469)	-	-	91.078
Thuế xuất nhập khẩu	36	309.537	(309.418)	17	(172)	-
Thuế thu nhập doanh nghiệp	659.918	1.499.249	(1.652.600)	13.762	(57.748)	462.581
nghiệp	33.211	394.320	(378.497)	(21.234)	(708)	27.092
Thuế thu nhập cá nhân	34.107	909.891	(854.896)	(12.329)	-	76.773
	941.302	13.514.537	(5.451.941)	(8.142.467)	(59.532)	801.899

19. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	1.020.912	757.608
Thưởng và lương tháng 13	907.902	632.890
Chi phí lãi vay	710.036	910.860
Chi phí hoạt động	440.674	360.013
Mua hàng chưa nhận hóa đơn	316.383	173.670
Chi phí kho vận	312.945	286.640
Phải trả công trình xây dựng	264.051	369.207
Chi phí tư vấn	172.704	42.429
Thuế và lệ phí tài nguyên môi trường	159.702	25.767
Chi phí trưng bày và nghiên cứu thị trường	65.764	68.902
Chiết khấu thương mại và chi phí hỗ trợ khách hàng	64.299	415.411
Chi phí công nghệ thông tin	44.464	15.006
Chi phí khác	516.855	647.014
	4.996.691	4.705.417

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

20. PHẢI TRẢ KHÁC

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Ngắn hạn		
Phải trả cho các ngân hàng trong nước theo thỏa thuận thư tín dụng (*)	1.404.689	-
Cổ tức phải trả	29.757	39.968
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	19.148	23.800
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn nhận được	13.452	14.357
Phải trả mua cổ phiếu của CrownX	-	2.300.000
Phải trả khác	46.320	94.001
	1.513.366	2.472.126
Dài hạn		
Ký quỹ, ký cược dài hạn nhận được	38.823	27.894
Phải trả khác	188.752	152.503
	227.575	180.397

(*) 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 4,7% đến 6,5% một năm trên số dư chưa thanh toán trong thời gian trả chậm từ 4 đến 6 tháng và được đảm bảo bằng 110 triệu cổ phiếu của một công ty con. 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 của khoản phải trả này trong năm như sau:

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Số dư đầu năm	-	-
Tăng trong năm	4.313.935	3.928.633
Thanh toán trong năm	(2.909.246)	(3.928.633)
Số dư cuối năm	1.404.689	-

21. VAY, TRÁI PHIẾU PHÁT HÀNH VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn (a)		
Vay ngắn hạn	14.947.096	18.829.506
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả	3.858.631	3.715.540
	18.805.727	22.545.046
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn (b)		
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn	43.230.549	43.181.583
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(3.858.631)	(3.715.540)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	39.371.918	39.466.043

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(a) Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn

	1/1/2021		Biến động trong năm		31/12/2021	
	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ Triệu VND	Tăng Triệu VND	Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con		Đánh giá lại Triệu VND	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ Triệu VND
			Hoàn trả Triệu VND	Triệu VND		
Vay ngắn hạn	18.829.506	55.705.376	(58.367.919)	(1.225.137)	5.270	14.947.096
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn	3.715.540	3.883.236	(3.740.145)	-	-	3.858.631
	22.545.046	59.588.612	(62.108.064)	(1.225.137)	5.270	18.805.727

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay ngắn hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	2,4% – 8,7%	5.033.775	6.560.992
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	2,9% – 5,2%	1.845.380	1.671.948
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	1,5% – 5,5%	6.554.942	8.338.156
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	USD	1,1% – 2,5%	1.512.999	668.410
Khoản vay từ các bên thứ ba không đảm bảo	VND	6,5%	-	1.590.000
			14.947.096	18.829.506

Các khoản vay ngân hàng được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i)

224 triệu cổ phiếu của một công ty con (1/1/2021: 210 triệu cổ phiếu);
- (ii)

Tài sản cố định của một công ty con với giá trị ghi sổ là 14.846 triệu VND (1/1/2021: 14.927 triệu VND);
- (iii)

Một phần hàng tồn kho và phải thu ngắn hạn của một công ty con;
- (iv)

Tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn với giá trị ghi sổ là 81.527 triệu VND (1/1/2021: 67.735 triệu VND); và
- (v)

Bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

(b) Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Vay dài hạn	8.088.738	8.081.895
Trái phiếu thường	34.931.580	35.088.757
Nợ thuê tài chính	210.231	10.931
	43.230.549	43.181.583

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	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Vay dài hạn (*)					
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	3,85% – 11,0%	2022 – 2028	3.500.738	3.443.895
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	3,61%	2022 – 2023	4.588.000	4.638.000
				8.088.738	8.081.895
Trái phiếu thường (**)					
(bao gồm chi phí phát hành)	VND	7,08% – 10,9%	2022 – 2026	34.931.580	35.088.757
Nợ thuê tài chính (***)	VND	6,9% – 11,16%	2022 – 2035	210.231	10.931

(*) Vay dài hạn

Các khoản vay dài hạn được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i)

Tài sản cố định của các công ty con với giá trị ghi sổ là 4.488.713 triệu VND (1/1/2021: 4.213.513 triệu VND);
- (ii)

Xây dựng cơ bản dở dang của các công ty con với giá trị ghi sổ là 435.411 triệu VND (1/1/2021: 90.728 triệu VND);
- (iii)

Chi phí trả trước dài hạn của các công ty con với giá trị ghi sổ là 558.990 triệu VND (1/1/2021: 551.455 triệu VND);
- (iv)

Tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn của Công ty với giá trị ghi sổ là 44.728 triệu VND (1/1/2021: tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn của Công ty với giá trị ghi sổ là 47.661 triệu VND);
- (v)

15% vốn góp của một công ty con và toàn bộ các lợi ích liên quan; và
- (vi)

Bảo lãnh bởi 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 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(**) Trái phiếu thường

Giá trị ghi sổ của các trái phiếu thường hiện còn số dư như sau:

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Trái phiếu thường	35.401.629	35.700.805
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	(470.049)	(612.048)
	34.931.580	35.088.757

- (i)

2.100 tỷ VND (1/1/2021: 2.100 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 10 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 8,0% trong 10 năm. Trái phiếu này được bảo lãnh bởi Credit Guarantee and Investment Facility và được đảm bảo bằng 75,7 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 75,7 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (ii)

500 tỷ VND (1/1/2021: 500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,25% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 51,6 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 51,6 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (iii)

1.500 tỷ VND (1/1/2021: 1.500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,25% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng một số tài sản dài hạn của một công ty con (1/1/2021: 154,8 triệu cổ phiếu của một công ty con khác);
- (iv)

500 tỷ VND (1/1/2021: 500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 10,2% trong năm đầu tiên và biên độ 3,3% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 55,6 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 55,6 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (v)

300 tỷ VND (1/1/2021: 300 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 31,1 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 31,1 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (vi)

200 tỷ VND (1/1/2021: 200 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 20,8 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 20,8 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (vii)

500 tỷ VND (1/1/2021: 500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 10,2% trong năm đầu tiên và biên độ 3,3% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng một số tài sản dài hạn của một công ty con (1/1/2021: 55,5 triệu cổ phiếu của một công ty con khác và một số tài sản dài hạn của một công ty con);
- (viii)

100 tỷ VND (1/1/2021: 100 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 10,7 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 13,4 triệu cổ phiếu) của một công ty con;

- (ix)

190 tỷ VND (1/1/2021: 190 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng một số tài sản dài hạn của một công ty con (1/1/2021: 25,4 triệu cổ phiếu của một công ty con khác và một số tài sản dài hạn của một công ty con);
- (x)

210 tỷ VND (1/1/2021: 210 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 22,3 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 27,2 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (xi)

1.600 tỷ VND (1/1/2021: 1.600 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được bảo lãnh bởi Công ty và được đảm bảo bằng một số tài sản dài hạn của một công ty con trong cả hai năm;
- (xii)

1.000 tỷ VND (1/1/2021: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được bảo lãnh bởi Công ty và được đảm bảo bằng một số tài sản dài hạn của một công ty con trong cả hai năm;
- (xiii)

700 tỷ VND (1/1/2021: 700 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được bảo lãnh bởi Công ty và được đảm bảo bằng một số tài sản dài hạn của một công ty con trong cả hai năm;
- (xiv)

1.000 tỷ VND (1/1/2021: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 107,9 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 136 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (xv)

1.000 tỷ VND (1/1/2021: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 107,9 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 136 triệu cổ phiếu) của một công ty con;
- (xvi)

1.500 tỷ VND (1/1/2021: 1.500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xvii)

3.000 tỷ VND (1/1/2021: 3.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xviii)

7.000 tỷ VND (1/1/2021: 7.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 9,3% trong năm đầu tiên và biên độ 2,5% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

- (xix) 4.000 tỷ VND (1/1/2021: 4.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 4,0% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, 2.998 tỷ VND trái phiếu đã phát hành thuộc sở hữu của các công ty con của Công ty và được loại trừ trong báo cáo tài chính hợp nhất;
- (xx) 600 tỷ VND (1/1/2021: 600 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 9,8% trong năm đầu tiên và biên độ 3,8% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xxi) 1.000 tỷ VND (1/1/2021: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 9,9% trong năm đầu tiên và biên độ 3,9% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xxii) 1.000 tỷ VND (1/1/2021: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 4,0% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xxiii) 3.000 tỷ VND (1/1/2021: 3.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2025) và chịu lãi suất năm là 9,9% trong năm đầu tiên, 10,9% trong năm thứ 2 và biên độ 3,9% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Những trái phiếu này được đảm bảo bằng 181 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 181 triệu cổ phiếu) của một công ty con. Trái phiếu này cũng được bảo lãnh bởi Công ty; và
- (xxiv) 1.500 tỷ VND (1/1/2021: 200 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2025 và 2026) và chịu lãi suất năm là 9,2% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 150 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 150 triệu cổ phiếu) của một công ty con và 38 triệu cổ phiếu (1/1/2021: 38 triệu cổ phiếu) của một công ty con khác. Trái phiếu này cũng được bảo lãnh bởi Công ty.
- (xxv) 500 tỷ VND trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,9% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xxvi) 500 tỷ VND trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 9,9% trong năm đầu tiên và biên độ 3,9% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;
- (xxvii) 400 tỷ VND trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 4,0% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo;

- (xxviii) 1.000 tỷ VND trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 9,2% trong năm đầu tiên và biên độ 3,625% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bởi một số tài sản dài hạn của một công ty con;
- (xxix) 1.999 tỷ VND trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2026) và chịu lãi suất năm là 9,5% trong năm đầu tiên và biên độ 3,9% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được bảo lãnh bởi Công ty.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, các công ty liên kết của Tập đoàn sở hữu 318.780 triệu VND (1/1/2021: 652.458 triệu VND) trái phiếu đã phát hành của Tập đoàn.

Ngoài ra, như có đề cập tại Thuyết minh 6, trong tháng 10 năm 2021, một công ty con đã phát hành trái phiếu chuyển đổi, trong đó có một số trái phiếu đã được phát hành cho các bên thứ ba với số tiền thu được là 2.876.572 triệu VND. Tại ngày 1 tháng 12 năm 2021, sau khi việc hoán đổi đã hoàn tất thì Tập đoàn đã ngừng ghi nhận các nghĩa vụ nợ của trái phiếu đã phát hành liên quan.

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:

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Trong vòng một năm	32.553	6.355
Từ hai đến năm năm	114.736	5.442
Sau năm năm	225.620	-
	372.909	11.797

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

22. DỰ PHÒNG PHẢI TRẢ DÀI HẠN

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Trợ cấp hưu trí	5.708.907	6.963.327
Quyền khai thác mỏ	533.117	390.248
Chi phí phục hồi môi trường mỏ	108.700	103.801
Trợ cấp thôi việc	18.357	48.962
	6.369.081	7.506.338

Biến động của các khoản dự phòng trong năm như sau:

	Trợ cấp hưu trí Triệu VND	Quyền khai thác mỏ Triệu VND	Chi phí phục hồi môi trường mỏ Triệu VND	Trợ cấp thôi việc Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	6.963.327	390.248	103.801	48.962	7.506.338
Dự phòng lập trong năm	17.683	216.016	4.899	691	239.289
Dự phòng hoàn lập trong năm	-	-	-	(2.930)	(2.930)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (*)	(483.845)	-	-	-	(483.845)
Dự phòng sử dụng trong năm	(201.538)	(73.147)	-	(946)	(275.631)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(586.720)	-	-	-	(586.720)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	-	-	-	(27.420)	(27.420)
Số dư cuối năm	5.708.907	533.117	108.700	18.357	6.369.081

(*) 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.

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

23. THAY ĐỔI VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần Triệu VND	Thặng dư vốn cổ phần Triệu VND	Vốn khác của chủ sở hữu Triệu VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái Triệu VND	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu Triệu VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối Triệu VND	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty Triệu VND	Lợi ích cổ đồng không kiểm soát Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2020	11.689.464	11.084.357	(8.563.690)	11.033	-	28.558.952	42.780.116	9.108.291	51.888.407
Phát hành cổ phiếu mới	57.368	(60)	-	-	-	-	57.308	-	57.308
Vốn góp vào các công ty con của cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	-	-	17.167	17.167
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	(26.435.468)	(26.435.468)	(808.983)	(27.244.451)
Hợp nhất kinh doanh	-	-	-	-	-	-	-	900.991	900.991
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	1.233.982	1.233.982	161.031	1.395.013
Cổ tức đã phân phối của Công ty	-	-	-	-	-	(1.174.683)	(1.174.683)	-	(1.174.683)
Cổ tức đã phân phối của các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(234.859)	(234.859)
Phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi	-	-	-	-	-	(659)	(659)	(1.198)	(1.857)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(238.005)	-	-	(238.005)	2.148	(235.857)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	(284.952)	-	(284.952)	(44.878)	(329.830)
Khác	-	-	-	-	-	-	-	(7.070)	(7.070)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2020	11.746.832	11.084.297	(8.563.690)	(226.972)	(284.952)	2.182.124	15.937.639	9.092.640	25.030.279

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	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 2021	11.746.832	11.084.297	(8.563.690)	(226.972)	(284.952)	2.182.124	15.937.639	9.092.640	25.030.279
Phát hành cổ phiếu mới	58.515	(50)	-	-	-	-	58.465	-	58.465
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	9.400.022	9.400.022	1.890.763	11.290.785
Hợp nhất kinh doanh	-	-	-	-	-	-	-	116.553	116.553
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	8.562.882	8.562.882	1.538.499	10.101.381
Cổ tức đã phân phối của Công ty (*)	-	-	-	-	-	(1.416.642)	(1.416.642)	-	(1.416.642)
Cổ tức đã phân phối của các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(2.015.242)	(2.015.242)
Phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi	-	-	-	-	-	(3.041)	(3.041)	(4.964)	(8.005)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	137.865	-	137.865	21.713	159.578
Ảnh hưởng do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con (Thuyết minh 6)	-	-	175.543	-	-	-	175.543	(1.012.351)	(836.808)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(112.283)	-	-	(112.283)	(30.767)	(143.050)
Khác	-	-	-	-	-	70.532	70.532	(71.174)	(642)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2021	11.805.347	11.084.247	(8.388.147)	(339.255)	(147.087)	18.795.877	32.810.982	9.525.670	42.336.652

(*) Cuộc họp Đại hội đồng Cổ đông thường niên của Công ty vào ngày 1 tháng 4 năm 2021 và các Nghị quyết của Hội đồng Quản trị ngày 31 tháng 5 năm 2021 và ngày 3 tháng 12 năm 2021 đã quyết định chia cổ tức bằng tiền với mức 9,5% và 2,5% trên mệnh giá một cổ phiếu. Trong tháng 7 và tháng 12 năm 2021, Công ty đã chi cổ tức bằng tiền mặt với số tiền 1.416.642 triệu VND cho các cổ đông.

24. VỐN CỔ PHẦN VÀ THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN

Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành của Công ty là:

	31/12/2021		1/1/2021	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Vốn cổ phần được duyệt				
Cổ phiếu phổ thông	1.180.534.692	11.805.347	1.174.683.246	11.746.832
Vốn cổ phần đã phát hành				
Cổ phiếu phổ thông	1.180.534.692	11.805.347	1.174.683.246	11.746.832
Thặng dư vốn cổ phần	-	11.084.247	-	11.084.297

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.

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. 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, SK có một quyền chọn không thể hủy ngang để yêu cầu Công ty hoặc bên 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 điều chỉnh cho các khoản cổ tức và phân phối bằng cổ phiếu mà Công ty đã trả cũng như 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.

Biến động của vốn cổ phần trong năm như sau:

	2021		2020	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Số dư đầu năm	1.174.683.246	11.746.832	1.168.946.447	11.689.464
Phát hành cổ phiếu mới bằng tiền (Thuyết minh 25)	5.851.446	58.515	5.736.799	57.368
Số dư cuối năm	1.180.534.692	11.805.347	1.174.683.246	11.746.832

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

25. KẾ HOẠCH VỀ QUYỀN CHỌN MUA CỔ PHẦN CHO NHÂN VIÊN

Công ty có kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên (ESOP) dựa trên đánh giá thành tích của nhân viên. Việc phát hành cổ phiếu trong tương lai theo kế hoạch này phải được các cổ đông phê duyệt tại cuộc họp Đại hội Cổ đông Thường niên Công ty.

Trong tháng 6 năm 2021, Công ty đã phát hành 5.851.446 cổ phiếu (2020: 5.736.799 cổ phiếu) cho nhân viên theo giá đã được phê duyệt theo Nghị quyết của Hội đồng Quản trị.

26. 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:

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Trong vòng 1 năm	1.588.922	2.030.535
Từ 2 đến 5 năm	2.999.839	3.758.008
Sau 5 năm	1.409.901	2.023.820
	5.998.662	7.812.363

(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:

	31/12/2021 Triệu VND	1/1/2021 Triệu VND
Đã được duyệt và đã ký hợp đồng	855.617	1.047.690
Đã được duyệt nhưng chưa ký hợp đồng	1.378.147	1.094.316
	2.233.764	2.142.006

(c) Ngoại tệ

	31/12/2021		1/1/2021	
	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND
USD	14.416.772	326.544	12.988.342	298.544
EUR	8.071.934	205.576	10.166.623	285.438
JPY	341.132.473	66.309	149.538.241	33.005
THB	47.731.914	31.742	77.731.377	58.299
CNY	8.405.767	28.496	10.586.983	36.747
CAD	451.970	7.970	763.489	13.650
		666.637		725.683

(d) Hợp đồng mua bán ngoại tệ

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, theo các hợp đồng mua bán ngoại tệ, một công ty con của Công ty có các cam kết mua 32 triệu USD tương đương với 733.000 triệu VND được phản ánh là một khoản mục ngoài bảng cân đối kế toán (1/1/2021: Không).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

27. DOANH THU BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán và dịch vụ cung cấp không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Tổng doanh thu	89.791.619	78.868.319
■ Doanh thu bán hàng và doanh thu khác		
Trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu		
■ Chiết khấu thương mại	1.078.350	1.518.872
■ Hàng bán bị trả lại	84.502	131.639
	1.162.852	1.650.511
	88.628.767	77.217.808

28. GIÁ VỐN HÀNG BÁN VÀ DỊCH VỤ CUNG CẤP

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Tổng giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp		
■ Hàng hóa đã bán và dịch vụ đã cung cấp	66.507.862	59.183.971
■ Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	(13.896)	145.140
	66.493.966	59.329.111

29. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Thu nhập lãi từ:		
■ Tiền gửi	506.963	231.914
■ Phải thu về cho vay và các hoạt động đầu tư khác	122.676	522.240
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	410.280	215.787
Lãi từ việc bán trái phiếu hoán đổi và mất quyền kiểm soát trong các công ty con (Thuyết minh 6)	5.699.147	-
Doanh thu hoạt động tài chính khác	60.512	460.722
	6.799.578	1.430.663

30. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Chi phí lãi vay	4.669.426	3.770.283
Chi phí phát hành trái phiếu, chi phí đi vay và chi phí thanh lý trái phiếu hoán đổi	590.271	238.152
Phí thu tín dụng UPAS	81.596	74.696
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	202.118	263.095
Chi phí tài chính khác	163.120	210.445
	5.706.531	4.556.671

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

31. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Chi phí nhân viên	3.024.634	3.635.660
Chi phí dịch vụ mua ngoài	2.605.008	3.420.873
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	3.308.859	3.071.506
Chi phí kho vận	1.340.098	1.165.065
Chi phí trưng bày	49.400	227.097
Chi phí bán hàng khác	1.458.339	1.645.886
	11.786.338	13.166.087

32. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Chi phí nhân viên	1.402.043	1.174.506
Phân bổ giá trị hợp lý của tài sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	380.498	363.053
Phân bổ lợi thế thương mại	499.840	487.231
Chi phí khấu hao và phân bổ	255.004	127.616
Chi phí thuê văn phòng	108.566	92.062
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	115.577	81.624
Chi phí nghiên cứu phát triển	50.222	44.397
Chi phí dịch vụ mua ngoài	392.906	240.400
Chi phí quản lý doanh nghiệp khác	860.313	430.007
	4.064.969	3.040.896

33. THU NHẬP KHÁC

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Thu nhập hỗ trợ từ nhà cung cấp	190.629	132.747
Thu nhập từ bồi thường bảo hiểm	87.326	-
Lãi từ thanh lý tài sản cố định	8.284	17.343
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	-	1.341.633
Thu nhập khác	214.911	121.539
	501.150	1.613.262

34. CHI PHÍ KHÁC

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Lỗ từ thanh lý tài sản cố định	30.611	171.934
Quyên góp	65.000	-
Các chi phí khác	189.937	312.263
	285.548	484.197

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN (Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

35. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

(a) Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Chi phí thuế thu nhập hiện hành		
Năm hiện hành	1.499.473	1.136.361
Dự phòng thừa trong những năm trước	(224)	(50.168)
	1.499.249	1.086.193
Lợi ích thuế thu nhập hoãn lại		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(95.426)	(158.576)
Ghi giảm tài sản thuế thu nhập hoãn lại	(16.420)	2.209
	(111.846)	(156.367)
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	1.387.403	929.826

(b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2021		2020	
	%	Triệu VND	%	Triệu VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	100,0%	11.488.784	100,0%	2.324.839
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	20,0%	2.297.757	20,0%	464.968
Ảnh hưởng của các mức thuế suất khác nhau áp dụng cho các công ty con	(7,3%)	(835.165)	(16,0%)	(365.823)
Ảnh hưởng của các giao dịch hợp nhất	0,0%	(3.087)	(10,0%)	(236.323)
Chi phí không được khấu trừ thuế	0,5%	61.431	5,0%	119.951
Ảnh hưởng của phần lãi trong các công ty liên kết	(6,8%)	(779.328)	(23,0%)	(533.911)
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận	9,5%	1.090.641	66,0%	1.532.353
Dự phòng thừa trong những năm trước	0,0%	(224)	(2,0%)	(50.168)
Lỗi tính thuế đã sử dụng	(3,7%)	(428.202)	(0,1%)	(3.430)
Xóa sổ tài sản thuế thu nhập hoãn lại	(0,1%)	(16.420)	0,1%	2.209
	12,1%	1.387.403	40,0%	929.826

(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 bằng 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.

(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 có thể đáng kể.

36. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Ngoài 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, trong năm Tập đoàn có các giao dịch chủ yếu sau với các bên liên quan theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam:

Bên liên quan	Tính chất giao dịch	Giá trị giao dịch	
		2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Công ty liên kết	Khoản vay đã nhận	3.400.628	8.345.833
	Ngân hàng Thương mại	2.710.840	7.300.748
	Cổ phần Kỹ thương	Trái phiếu phát hành (đại lý phát hành) (*)	4.399.980
	Việt Nam và các công ty con	Trái phiếu mua lại (đại lý thanh toán)	109.198
		Phí phát hành trái phiếu	105.208
		Mua chứng khoán kinh doanh	6.567.146
		Bán chứng khoán kinh doanh	4.571.678
Các bên liên quan khác		Chi phí lãi vay	284.365
	Thành viên quản lý chủ chốt	Thù lao trả cho Thành viên quản lý chủ chốt (**)	185.652
			181.279

Tại ngày và cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 và 2020, Công ty và các công ty con có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn, vay và phải trả với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam và các công ty con theo các điều khoản giao dịch thông thường.

(*) Các trái phiếu này đã được bán cho các nhà đầu tư theo các thỏa thuận phát hành.
(**) Thành viên Hội đồng quản trị của Công ty không hưởng thù lao trong các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 và 2020.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

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 và Tổng Giám đốc của Công ty của các năm như sau:

Tên	Vị trí	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Hội đồng Quản trị			
Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	-	-
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	-	-
Ông Nguyễn Thiếu Nam	Thành viên	-	-
Ông Woncheol Park	Thành viên	-	-
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên	-	-
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên	-	-
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	-	-
		2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Tổng Giám đốc			
Ông Danny Le			
Lương, thưởng và các phúc lợi khác		12.247	9.535

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

37. LÃI TRÊN CỔ PHIẾU

Lãi cơ bản trên cổ phiếu

Việc tính toán lãi cơ bản trên cổ phiếu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 được dựa trên lợi nhuận thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty là 8.562.882 triệu VND (2020: 1.233.982 triệu VND) và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm là 1.178.017.769 cổ phiếu (2020: 1.171.068.277 cổ phiếu), được tính như sau:

(i) Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	8.562.882	1.233.982

(ii) Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền

	2021	2020
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm	1.174.683.246	1.168.946.447
Ảnh hưởng của số cổ phiếu phổ thông phát hành bằng tiền	3.334.523	2.121.830
Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm	1.178.017.769	1.171.068.277

38. CÁC HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ VÀ TÀI CHÍNH PHI TIỀN TỆ

	2021 Triệu VND	2020 Triệu VND
Mua khoản đầu tư vào công con chưa thanh toán	5.214	2.300.000
Mua tài sản cố định và xây dựng cơ bản dở dang chưa thanh toán	689.637	332.632
Tất toán một phần trái phiếu được phát hành bởi một công ty con thông qua việc hoán đổi với khoản đầu tư vào MNS Feed	2.876.572	-
Chi phí khấu hao và phân bổ được vốn hóa vào xây dựng cơ bản dở dang	-	12.090
Phải thu từ chuyển nhượng trái phiếu chuyển đổi	283.750	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

39. NỢ TIỀM TÀNG

Như được trình bày ở Thuyết minh 9(c), vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định số 1640/QĐ/BTNMT (“Quyết định 1640”) để phê duyệt TCQKTKS cho mỏ Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724. Bộ TNMT tiếp tục sử dụng tính thuế áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng: 0,1%< WO3<0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp. Giá tính TCQKTKS chính thức theo Quyết định 1640 là 1.831.085 đồng/tấn, trong khi Giá tính TCQKTKS tạm thu theo Quyết định 500 là 775.026 đồng/tấn. Theo đó, số TCQKTKS phải nộp thêm do chênh lệch Giá tính TCQKTKS trong giai đoạn từ 2015 đến 2021 là 394,5 tỷ VND.

Sau khi Quyết định 1640 được ban hành, NPM – công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, đã gửi nhiều công văn đến Thủ tướng Chính phủ, Bộ TNMT để đề xuất tạm thời chưa thực hiện thu bổ sung thu TCQKTKS theo Quyết định 1640 và xác định lại TCQKTKS.

Vào ngày 6 tháng 10 năm 2021, NPM đã nhận được Thông báo nộp TCQKTKS từ Cục thuế tỉnh Thái Nguyên căn cứ theo Quyết định 1640. Ngày 8 tháng 12 năm 2021, Cục thuế tỉnh Thái Nguyên ban hành Công văn số 4883/CTTNG-QLN yêu cầu NPM nộp bổ sung 125,8 tỷ VND TCQKTKS cho giai đoạn 2018 đến 2021, và 4,1 tỷ VND tiền chậm nộp tương ứng.

Ban Giám đốc của NPM tin rằng NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản từ năm 2015 đến nay 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, 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 28 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. Tại ngày báo cáo, Bộ TNMT và UBND tỉnh Thái Nguyên đang làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên cho 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 xác định bởi Bộ TNMT và UBND tỉnh Thái Nguyên, giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa đúng với quy định của pháp luật hiện hành. Do đó, Tập đoàn tin rằng khi giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định, TCQKTKS chính thức của mỏ Núi Pháo cho giai đoạn từ 2015 trở đi sẽ được xác định, và thay thế giá như đã phê duyệt tại Quyết định 1640.

Kết quả cuối cùng hiện nay vẫn chưa có và phụ thuộc vào giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM cuối cùng được xác định và khả năng NPM kiến nghị Bộ TNMT xác định lại TCQKTKS tại Quyết định 1640. Do đó, nghĩa vụ cho TCQKTKS bổ sung cho giai đoạn từ 2015 đến 2021 theo Quyết định 1640 chưa được ghi nhận trong báo cáo tài chính hợp nhất.

40. CÁC SỰ KIỆN SAU NGÀY LẬP BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Trong tháng 1 năm 2022, Công ty đã mua lại 2.418.699 cổ phiếu phổ thông, tương đương 3,24% vốn cổ phần của CrownX từ một bên thứ ba với tổng giá trị thanh toán là 5.188.010 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích vốn chủ sở hữu trực tiếp và gián tiếp của Công ty trong CrownX đã tăng từ 81,7% lên 84,9%.

Trong tháng 2 năm 2022, Công ty TNHH The SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty đã mua lại 9.881.250 cổ phiếu phổ thông, tương đương 31% vốn cổ phần của Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage với tổng số tiền thanh toán là 2.490.900 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong Phúc Long Heritage đã tăng từ 20% lên 51% và Phúc Long Heritage trở thành một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty.

Trong tháng 3 năm 2022, Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM đã phát hành 8.305.000 cổ phiếu phổ thông mới, tương đương 1,25% vốn cổ phần cho CrownX, với tổng giá trị là 749.584 triệu VND. Từ kết quả của những giao dịch này, lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong WCM tăng từ 68,6% lên 71,5%.

Ngày 8 tháng 3 năm 2022

Người lập:

Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt:

Đỗ Thị Quỳnh Trang
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

Lịch sử Công ty

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan được thành lập vào tháng 11 năm 2004 dưới tên là Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San. Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (tên tiếng Anh là Ma San Group Corporation) vào tháng 8 năm 2009 và đã niêm yết thành công tại Sở Giao dịch chứng khoán Tp. HCM vào ngày 05 tháng 11 năm 2009, với mã chứng khoán là MSN. Công ty đã thay đổi tên như hiện nay là Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (Masan Group Corporation) vào tháng 7 năm 2015. Dù Công ty được thành lập vào năm 2004 nhưng tính đến việc thành lập và hoạt động của các cổ đông lớn, công ty con và các công ty tiền nhiệm của chúng tôi thì Masan Group đã hoạt động được hơn 26 năm.

Masan Group là công ty mẹ giữ lợi ích kinh tế kiểm soát ở các công ty Masan Consumer Holdings (“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 để dễ tham khảo về nền tảng bán lẻ nhu yếu phẩm của chúng tôi), với lợi ích kinh tế tương ứng là 69,99%, 87,78%, 86,38% và 68,63% tại thời điểm 31/12/2021. Tỷ lệ sở hữu hợp nhất của chúng tôi trong vốn điều lệ ở Techcombank là 19,9% vào ngày 31/12/2021 (không bao gồm tỷ lệ lợi ích kinh tế theo hợp đồng kỳ hạn).

Các sự kiện quan trọng trong lịch sử công ty bao gồm:

- Tiền thân của Tập đoàn Masan là công ty Công Nghệ - Kỹ Thuật - Thương Mại Việt Tiến được thành lập vào năm 1996, là nhà máy sản xuất gia vị tại Thành phố Hồ Chí Minh.
- Từ năm 2000 đến năm 2002, Masan đã phát triển thành công ty thực phẩm bằng 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, Masan đã chuyển hướng từ thị trường xuất khẩu sang tập trung vào thị trường nội địa, qua việc giới thiệu sản phẩm nước chấm thương hiệu “CHIN-SU”. Sau thành công CHIN-SU, công ty cũng đã gặt hái những thành công tiếp theo khi giới thiệu thương hiệu “Nam Ngu” và “Tam Thái Tử” trong năm 2007.
- Tháng 11/2004, Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San được thành lập, mà sau này công ty sẽ được sử dụng để tái cấu trúc hoạt động kinh doanh và được đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San.
- Năm 2008, Công ty Cổ phần Công Nghiệp - Thương Mại Ma San là công ty mẹ sở hữu các cổ phần của công ty con trong ngành hàng thực phẩm của Tập đoàn lần đầu tiên đạt doanh thu 2.000 tỷ đồng.
- Năm 2008, với tầm nhìn thể chế hóa chiến lược ngành và chiến lược thực thi cho toàn Tập đoàn nhằm trở thành nền tảng quy mô hơn và chuyên nghiệp hơn thì các cổ đông của chúng tôi đã tuyển dụng đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, bao gồm đội ngũ điều hành với kinh nghiệm đa quốc gia và thành tích xây dựng các doanh nghiệp trong các thị trường mới nổi, trong đó phải nhắc đến việc bổ nhiệm ông Madhur Maini là Tổng Giám đốc trong tháng 8/2008.
- Tháng 8/2009, Công ty đã đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San và tái cơ cấu nắm giữ 19,9% cổ phần tại Techcombank và 54,8% cổ phần tại Masan Consumer.
- Tháng 9 và 10/2009, 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, đã được chuyển đổi hoàn toàn thành cổ phần Công ty trong tháng 6/2012.
- Tháng 10/2009, BankInvest, thông qua Quỹ Private Equity New Markets, đã đầu tư vào Công ty và tham gia vào Hội đồng Quản trị.
- Tháng 10/2009, Công ty đã tăng quyền sở hữu trong Masan Consumer lên 76,6%.
- Ngày 05/11/2009, Masan Group đã chính thức niêm yết trên Sở giao dịch 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”. Với giá cuối phiên giao dịch 43.200 đồng một cổ phiếu vào ngày niêm yết, Công ty đã trở thành công ty lớn thứ sáu tại Việt Nam xét theo mức vốn hóa thị trường.

 - Tháng 12/2009, chúng tôi đã tăng thêm vốn chủ sở hữu 360 tỷ đồng qua việc phát hành cổ phần cho công ty House Foods của Nhật Bản.
 - Tháng 5/2010, Công ty Tài chính Quốc tế (IFC), một thành viên của Ngân hàng Thế giới, đã cấp khoản vay chuyển đổi một phần cho chúng tôi trị giá 760 tỷ đồng với thời hạn vay sáu năm.
 - Tháng 9/2010, Công ty đã mua lại cổ phần kiểm soát tại mỏ Núi Pháo và đã thành lập công ty Masan Resources. Ngay sau đó, Mount Kellett đã đầu tư mua 20% cổ phần tại Masan Resources.
 - Tháng 10/2010, Công ty đã nâng vốn chủ sở hữu thêm 974 tỷ đồng thông qua phát hành riêng cổ phiếu phổ thông cho Orchid Fund Private Limited, một quỹ đầu tư của Richard Chandler Corporation.
 - Tháng 11/2010, Goldman Sachs đã cấp khoản vay chuyển đổi cho Công ty trị giá 30 triệu USD với thời hạn 5 năm.
 - Tháng 12/2010, Công ty đã tăng sở hữu tại Masan Consumer lên 86,6%.

- Tháng 12/2010 và 01/2011, Công ty đã tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank lên 30,6% sau khi mua trái phiếu chuyển đổi của Techcombank.
 - Tháng 4/2011, KKR đã đầu tư 159 triệu USD vào Masan Consumer để mua 10% cổ phần.
 - Tháng 10/2011, Masan Consumer đã thâm nhập vào thị trường đồ uống thông qua thương vụ mua lại 50,3% cổ phần của Vinacafe Biên Hòa, nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất tại Việt Nam. Tháng 02/2012, Masan Consumer đã tăng tỷ lệ sở hữu lên 53,2%
 - Tháng 02/2012, Công ty đã phát hành các công cụ chuyển đổi cho Mount Kellett và Richard Chandler Corporation.
 - Tháng 5/2012, Công ty đã 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 01/2013, Công ty đã bán 8,7% cổ phần tại Masan Consumer cho KKR với trị giá 200 triệu USD, do đó giảm tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn tại Masan Consumer xuống 77,7%.
 - Tháng 02/2013, Masan Consumer đã mua lại 24,9% cổ phần tại Vinh Hào.

- Tháng 4/2013, Masan Consumer đã tăng tỷ lệ sở hữu tại Vinh Hào lên 63,5%.
 - Tháng 7/2013, Mỏ Núi Pháo liên doanh với H. C. Starck và thành lập công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H. C. Starck nhằm 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 12/2013, Công ty TNHH Hoa Bằng Lăng, đã đổi tên thành Công ty TNHH Masan Consumer Holdings, được gọi tắt là Masan Consumer Holdings, và viết tắt là MCH. MCH được tái cấu trúc nhằm tập trung vào ngành hàng thực phẩm và đồ uống.
 - Tháng 3/2014, Nhà máy của Mỏ Núi Pháo đã thực hiện chạy thử thành công.
 - Tháng 5/2014, Masan Consumer đã thành lập công ty con Masan Beverage, theo đó sở hữu của Masan Consumer tại Vinacafe Biên Hòa và Vinh Hào đã được chuyển sang công ty này.
 - Tháng 9/2014, Tập đoàn mua 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 MCH. Dưới sự quản lý của chúng tôi, nhà máy bia đã hoạt động hết công suất sau khi đã thực hiện tung hàng thử nghiệm tại miền Tây. Công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên sau đó vào năm 2015 được chuyển thành công ty TNHH MTV với tên gọi mới là 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 12/2014, 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.
 - Tháng 12/2014, Masan Consumer đã 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 01/2015, Masan Consumer đã mua 99,99% cổ phần của Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, một công ty sản xuất thịt chế biến, nhằm tiến tới thâm nhập vào chuỗi giá trị thịt.
 - Tháng 4/2015, 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 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 6/2015, MCH phát hành trái phiếu kỳ hạn 5 năm trị giá 9.000 tỷ đồng do Vietcombank thu xếp với sự tham gia của 9 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 9/2015, Masan Resources niêm yết trên sàn UPCoM thuộc Sở giao

dịch chứng khoán Hà Nội, khẳng định thành công của việc vận hành thử nghiệm và gia tăng công suất sản xuất của mỏ Núi Pháo, và trở thành một trong những công ty lớn nhất được niêm yết trên sàn tại miền Bắc.

 - Tháng 11/2015, 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 12/2015, 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 Vinh Hào trở thành công ty nước khoáng trong nước lớn nhất Việt Nam và củng cố nền tảng đồ uống đóng chai của Tập đoàn.
 - Tháng 12/2015, MCH 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 MCH 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.
 - Tháng 12/2015, 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 01/2016, MCH tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Masan Consumer lên 96,7%, Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại Nước khoáng Vĩnh Hảo lên 84,2% và MNS tăng tỷ lệ sở hữu gián tiếp tại Proconco lên 75,2%.
 - Tháng 02/2016, Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%.
 - Tháng 3/2016, ANCO đã mua 14% cổ phần của VISSAN và trở thành đối tác chiến lược.
 - Tháng 4/2016, 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 5/2016, Masan Nutri-Science tăng tỷ lệ sở hữu tại ANCO từ 70% lên 99,99% và Vinacafé Biên Hòa mua 85% cổ phần Công ty CDN - một công ty hoạt động trong ngành hàng cà phê.
 - Tháng 6/2016, 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 7/2016, 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 nhỏ 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 11/2016, 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 12/2016, Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.
 - Tháng 12/2016, Masan Group, thông qua công ty con, hoàn tất việc chào mua công khai cổ phiếu Masan Resources và giúp cho Mount Kellet thoái vốn để nâng tỷ lệ sở hữu gián tiếp tại Masan Resources từ 74,39% lên 95,9%, tạo điều kiện cho cơ hội tăng trưởng và kế hoạch huy động vốn chiến lược cho giai đoạn tiếp theo.
 - Tháng 01/2017, 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).
 - Tháng 01/2017, 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).

- Tháng 01/2017, Masan Consumer đăng ký giao dịch cổ phiếu của công ty đại chúng chưa niêm yết (đăng ký giao dịch UPCoM) trên Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội.
- Tháng 4/2017, KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần, và 100 triệu USD 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 11/2017, 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 9,5% vốn điều lệ Công ty.
- Tháng 12/2017, Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage, công ty con của Masan Consumer đã chào mua công khai cổ phần tại Vinacafe 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%.
- Tháng 12/2017, Masan Horizon, công ty con của Masan Group đã 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 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% 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.
- Tháng 12/2017, Masan Group cũng đã tắt toàn khoản vay chuyển đổi trị giá 30 triệu USD với Goldman Sachs, tránh việc phải phát hành thêm 13,6 triệu cổ phiếu.
 - Tháng 01/2018, PENM Partners đầu tư 16 triệu USD để mua lại 0,8% vốn điều lệ của Masan Nutri-Science từ Masan Group.
 - Tháng 02/2018, Masan Nutri-Science khởi công Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam nhằm cung cấp thịt mát đến người tiêu dùng.
 - Tháng 6/2018, 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 8/2018, Núi Pháo, công ty con của Masan Resources, đã mua 49% phần vốn góp trong Công ty TNHH Tinh 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% mang tên Công ty TNHH Vonfram Masan.

- Tháng 10/2018, SK Group đầu tư khoảng 470 triệu USD để trở thành cổ đông nước ngoài lớn nhất của Công ty.
- Tháng 12/2018, Masan Nutri-Science giới thiệu thành công ra thị trường thương hiệu thịt mát “MEATDeli”.
- Tháng 7/2019, 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 9/2019, 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. 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 12/2019, Masan Group và VinGroup đã thỏa thuận nguyên tắc về việc sáp nhập MCH 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. MSN 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 MCH và 83,7% cổ phần VinCommerce.
- Tháng 12/2019, hơn 324,3 triệu cổ phiếu của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (MML) đã được đăng ký giao dịch tập trung trên UPCoM. Ngoài việc thúc đẩy tính minh bạch cho các cổ đông, việc đăng ký giao dịch trên UPCoM sẽ là một bước đi chiến lược hướng tới mục tiêu cuối của MML là thực hiện IPO theo cách thức quốc tế trên sàn HOSE vào năm 2022-2023.
 - Tháng 12/2019, Masan HPC, một công ty con kinh doanh ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình, thuộc sở hữu của Công ty cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, đã đưa ra đề nghị chào mua công khai lên đến 60% cổ phần của Công ty cổ phần Bột giặt Net (NETCO) với giá 48.000 đồng/cổ phiếu. Giao dịch này nhất quán với chiến lược 5 năm của Masan nhằm mở rộng danh mục sản phẩm và mang đến lợi ích tốt nhất cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.
 - Tháng 6/2020, Công ty Cổ phần The CrownX (“The CrownX”) chính thức đi vào hoạt động. Đây là công ty sở hữu Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (“MCH”) - công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh và Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại VinCommerce (“VCM”) - nền tảng bán lẻ hiện đại (“MT”) đứng số 1 Việt Nam về thị phần. The CrownX nắm giữ 85,71% cổ phần của MCH và 83,74% cổ phần của VCM.

- Tháng 6/2020, Đại Hội Đồng Cổ Đông thường niên năm 2020 của Masan Resources đã thông qua nghị quyết phê duyệt việc đổi tên công ty thành Masan High-Tech Materials.
- Tháng 10/2020, 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.
- Tháng 10/2020, 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 sẽ 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 sẽ nắm giữ 10,0% vốn cổ phần pha loãng hoàn toàn của MHT, qua đó trở thành cổ đông lớn thứ hai của MHT.

- Tháng 4/2021, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và SK Group (“SK”) công bố về việc ký kết thỏa thuận SK mua lại 16,26% cổ phần của công ty nắm giữ cổ phần VinCommerce (“VCM”) với tổng giá trị tiền mặt là 410 triệu USD (“Giao dịch”). Với Giao dịch này, VCM được định giá 2,5 tỷ USD cho 100% vốn chủ sở hữu.
- Tháng 5/2021, Công ty Cổ phần 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. The CrownX là nền tảng tiêu dùng bán lẻ hợp nhất lợi ích của Masan tại Masan Consumer Holdings và VinCommerce. 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, tỉ lệ sở hữu của Masan tại The CrownX là 80,2%.
- Tháng 5/2021, Công ty TNHH The Sherpa – một công ty thành viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (Masan) công bố ký kết thỏa thuận mua 20% Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage – công ty sở hữu thương hiệu Phúc Long, 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 6/2021, Công ty Cổ phần 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, tỉ lệ sở hữu trực tiếp và gián tiếp của Masan tại The CrownX tăng từ 80,2% lên 84,9%.
- Tháng 9/2021, 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 – 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.
- Tháng 9/2021, Công ty TNHH The Sherpa – một thành viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan 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 bao gồm chi phí giao dịch, 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 tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông.
- Tháng 11/2021, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan công bố hợp tác chiến lược với De Heus Việt Nam (công ty con của Royal De Heus Group của Hà

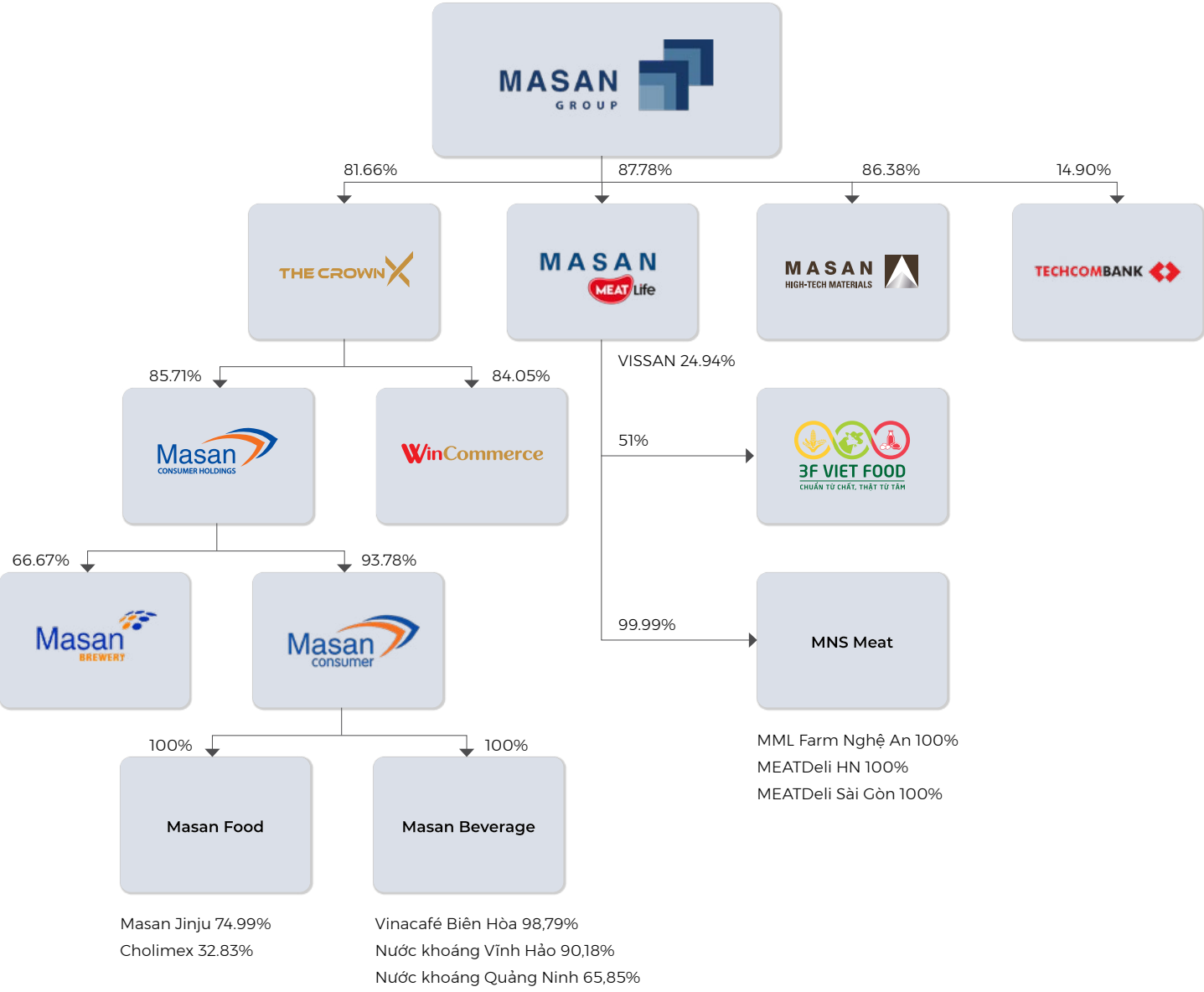
Lan), theo đó De Heus Việt Nam sẽ tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi (“Giao dịch”) và đầu tư từ 600 - 700 triệu USD vào chuỗi cung ứng đậm động vật tại Việt Nam. Giao dịch là một phần của Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác được hai bên ký kết vào tháng 9/2021: Masan MEATLife sẽ tập trung nguồn lực 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.

- Tháng 11/2021, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan”) và SK Group (“SK Group” hoặc “SK”) đã công bố ký kết thỏa thuận mua cổ phần của The CrownX (“TCX”) với tổng giá trị tiền mặt là 345 triệu USD, trong đó SK Group đầu tư 340 triệu USD (“Giao dịch”). Sau giao dịch, tỉ lệ sở hữu của Masan và SK tại The CrownX lần lượt là 85,0% và 4,9%. Trong thời gian sắp tới, Masan có thể sẽ gia tăng tỉ lệ sở hữu tại TCX.
- Tháng 12/2021, Công ty Cổ phần 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 Công ty Cổ phần The CrownX (“TCX”). 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.



Cấu trúc Tập đoàn

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2021¹



- Sơ đồ này thể hiện lợi ích kinh tế của Masan Group tại các công ty bao gồm sở hữu trực tiếp và gián tiếp thông qua các công ty con và công ty trung gian khác.
- Tỷ lệ sở hữu trực tiếp của Công ty tính trên vốn điều lệ của TCB là 14,9%.

THE CROWN X

The CrownX là nền tảng tiêu dùng bán lẻ hợp nhất lợi ích của Masan tại MCH và VCM. The CrownX được thiết lập nhằm hiện thực hóa tầm nhìn trở thành một “Point of Life” tích hợp xuyên suốt từ online đến offline để phục vụ đa dạng nhu cầu sản phẩm và dịch vụ của người tiêu dùng Việt Nam.

Masan Consumer Holdings

Masan Consumer Holdings được thành lập với vai trò là nền tảng chính để Tập đoàn đầu tư thêm vào các ngành thực phẩm và đồ uống và các ngành hàng liên quan khác. Các công ty chính trong danh mục của MCH bao gồm Masan Consumer và Masan Brewery.

Masan Consumer Holdings là một trong những công ty hàng tiêu dùng nhanh trong nước lớn nhất Việt Nam. Công ty sản xuất và phân phối nhiều loại sản phẩm thực phẩm và đồ uống, bao gồm nước tương, nước mắm, nước chấm, tương ớt, mì ăn liền, cháo ăn liền, cà phê hòa tan, ngũ cốc ăn liền, đồ uống đóng chai và bia. Công ty đã phát triển danh mục sản phẩm, đội ngũ bán hàng và các kênh phân phối trong nước để thiết lập vị trí hàng đầu trong thị trường sản phẩm thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Việt Nam. Những thương hiệu chủ chốt của Masan Consumer Holdings bao gồm CHIN-SU, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Kokomi, Lovemi, Komii, Heo Cao Bồi, Ponnii, Vinacafé, Wake-up 247, Compact, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, Vivant, Faith, Red Ruby và Sư Tử Trắng. Với việc hoàn tất đề nghị chào mua công khai Công ty Cổ phần Bột giặt Net, Masan Consumer đã chính thức tiến vào ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình.

VCM/WinCommerce

WinCommerce (tên trước đây là Vincommerce) là nền tảng bán lẻ hiện đại có độ phủ lớn nhất Việt Nam với hơn 122 siêu thị WinMart và 2.619 cửa hàng bán lẻ WinMart+ tính đến cuối năm 2021, đồng thời, thông qua công ty con là WinEco (tên trước đây là VinEco), sở hữu hệ thống 14 nông trường sản xuất nông nghiệp công nghệ cao cung cấp các sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế.

WinCommerce đã liên tục đạt được những giải thưởng lớn trong nước và quốc tế như Top 10 nhà bán lẻ uy tín nhất Việt Nam trong 5 năm liên tiếp 2017, 2018, 2019, 2020 và 2021.

MASAN MEATLIFE

Masan MEATLife là doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam về chuỗi giá trị thịt có thương hiệu (áp dụng mô hình 3F “Từ trang trại đến bàn ăn”), tập trung vào việc cải thiện năng suất trong ngành đạm động vật của Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng và giá cả hợp lý, đây là ngành có giá trị thị trường 10,2 tỷ USD.

Khởi đầu là một công ty cung cấp thức ăn chăn nuôi hàng đầu tại Việt Nam, Masan MEATLife đã hoàn tất chuyển đổi sang ngành kinh doanh thịt có thương hiệu theo mô hình hàng tiêu dùng. MML là công ty đầu tiên tại Việt Nam ra mắt thành công thương hiệu thịt mát “MEAT-Deli” theo công nghệ chế biến đáp ứng tiêu chuẩn châu Âu.

MASAN HIGH-TECH MATERIALS

Masan High-Tech Materials (tên trước đây là Masan Resources) là một trong những công ty tài nguyên và chế biến khoáng sản tư nhân lớn nhất trong khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam, hiện đang vận hành dự án mỏ đa kim Núi Pháo mang đẳng cấp thế giới ở miền Bắc. Núi Pháo sở hữu mỏ Vonfram lớn nhất thế giới và mỏ Vonfram mới đầu tiên trong ngành được đưa vào vận hành trong hơn 1 thập kỷ vừa qua. Masan High-Tech Materials cũng là nhà sản xuất Florit và Bismut có ảnh hưởng toàn cầu. Mục tiêu của Masan High-Tech Materials là chứng tỏ cho thế giới thấy rằng một công ty Việt Nam cũng có thể dẫn dắt sự thay đổi trong thị trường Vonfram toàn cầu và khám phá các cơ hội chiến lược để trở thành doanh nghiệp chế biến sâu sản phẩm Vonfram có quy mô toàn cầu. Điều này cho phép MHT có thể đạt được tài chính vững mạnh và ổn định qua các chu kỳ hàng hóa.

TECHCOMBANK

Techcombank hiện là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam xét trên thu nhập hoạt động, quy mô tổng tài sản, tín dụng, huy động, số lượng khách hàng và hệ thống mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch với chiến lược đặt người tiêu dùng làm trọng tâm thông qua hệ sinh thái các sản phẩm. Techcombank đã xây dựng mạng lưới kinh doanh dẫn đầu ngành về huy động tiền gửi cá nhân và tín dụng dành cho cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong hơn 29 năm qua kể từ ngày thành lập, Ngân hàng đã phát triển nhiều sản phẩm và dịch vụ tài chính đa dạng để đáp ứng nhu cầu tài chính của tầng lớp người tiêu dùng mới nổi và các doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam.

Cấu trúc vốn¹

■ 2021 EBITDA ² (tỷ đồng)	16.361
■ Số dư tiền (tỷ đồng) ³	22.638
■ Tổng nợ (tỷ đồng)	58.178
■ Nợ thuần (tỷ đồng)	35.540
■ Số cổ phiếu đã phát hành	1.180.534.692
■ Vốn điều lệ (tỷ đồng)	11.805
■ Vốn chủ sở hữu ⁴ (tỷ đồng)	32.811

1. Số liệu theo Bảng cân đối kế toán vào ngày 31/12/2021.

2. EBITDA là lợi nhuận thuần hợp nhất sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại và bao gồm đóng góp của TCB. EBITDA của WCM bao gồm thu nhập từ nhà cung cấp dưới dạng "lợi nhuận từ thỏa thuận với nhà cung cấp", trong đó tùy thuộc vào các điều khoản hợp đồng, được ghi nhận là thu nhập tài chính & các thu nhập khác theo VAS

3. 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 hoạt động ngân quỹ.

4. Không bao gồm lợi ích cổ đông không kiểm soát

Quản trị doanh nghiệp

Cơ cấu Tổ chức

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, và Quan hệ đối ngoại

Tập đoàn Masan cam kết quản trị doanh nghiệp tốt, thực hiện quy trình và chính sách theo thông lệ tốt nhất, và thực hiện minh bạch. Ngoài việc được giám sát từ các nhà đầu tư tổ chức lớn và các quy định về quản trị doanh nghiệp theo pháp luật Việt Nam, chúng tôi có thành lập Hội đồng Chiến lược và Phát triển, và 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.

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.

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 nhĩa 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.

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 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 qui 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.

Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật, Quan hệ đối ngoại và Nguồn nhân lực

Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật, 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, 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.

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Trách nhiệm và thẩm quyền của hội đồng Quản trị

Hội đồng Quản trị có một thành viên điều hành và sáu thành viên không điều hành. 2/7 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:

■ TS. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch

Ông Nguyễn Đăng Quang là Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Masan Group. Ông hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, gồm Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation), Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Mobicast, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Techcombank.

Ông 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.

Ông 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 Thiều Nam, Thành viên

Ông Nguyễn Thiều 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 hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, cụ thể: ông là thành viên HĐQT của Công ty Cổ phần Masan, Công ty Cổ phần Tập đoàn Baltic Titan và Công ty Cổ phần The CrownX, Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần nước khoáng Quảng Ninh, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Masan High-Tech Materials.

Ông Nguyễn Thiều Nam còn nắm 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 công ty
5.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY	Chủ tịch công ty
6.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Chủ tịch công ty
7.	Công ty TNHH Masan Master Brewer	Chủ tịch công ty
8.	Công ty TNHH Masan Brewery MB	Chủ tịch công ty
9.	Công ty TNHH Masan Consumer Holdings	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 Thương mại.

■ Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên

Bà Nguyễn Hoàng Yến cũng là Phó Tổng Giám đốc của Masan Consumer. Bà là một nhà quản lý điều hành chủ chốt từ những năm đầu thành lập khi Masan Consumer còn là một công ty kinh doanh thực phẩm. Bà đã đóng góp vào sự thay đổi Masan Consumer toàn diện thành mảng kinh doanh 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, và Công ty Cổ phần Vinacafe 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 HĐQT và TGD
2.	Công ty TNHH MTV Nam Ngự Phú Quốc	Chủ tịch công ty
3.	Công ty TNHH Masan Long An	Chủ tịch công ty
4.	Công ty TNHH Masan Consumer Holdings	Phó Tổng Giám đốc

Bà Nguyễn Hoàng Yến tốt nghiệp Đại học Ngoại ngữ Hà Nội, chuyên ngành Tiếng Nga

■ **Ông Woncheol Park, Thành viên**

Ông Woncheol Park là Giám đốc điều hành tại SK South East Asia Investment Pte. Ltd., SK Investment Vina I Pte. Ltd., SK Investment Vina II Pte. Ltd, và là Phó chủ tịch điều hành tại SK SUPEX Council. Trước đó ông Park đứng đầu Bộ phận Đầu tư Hạ tầng Năng lượng của Hana Alternative Asset Management, và từng làm việc cho GS Energy and OCI, phụ trách năng lượng tái tạo, năng lượng và khí đốt. Ông cũng từng làm việc cho Boston Consulting Group ở vị trí tư vấn chiến lược. Ông Park tốt nghiệp ĐH Quốc gia Seoul với bằng Kỹ sư Hóa học. Ông còn có học vị Tiến sĩ, và Thạc sĩ Kỹ thuật Hóa học từ ĐH Quốc gia Seoul, và có bằng Thạc sĩ Quản trị kinh doanh (MBA) từ ĐH Chicago (Booth).

Ông Park hiện còn là thành viên HĐQT của Tập đoàn Vingroup.

■ **Ông Nguyễn Đoàn Hùng, Thành viên độc lập**

Ông Nguyễn Đoàn 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 Đoàn 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 Giám đốc Điều hành 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 12 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.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2021, chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu Masan Group của các thành viên Hội đồng Quản trị như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
TS. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	15	0,00
Ông Nguyễn Thiều Nam	Thành viên	601.306	0,05
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	42.415.234	3,59
Ông Woncheol Park	Thành viên	0	0
Ông Nguyễn Đoàn 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 2021, 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 2021 được các thành viên Hội đồng Quản trị thảo luận và thông qua gồm:

- Chuyển nhượng cổ phần The CrownX thuộc sở hữu của Công ty;
- Triệu tập Đại hội đồng Cổ đông thường niên;
- Thành lập Ban kiểm toán nội bộ;
- Bổ nhiệm các thành viên của Ủy ban Kiểm toán;
- Triển khai thực hiện phát hành cổ phiếu ESOP;
- Phê duyệt mức tạm ứng cổ tức năm 2021;
- Đóng góp cho Quỹ vaccine phòng chống COVID-19 của Việt Nam;
- Thay đổi các chức danh quản lý gồm Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng;
- Sắp xếp cơ cấu sở hữu của Công ty, các công ty con trong The CrownX;
- 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 tất cả các thành viên.

Đa số thành viên HĐQT, các cán bộ quản lý khác và Thư ký công ty đã hoàn thành chương trình đào tạo về quản trị công ty cho các công ty đại chúng do Trung tâm Nghiên cứu khoa học và Đào tạo Chứng khoán thuộc Ủy ban Chứng khoán Nhà nước tổ chức và cấp chứng chỉ hoàn thành. Ngoài ra, các cán bộ quản lý cũng được cập nhật các quy định được ban hành liên quan đến quản trị doanh nghiệp áp dụng đối với công ty đại chúng.

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.

Ngày 20/12/2021, Hội đồng Quản trị đã thông qua các Nghị quyết:

- Phê duyệt việc miễn nhiệm chức vụ Giám đốc Tài chính của Ông Michael Hung Nguyen. Ông Michael Hung Nguyen tiếp tục giữ chức vụ Phó Tổng Giám đốc;
- Phê duyệt việc bổ nhiệm Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang làm Giám đốc Tài chính của Công ty;
- Phê duyệt việc miễn nhiệm chức vụ Kế toán trưởng của Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên và bổ nhiệm Ông Nguyễn Huy Hùng làm Kế toán trưởng của Công ty.

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 vào năm 2010 và hiện đang đảm nhiệm vị trí Giám đốc Chiến lược và Phát triển của Masan, là người 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), các hoạt động 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 sáng kiến khác theo phân công của Tổng Giám đốc. Ông Michael Hung Nguyen 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 quá trình chuyển đổi Masan từ một công ty thực phẩm thành một Tập đoàn tư nhân hàng đầu qua việc huy động hơn 2 tỷ USD vốn cho công ty và lãnh đạo 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 tốt nghiệp Đại học Harvard, Mỹ.

- **Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang - Giám đốc Tài chính**
Trước khi gia nhập Masan, bà Trang có 17 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán và từng giữ nhiều vị trí quan trọng như CFO, Giám đốc Bộ phận Kiểm toán và Tư vấn tài chính của các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp niêm yết và nhóm 4 công ty kiểm toán lớn nhất toàn cầu.

Bà Trang có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và tốt nghiệp Đại học Kinh tế Quốc dân, Việt Nam.

- **Ông Nguyễn Huy Hùng - Kế toán trưởng**
Ông Hùng có 14 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán. Trước khi gia nhập 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.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2021, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan Group của các thành viên Ban Điều hành như sau:

Ban Điều hành	Vị trí	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Danny Le	Tổng Giám đốc	2.494.578	0,21
Ông Nguyễn Thiếu Nam	Phó Tổng Giám đốc	601.306	0,05
Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc	2.731.530	0,23
Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang	Giám đốc Tài chính	0	0
Ông Nguyễn Huy Hùng	Kế toán trưởng	0	0

ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy ban Kiểm toán bao gồm các thành viên sau đây:

- **Ông Nguyễn Đoan 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 tháng 12 năm 2021, 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 Đoan Hùng	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	0	0

Hoạt động của ủy Ban Kiểm toán

Trong năm 2021, 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 tuân thủ đúng 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 của Công ty được lập phản ánh trung thực về kết quả tài chính, tình hình hoạt động của Công ty;
- 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 2021, các thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty không hưởng thù lao. Tiền lương và tiền thưởng của Tổng Giám đốc phát sinh cho cả năm 2021 được thể hiện trong báo cáo tài chính năm 2021 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 2021 và được công bố trên website của Công ty.

Trong năm 2021, 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	Mối quan hệ liên quan với Công ty	Nội dung giao dịch
1.	Công ty TNHH The Sherpa	Công ty con	- Góp vốn. - Chuyển nhượng khoản đầu tư. - Cho vay nội bộ. - Thu lại gốc cho vay và lãi cho vay.
2.	Công ty Cổ phần Tầm nhìn Masan	Công ty con	- Nhận lại khoản góp vốn. - Cho vay nội bộ.
3.	Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Chia sẻ chi phí và mua hàng.
4.	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Cho vay nội bộ. - Thu lại gốc cho vay và lãi cho vay.
5.	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Cho vay nội bộ. - Thu lại gốc cho vay và lãi cho vay.
6.	Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Cho vay nội bộ. - Thu lại gốc cho vay và lãi cho vay. - Mua trái phiếu. - Nhận cổ tức.
7.	Công ty Cổ phần The CrownX	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Giảm đầu tư.
8.	Công ty Cổ phần Mobicast	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Vay nội bộ.

Quản trị doanh nghiệp

Tại thời điểm 31 tháng 12 năm 2021, vốn điều lệ của Masan Group là 11.805.346.920.000 đồng.

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG TÍNH ĐẾN NGÀY 31 THÁNG 12 NĂM 2021

Cổ phần

Tổng số cổ phần đã phát hành và loại cổ phần của Masan Group: 1.180.534.692 cổ phần phổ thông.
Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần
Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 1.180.534.692 cổ phần; trong đó:
- Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 5.851.446 cổ phần (là số lượng cổ phần được phát hành theo chương trình ESOP trong năm 2021); và
- Số lượng cổ phần tự do chuyển nhượng: 1.174.683.246 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	371.898.720	31,50%
2.	Cty TNHH Một thành viên xây dựng Hoa Hướng Dương	157.567.906	13,35%
3.	SK Investment Vina I Pte. Ltd.	109.899.932	9,31%
4.	ARDOLIS INVESTMENT PTE. LTD.	65.930.342	5,58%
Tổng cộng		705.296.900	59,74

Công ty Cổ phần Masan

Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation) được thành lập vào ngày 13 tháng 9 năm 2000. Hoạt động đăng ký kinh doanh chính gồm nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, tư vấn đầu tư, tư vấn quản lý, chuyển giao công nghệ, xây dựng và quản lý các dự án đầu tư, cho thuê văn phòng và kinh doanh bất động sản.

Công ty TNHH Một thành viên Xây dựng Hoa Hướng Dương

Công ty TNHH Một thành viên Xây dựng Hoa Hướng Dương được thành lập vào ngày 10 tháng 8 năm 2009. Hoạt động đăng ký kinh doanh chính gồm: xây dựng công trình dân dụng, mua bán vật liệu xây dựng, máy móc thiết bị ngành xây dựng, khai khoáng, đại lý ký gửi hàng hóa, nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, hoạt động tư vấn quản lý và tư vấn đầu tư (trừ tư vấn kế toán, tài chính).

Các cổ đông nước ngoài lớn

Cổ đông lớn là tổ chức nước ngoài là SK Investment Vina I Pte. Ltd.

SK Investment Vina I Pte. Ltd.
SK Group là một trong những tập đoàn hàng đầu của Hàn Quốc hoạt động trong các lĩnh vực năng lượng, hóa chất, viễn thông, lĩnh vực công nghệ cao, logistics và dịch vụ. SK Group hiện đã có mặt tại hơn 40 quốc gia với doanh thu hợp nhất đạt 141 tỷ USD tính đến cuối năm 2017.

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Tại ngày 31/12/2021, Masan Group có 5.862 cổ đông, trong đó có 5.591 cổ đông cá nhân nắm giữ 272.612.554 cổ phần tương ứng với 23,09%; và 271 cổ đông tổ chức nắm giữ 907.922.138 cổ phần tương ứng với 76,91%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Tại ngày 31/12/2021, Masan Group có 4.694 cổ đông trong nước nắm giữ 806.509.666 cổ phần tương ứng với 68,32%; và 1.168 cổ đông nước ngoài nắm giữ 374.025.026 cổ phần, tương ứng với 31,68%.

Từ ngày 24/01/2022, tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Công ty là 49% vốn điều lệ.

THAY ĐỔI VỐN ĐIỀU LỆ

Trong năm 2021, Công ty đã tăng vốn điều lệ từ 11.746.832.460.000 đồng lên 11.805.346.920.000 đồng. Việc tăng vốn là từ phát hành cổ phần mới theo chương trình phát hành cổ phần cho người lao động (ESOP).

Trong năm 2021, Công ty không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

Trong năm 2021, Công ty đã thực hiện phát hành trái phiếu ra công chúng với tổng giá trị phát hành là 1.400 tỷ đồng.

TỶ LỆ SỞ HỮU VÀ SỰ THAY ĐỔI TỶ LỆ SỞ HỮU CỦA CÁC THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

	31/12/2021	31/12/2020	Tăng/ Giảm
TS. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch	0,00%	0,00%	0%
Ông Nguyễn Thiều Nam, Thành viên	0,05%	0,04%	0,01%
Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên	3,59%	3,61%	(0,02%)
Ông Woncheol Park, Thành viên	0%	0%	0%
Ông Nguyễn Đoan 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

Trong năm 2021 có giao dịch cổ phiếu Masan Group được thực hiện bởi người có liên quan của người nội bộ. Bảng dưới đây liệt kê các giao dịch này:

STT	Người thực hiện giao dịch	Quan hệ với người nội bộ	Số cổ phiếu sở hữu vào ngày 1/1/2021		Số cổ phiếu sở hữu vào ngày 31/12/2021		Lý do tăng, giảm (mua, bán, chuyển đổi, thưởng...)
			Số cổ phiếu	Tỷ lệ	Số cổ phiếu	Tỷ lệ	
1.	Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương	Tổ chức thực hiện giao dịch là người có liên quan của người nội bộ	154.756.706	13,17%	157.567.906	13,35%	Mua
2.	Công ty Cổ phần Masan	Tổ chức thực hiện giao dịch là người có liên quan của người nội bộ	365.215.870	31,09%	371.898.720	31,50%	Mua

Xác nhận của đại diện theo pháp luật của công ty


TS. Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Thông tin cổ phiếu

Vào ngày 31/12/2021	
Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	11.805
Giá cổ phiếu (đồng)	171.000
Giá cao nhất 52 tuần (đồng)	172,000
Giá thấp nhất 52 tuần (đồng)	82.000
Số lượng cổ phiếu đã phát hành (cổ phiếu)	1.180.534.692
Số lượng cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu)	1.180.534.692
Số lượng cổ phiếu ưu đãi (cổ phiếu)	0
Số cổ phiếu quỹ (cổ phiếu)	0
Thị giá vốn (Tỷ đồng)	201.871
Tỷ lệ cổ tức / thị giá (%)	0,70

Khuyến cáo sử dụng báo cáo

Tất cả các nhận định hoặc phát biểu trong quyển 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	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
APT	Ammonium Paratungstate
ASF	Dịch tả heo Châu Phi
ATM	Máy giao dịch ngân hàng tự động ATM
B2C	Business to Customer
B2B2C	Business to Business to Customer, mô hình kinh doanh phản ánh sự hợp tác giữa các chủ thể doanh nghiệp (B2B) để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng (B2C).
BTO	Blue Tungsten Oxide
Bia Phú Yên	Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY
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 hàng năm kép
CDN	Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN
Cholimex	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex
Công ty Liên doanh	Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H. C. Starck
Công ty	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
TS.	Tiến sĩ
EBITDA	Lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao
ESOP	Chương trình phát hành cổ phần cho nhân viên
GLOBALG.A.P	Global Good Agricultural Practice, Thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu
GT	Kênh thương mại truyền thống
H. C. Starck	Tập đoàn H. C. Starck
HĐQT	Hội đồng Quản trị
Inland ASEAN	Khu vực địa lý bao gồm các nước Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Cambodia và Lào
KKR	Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., các chi nhánh và/hoặc các quỹ đầu tư do KKR quản lý
KYC	Định danh khách hàng
M&A	Mua bán và sáp nhập doanh nghiệp
Masan	Thuật ngữ chung nói về Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan, bao gồm công ty Masan Consumer Holdings, công ty Hàng tiêu dùng Masan, công ty Tài nguyên Masan, ngân hàng Techcombank và các công ty con
	Công ty TNHH Masan Beverage
	Công ty TNHH Masan Brewery
	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
	Công ty TNHH Masan Consumer Holdings
	Masan Consumer (Thailand) Limited
	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
	Công ty Cổ phần Masan MEATLife
	Công ty Cổ phần Tầm nhìn Masan (tên trước đây Công ty TNHH Tầm nhìn Masan)
	Công ty TNHH MTV Tài nguyên Masan Thái Nguyên
	Một công ty thành viên của MHT, Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”) (trước đây là Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H. C. Starck)
	Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H. C. Starck)
	Machine Learning, công nghệ máy học
	Công ty TNHH MML Farm Nghệ An
ML	
MML Farm Nghệ An	

MHT, Masan High-Tech Materials	Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials
MNC	Công ty đa quốc gia
MT	Kênh thương mại hiện đại
MNO	Nhà khai thác mạng di động
MVNO	Mobile Virtual Network Operator, nhà cung cấp dịch vụ di động có mô hình kinh doanh tinh gọn nhờ tận dụng hạ tầng mạng truyền dẫn và thu phát sóng đã có sẵn
NHNN	Ngân hàng nhà nước Việt Nam
NIM	Tỷ lệ thu nhập lãi thuần
Núi Pháo	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo, được tái cấu trúc từ Công ty TNHH Liên doanh Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo sau thương vụ mua lại dự án Núi Pháo
Nước khoáng Quảng Ninh	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh
O ²	từ offline đến online
Proconco	Công ty Cổ phần Thức ăn Gia súc Việt Pháp
Protein	Đạm
R&D	Nghiên cứu và phát triển
Saigon Nutri Food	Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn
Singha	Công ty Singha Asia Holdings
SK	SK Group, Tập đoàn SK
SKU	Đơn vị lưu kho
SME	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
Tài Nguyên Masan Thái Nguyên	Công ty TNHH Một thành viên Tài Nguyên Ma San Thái Nguyên
Tập đoàn	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
TCM	Lợi nhuận thương mại, là lợi nhuận gộp cộng với các ưu đãi/hỗ trợ từ nhà cung cấp)
Techcombank hoặc TCB	Ngân hàng Thương Mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam
TNNH	Trách Nhiệm Hữu Hạn
Tp.	Thành phố
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TSCĐ	Tài sản cố định
TPG	Tập đoàn Texas Pacific
UPCoM	Thị trường giao dịch chứng khoán của các công ty đại chúng chưa niêm yết được tổ chức tại Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội
USD	Đô la Mỹ
USGS	Cục Khảo sát Địa chất Hoa Kỳ
VCM	Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM là chủ sở hữu của WinCommerce, đơn vị đang điều hành hệ thống siêu thị WinMart và siêu thị mini WinMart+. Do đó, VCM và WinCommerce có thể được sử dụng để thay thế cho nhau.
WinCommerce, WCM	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce
Vinacafé Biên Hòa, Vinacafé	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
Vinacafé	Thương hiệu cà phê của Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
WinEco	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Wineco
Vinh Hào	Công ty cổ phần Nước khoáng Vinh Hào
VISSAN	Công ty cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ súc sản
VNĐ	Đồng Việt Nam
YTO	Yellow Tungsten Oxide

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Phòng 802, Central Plaza
17 Lê Duẩn, Quận 1
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại: +84 28 6256 3862
Fax: +84 28 3827 4115

masangroup.com