

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Danh mục hàng tiêu dùng mở rộng, doanh thu Quý 4/2019 và lợi nhuận sau thuế tăng trưởng gần 20% so với Quý 3/2019

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 10 năm 2019 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” hoặc “Công ty”) đã công bố kết quả kinh doanh 9 tháng đầu năm 2019.

Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc Masan Group, ông Nguyễn Đăng Quang chia sẻ: *“Chúng ta đang tiến đến vạch đích của năm 2019 và tôi tin những mảnh ghép chiến lược sẽ dần trở nên rõ ràng vào cuối năm nay. Bức tranh sẽ rõ ràng và cho thấy lý do vì sao chúng tôi lạc quan vào triển vọng năm 2020 và xa hơn. Tại Masan, chúng tôi tập trung nguồn lực để tạo ra các giá trị mạnh mẽ trong trung hạn cho người tiêu dùng và cổ đông, thay vì theo đuổi các giá trị ngắn hạn hàng quý.”*

Kết quả kinh doanh

- **Masan MEATLife (“MML”):** MEATDeli – thương hiệu thịt mát của MML dự kiến sẽ đạt 75% doanh thu thịt tươi Vissan (căn cứ trên số liệu doanh thu thuần ước tính theo tháng tại tháng 12/2019 sau 1 năm kể từ khi MEATDeli có mặt trên thị trường).
 - Doanh thu thuần MEATDeli đạt 69 tỷ đồng vào Quý 3/2019, tăng 4 lần so với Quý 2/2019. Kể từ tháng 6/2019 cho đến cuối tháng 9/2019, doanh thu thuần trung bình mỗi tháng tăng 31%. Công ty kỳ vọng doanh thu thuần tháng 12/2019 sẽ đạt mức 100 tỷ đồng, tương đương với doanh thu thuần cả năm là 1.200 tỷ đồng, tương ứng với gần 20% công suất của Tổ hợp chế biến thịt MEAT Hà Nam.
 - Tính đến tháng 10/2019, MML đã ra mắt thành công 320 điểm bán có hệ thống bảo quản lạnh tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, so với 116 điểm bán có hệ thống bảo quản lạnh vào cuối Quý 2/2019. Dự kiến, chuỗi điểm bán có hệ thống bảo quản lạnh sẽ đạt hơn 650 điểm vào cuối tháng 12/2019, chỉ sau Bách Hóa Xanh và VinMart.
 - MML đã chiếm lĩnh gần 2,5% thị phần tại Hà Nội. Với những phản hồi tích cực từ người tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh, MML hứa hẹn sẽ gặt hái những thành công tương tự tại thị trường này.
 - MML sẽ mở rộng danh mục thịt với phát kiến thịt mát chế biến dự kiến ra mắt người tiêu dùng vào tháng 11/2019. Tiếp nối thành công của danh mục thịt chế biến tại Masan Consumer với tăng trưởng 2 lần so với năm 2018, thịt mát chế biến tại MML sẽ là sản phẩm chủ chốt cho tăng trưởng trong tương lai.
 - Theo kế hoạch, MML sẽ được niêm yết trên thị trường UPCoM vào cuối năm 2019. Vào tháng 10/2019, Masan đã chào bán thành công 1,8 triệu cổ phiếu MML cho các nhà đầu tư cá nhân tại đợt niêm yết trước (pre-listing). Masan đang trên đà hiện thực hóa tầm nhìn trở thành thương hiệu thịt mát số 1 vào năm 2023, thưởng thưởng cho các nhà đầu tư giai đoạn đầu – những người tin tưởng vào tầm nhìn và khả năng thực thi của MML.
- **Masan Consumer (“MCH”):** mảng đồ uống và danh mục các phát kiến giá trị gia tăng đang theo đúng lộ trình đạt được các KPI tăng trưởng trung hạn.
 - Đồ uống: Quý 3/2019 tăng trưởng 35,4% so với Quý 3/2018, được thúc đẩy bởi tăng trưởng 41,4% ở thức uống tăng lực và 21,7% ở nước đóng chai so với cùng kỳ. Trong 9 tháng đầu năm 2019, mảng đồ uống đạt tăng trưởng doanh thu 29,4% so với 9 tháng đầu năm 2018.

- Gia vị: sản phẩm cao cấp đóng góp 11% doanh thu vào cuối Quý 3/2019 và dự kiến sẽ tăng lên 12% với sự ra mắt thành công của sản phẩm nước mắm Nam Ngư Phú Quốc. Dòng sản phẩm hạt nêm với thị phần ấn tượng được kỳ vọng sẽ là động lực thúc đẩy tăng trưởng doanh thu ở mảng gia vị trong 12 tháng tới.
- Thực phẩm tiện lợi: mảng thực phẩm tiện lợi tăng trưởng 15% trong 9 tháng đầu năm 2019 so với 9 tháng đầu năm 2018. Dự kiến sẽ đạt tăng trưởng doanh thu hơn 10% trong năm 2019.
- **Masan Resources (“MSR”)**: thỏa thuận mua lại mảng kinh doanh Vonfram của H.C Starck giúp MSR tạo ra dòng tiền ổn định qua các chu kỳ thị trường và khẳng định vị thế nhà chế tạo các sản phẩm Vonfram “midstream” (giai đoạn giữa của chuỗi giá trị) của MSR. Các sản phẩm Vonfram công nghệ cao “midstream” có giá bán cao hơn từ 30-50% và mở rộng quy mô thị trường đầu ra lên 4,6 tỷ USD, gấp 3,5 lần so với các sản phẩm APT. Bất chấp các khó khăn thị trường hàng hóa hiện tại, MSR dự kiến sẽ khép lại năm nay với 150 triệu USD tiền mặt và các khoản tương đương do kết quả của vụ thắng kiện với Jacobs E&C Australia vào Quý 3/2019 và dự kiến thanh lý tồn kho Đồng vào cuối năm 2019.

Phân tích doanh thu thuần hợp nhất Masan Group

- Doanh thu thuần hợp nhất của Masan Group giảm lần lượt 0,9% và 2,2% ở 9 tháng đầu năm 2019 và Quý 3/2019. Doanh thu thuần trong 9 tháng đầu năm 2019 là 26.378 tỷ đồng, so với mức 26.630 tỷ đồng vào 9 tháng đầu năm 2018. Các nguyên nhân dẫn đến sụt giảm:
 - Doanh số thức ăn cho lợn giảm do Dịch tả heo châu Phi (ASF) khiến tổng đàn lợn tại Việt Nam giảm hơn 20%. Sụt giảm doanh số ở thức ăn gia súc được bù đắp bởi tăng trưởng hai chữ số ở thức ăn gia cầm và thức ăn thủy sản.
 - Doanh thu MSR giảm do giá Vonfram thấp và tồn kho Đồng. Giá Vonfram đã tăng lên mức 225 – 245 USD / mtu từ mức đáy (180 – 195 USD / mtu) và MSR dự kiến sẽ thanh lý Đồng tồn kho vào cuối năm 2019.
 - Các sản phẩm và danh mục tăng trưởng tại MCH tiếp tục được mở rộng và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu nói chung.
- **Phân tích doanh thu thuần trong 9 tháng đầu năm 2019 (vui lòng xem bảng Phân tích Kết quả Kinh doanh Nội bộ):**
 - **MML**: doanh thu thuần đạt 10.104 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2019, tăng 0,7% so với mức 10.035 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018, không bao gồm doanh thu thuần bán thịt mát do kết quả của mảng kinh doanh này chỉ được ghi nhận từ Quý 4/2019 trở đi vì Tổ hợp chế biến thịt Meat Hà Nam vẫn đang trong quá trình đầu tư theo như giấy phép đầu tư.
 - **MCH**: doanh thu thuần tăng 5,7% trong 9 tháng đầu năm 2019, đạt mức 12.589 tỷ đồng.
 - **MSR**: doanh thu thuần đạt 3.685 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2019, giảm 21,4%.

Phân tích lợi nhuận hợp nhất Masan Group

- Động lực tăng trưởng lợi nhuận ở Quý 3/2019 và 9 tháng đầu năm 2019:
 - **MML**: mảng thức ăn chăn nuôi đạt tăng trưởng EBITDA mạnh mẽ, được thúc đẩy bởi (1) tăng trưởng doanh thu hai chữ số ở mảng thức ăn thủy sản và thức ăn gia cầm, (2) chiến lược thu mua nguyên vật liệu để tăng tỷ suất lợi nhuận gộp lên 17%.
 - **MCH**: (1) Đầu tư vào chi phí SG&A hỗ trợ tung các phát kiến mới nhằm thúc đẩy tăng trưởng trung hạn và (2) lợi nhuận mảng bia thấp hơn. Công ty kỳ vọng mảng thức uống và chiến lược cao cấp hóa sản phẩm sẽ là động lực tăng trưởng mạnh mẽ và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận ở mức hai chữ số.

- **MSR:** lợi nhuận sụt giảm do giá Vonfram chạm đáy, nhưng được bù đắp từ khoản thu nhập một lần do thành công trong vụ kiện trọng tài quốc tế với Jacobs.
- **MSN:** chi phí tài chính hợp nhất giảm 30,3% và lợi ích của cổ đông thiểu số giảm 9,0%.
- **Lợi nhuận phân bổ cho Cổ đông trong các hoạt động kinh doanh chính Quý 3/2019¹:** đạt 577 tỷ đồng, giảm 24,7% so với mức 766 tỷ đồng ở Quý 3/2018 do giá Vonfram.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty trong hoạt động kinh doanh chính trong 9 tháng đầu năm 2019:** đạt 2.459 tỷ đồng, tăng 5,6% so với mức 2.328 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty ở Quý 3/2019 là 2.228 tỷ đồng, tăng 197,8% so với mức 748 tỷ đồng ở Quý 3/2018. Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty ở 9 tháng đầu năm 2019 là 4.110 tỷ đồng, tăng 8,7% so với mức 3.779 tỷ đồng ở 9 tháng đầu năm 2018.²

Dự báo kết quả tài chính 2019

Những dự báo dưới đây là kỳ vọng của Masan tính đến thời điểm hiện tại. Những dự báo này có thể thay đổi đáng kể dưới sự tác động của nhiều yếu tố, ví dụ như thay đổi tỷ giá hối đoái, biến động kinh tế trong nước và toàn cầu, các sự kiện trên thế giới và tỷ lệ tăng trưởng tiêu dùng.

- **MCH:** Doanh thu thuần dự kiến tăng từ 10 – 15%. Động lực chính đến từ chiến lược cao cấp hóa ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi, tăng trưởng 2 chữ số trong ngành hàng thức uống và thịt chế biến.
- **MML:** Doanh thu thuần của MML dự kiến sẽ tăng trưởng ở mức từ một đến hai chữ số. Doanh thu thuần của thịt mát dự kiến sẽ đóng góp gần 10% vào doanh thu thuần hợp nhất của MML trong tháng 12/2019. Ngành thức ăn chăn nuôi dự kiến sẽ tăng trưởng một chữ số.
- **MSR:** Doanh thu thuần dự kiến đạt mức từ 5,0 – 5,5 nghìn tỷ đồng, dựa trên thanh lý một phần hay toàn bộ Đồng tồn kho vào Quý 4/2019.
- **MSN:** Dự vào các yếu tố trên, Masan dự kiến doanh thu hợp nhất sẽ từ 38 – 40 nghìn tỷ đồng trong năm 2019, và Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông trong các hoạt động kinh doanh chính vào khoảng 3.5 – 3.6 nghìn tỷ đồng, thấp hơn so với dự báo ở Đại hội đồng cổ đông thường niên do giá hàng hóa giảm và ảnh hưởng từ Dịch tả lợn Châu Phi.

Phân tích kết quả kinh doanh nổi bật

MCH: Doanh thu thuần 9 tháng đầu năm 2019 tăng trưởng 5,7% so với 9 tháng đầu năm 2018, doanh thu thuần Quý 4/2019 dự kiến tăng trưởng hai chữ số

- **Cao cấp hóa ngành hàng thực phẩm:**
 - Trong 9 tháng đầu năm 2019, doanh thu thuần của ngành hàng gia vị ngang bằng so với 9 tháng đầu năm 2018, chủ yếu do doanh số sản phẩm nước mắm thấp hơn, tuy nhiên, doanh số sản phẩm nước mắm hiện đã trở lại mức bình thường, và được kỳ vọng tăng trưởng xấp xỉ 10% trong Quý 4/2019. Danh mục sản phẩm nước mắm cao cấp tiếp tục tăng trưởng như kỳ vọng, và đóng góp 11% vào tổng doanh thu nước

¹ Lợi nhuận đến từ mảng kinh doanh chính loại trừ các khoản thu nhập một lần (không phải mảng kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng trong Quý 2/2018 chủ yếu đến từ giá định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank do kết quả của việc phát hành cổ phiếu cho cổ đông mới với giá trị lớn hơn giá trị cổ đông hiện tại đang sở hữu và kết quả ròng từ các hoạt động khác. Lợi nhuận đến từ mảng kinh doanh chính cũng loại trừ khoản thu nhập một lần thuần trị giá 1.651 tỷ đồng từ MSR vào Quý 3/2019 do dàn xếp vụ kiện trọng tài quốc tế giữa NPMC với Jacobs.

² Bên cạnh việc bao gồm khoản thu nhập một lần thuần từ MSR trong Quý 3/2019, lợi nhuận thuần này cũng bao gồm các khoản thu nhập một lần (không phải hoạt động kinh doanh chính) trị giá 1.472 tỷ đồng ở Quý 2/2018, chủ yếu do giá định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank.

mầm so với mức 10% vào năm 2018. Hạt nêm tiếp tục là động lực tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ đạt thị phần hai chữ số vào tháng 9/2019.

- Trong 9 tháng đầu năm 2019, ngành hàng thực phẩm tiện lợi tăng trưởng doanh thu 4,8% so với 9 tháng đầu năm 2018 và các sản phẩm cao cấp tiếp tục là động lực tăng trưởng. Tăng trưởng doanh thu có thể đạt mức 7%, nhưng bị ảnh hưởng bởi thay đổi chính sách giá từ chi phí khuyến mãi sang giảm giá bán hàng trực tiếp trong các sản phẩm mì phân khúc phổ thông. Các sản phẩm cao cấp đạt tăng trưởng xấp xỉ 15% trong 9 tháng đầu năm 2019 và sản phẩm các giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh tăng hơn 60% so với 9 tháng đầu năm 2018. Trong Quý 4/2019, ngành hàng dự kiến tăng trưởng hai chữ số khi các phát kiến bữa ăn hoàn chỉnh như mì trộn Omachi và các sản phẩm tiết kiệm bắt đầu tăng tốc vào cuối năm 2019.
- **Đồ uống:** Doanh thu thuần tăng 29,4% trong 9 tháng đầu năm 2019, nhờ vào tăng trưởng doanh thu 33,1% của nước tăng lực và 21,6% của nước đóng chai. Mảng nước tăng lực tiếp tục phát triển nhờ vào tăng trưởng gần 30% của thương hiệu WakeUp 247 và thương hiệu Compact bắt đầu có động lực tăng trưởng được hỗ trợ bởi việc mở rộng hệ thống phân phối. Doanh thu của nhãn hàng Compact đóng góp gần 6% doanh thu của danh mục nước tăng lực tại MCH.
- **Danh mục các sản phẩm đang phát triển:**
 - **Thịt chế biến:** Doanh thu thuần tăng trưởng 156,6% trong Quý 3/2019 và tăng 102,0% trong 9 tháng đầu năm 2019. Các phát kiến đột phá từ hợp tác chiến lược với Công ty Jin-Ju giúp ngành hàng trên đà đạt mức tăng trưởng doanh thu gấp 2 lần trong năm 2019. Sản phẩm thịt với hương vị mới, được hỗ trợ với kế hoạch truyền thông mạng xã hội mang tính chiến lược.
 - **Cà phê hòa tan:** Ở Quý 3/2019 ngành hàng cà phê không tăng trưởng so với Quý 2/2019, 9 tháng đầu năm 2019 giảm 14,0% so với 9 tháng đầu năm 2018. Sản phẩm mới tung vào Quý 3/2019 cho thấy đà tăng trưởng ban đầu tại Đồng bằng sông Cửu Long. Tuy nhiên, tăng trưởng bền vững phụ thuộc vào khả năng thâm nhập thị trường với những sản phẩm cà phê ở các dạng thức mới. Công ty đang xem xét các mô hình kinh doanh mới để tạo ra tăng trưởng đột phá cho ngành hàng.
 - **Bia:** Doanh thu thuần Quý 3/2019 tăng 17,4% so với Quý 3/2018, và giảm nhẹ ở mức 2% vào 9 tháng đầu năm 2019. Ngành hàng vẫn đang tăng trưởng dưới mức kỳ vọng của Ban điều hành khi doanh thu năm 2019 dự kiến sẽ không tăng so với năm 2018.

MML: Đang trên đà chiếm lĩnh 2% thị phần doanh thu thịt lợn trên toàn quốc vào năm 2020 khi chiến lược thịt có thương hiệu phát huy hiệu quả.

- Công ty kỳ vọng doanh thu thuần đạt 400 – 500 tỷ đồng vào năm 2019 và hệ thống phân phối bảo quản lạnh đạt hơn 650 điểm vào cuối năm nay. MML đã chiếm lĩnh hơn 55% thị phần thịt lợn tại hệ thống VinMart, gần đây đã đưa sản phẩm vào CoopMart và dự kiến sẽ đạt hơn 30% thị phần thịt lợn tại đây vào cuối năm 2019.
- **Kinh doanh thức ăn chăn nuôi bị trì trệ do ảnh hưởng của Dịch tả lợn châu Phi, những mảng kinh doanh khác vượt kỳ vọng.**
 - Doanh thu duy trì ở mức 3.400 tỷ đồng ở Quý 3/2019 và 10.100 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2019. Sản lượng thức ăn thủy sản và thức ăn gia cầm lần lượt tăng 28% và 14%, bù đắp cho thức ăn gia súc giảm 22%.
 - Công ty dự đoán mảng thức ăn gia súc sẽ hồi phục trong 4 quý tới khi tiêu thụ cám Bio-zeem được đẩy mạnh nhờ vào chương trình hợp tác với trại lớn và người nông dân bắt đầu tái đàn khi Dịch tả lợn châu Phi có chiều hướng lắng lại và dự kiến giá lợn hơi sẽ tăng lên mức 55.000 đồng / kg do tình trạng thiếu hụt nguồn cung hiện nay.
- **Bảo vệ lợi nhuận:** Biên lợi nhuận gộp tăng 165 điểm cơ bản trong 9 tháng đầu năm 2019 so với 9 tháng đầu năm 2018, và tăng 274 điểm cơ bản trong Quý 3/2019 so với Quý 3/2018. Tối

ưu hóa chi phí SG&A cũng giúp tỷ suất lợi nhuận EBITDA cải thiện đáng kể, tăng 279 điểm cơ bản trong 9 tháng đầu năm 2019 so với cùng kỳ năm trước. Công ty sẽ tiếp tục hợp lý hóa các nguồn chi nhằm đạt được biên lợi nhuận hoạt động bền vững ở mức hai chữ số.

MSR: Giá vonfram thấp ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh 9 tháng đầu năm 2019

- **Cập nhật thị trường giá:** Tình hình kinh tế vẫn còn nhiều khó khăn và có chiều hướng diễn biến xấu trong Quý 3/2019 khi căng thẳng thương mại Mỹ - Trung vẫn tiếp diễn. Ảnh hưởng của chiến tranh thương mại lên dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới tiếp tục tác động đến thị trường Vonfram, Đồng và Bismut. Thêm vào đó, thị trường Vonfram bất ổn do bị ảnh hưởng bởi những lo ngại về việc Fanya bán lượng Vonfram dự trữ tại Trung Quốc và chưa chắc chắn về giá mà Fanya sẽ bán. Tháng 9/2019, Fanya đã bán 28.336 tấn Vonfram dự trữ và giảm bớt những lo ngại này, khiến giá Vonfram phục hồi lên mức 225 – 245 USD / mtu vào đầu tháng 10. Ở mức giá hiện tại, hơn 70% các nhà sản xuất Trung Quốc đang lỗ do đó Công ty dự đoán giá Vonfram sẽ tiếp tục tăng lên.
- **Doanh thu thuần giảm 21,4%:** Doanh thu thuần của MSR trong 9 tháng đầu năm 2019 là 3.685 tỷ đồng, giảm 21% so với 9 tháng đầu năm 2018 là 4.688 tỷ đồng. Doanh thu bị ảnh hưởng bởi (1) giá thực bán của Vonfram thấp hơn và (2) Vonfram tồn kho nhiều hơn do giá thị trường giảm và (3) tồn kho Đồng. MSR đang tiếp tục tìm kiếm giải pháp bền vững qua việc xây dựng nhà máy tinh luyện Đồng/Vàng để bán sản phẩm tại thị trường địa phương. Mặc dù vậy, ban quản lý dự kiến sẽ bán tất cả hàng tồn kho đồng trước Quý 1/2020. Giá thực bán của Florit cao hơn đã góp phần gia tăng doanh thu Florit và bù đắp cho các sản phẩm còn lại.
- **Lợi nhuận ròng 473 tỷ đồng** – MSR đạt lợi nhuận ròng là 473 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2019, tăng 39% so với cùng kỳ năm trước. So với 9 tháng đầu năm 2018, EBITDA giảm 796 tỷ đồng, trong khi đó lợi nhuận ròng tăng lên 133 tỷ đồng. Sự khác biệt mang tính tích cực giữa biến động của EBITDA và lợi nhuận ròng là do kết quả của vụ thắng kiện với Jacobs.

TCB: Báo cáo lợi nhuận trước thuế tăng 14,0% đạt 8.860 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2019 so với mức 7.774 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018.

- Vui lòng xem Thông Cáo Báo Chí và Báo Cáo Tài Chính để biết thêm [Chi tiết](#).

Kết quả tài chính hợp nhất³ Quý 3/2019 và 9 tháng đầu năm 2019

Kết quả kinh doanh nổi bật

Tỷ đồng	3Q2019	3Q2018	Tăng trường	9M2019	9M2018	Tăng trường
Doanh thu thuần	8,968	9,171	(2.2)%	26,378	26,630	(0.9)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	4,610	4,381	5.2%	12,589	11,907	5.7%
<i>Masan MEATLife</i>	3,363	3,341	0.6%	10,104	10,035	0.7%
<i>Masan Resources</i>	995	1,449	(31.3)%	3,685	4,688	(21.4)%
Lợi nhuận gộp	2,432	2,774	(12.3)%	7,562	8,343	(9.4)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1,887	1,912	(1.3)%	5,137	5,257	(2.3)%
<i>Masan MEATLife</i>	567	472	20.1%	1,711	1,534	11.5%
<i>Masan Resources</i>	(35)	377	(109.3)%	676	1,513	(55.3)%
Biên lợi nhuận gộp	27.1%	30.2%		28.7%	31.3%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	40.9%	43.7%		40.8%	44.2%	
<i>Masan MEATLife</i>	16.9%	14.1%		16.9%	15.3%	
<i>Masan Resources</i>	(3.5)%	26.0%		18.3%	32.3%	
SG&A⁴	(1,536)	(1,386)	10.8%	(4,280)	(4,293)	(0.3)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(1,069)	(942)	13.4%	(2,906)	(2,832)	2.6%
<i>Masan MEATLife</i>	(358)	(351)	2.0%	(1,053)	(1,103)	(4.5)%
<i>Masan Resources</i>	(58)	(44)	32.0%	(158)	(190)	(16.7)%
% Chi phí SG&A trên doanh thu	17.1%	15.1%		16.2%	16.1%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	23.2%	21.5%		23.1%	23.8%	
<i>Masan MEATLife</i>	10.7%	10.5%		10.4%	11.0%	
<i>Masan Resources</i>	5.9%	3.0%		4.3%	4.0%	
Lợi nhuận từ công ty liên kết⁵	552	442	24.8%	1,532	1,430	7.2%
Khấu hao và phân bổ	768	740	3.7%	2,286	2,238	2.2%
EBITDA	2,216	2,570	(13.8)%	7,100	7,718	(8.0)%
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1,044	1,194	(12.6)%	2,913	3,103	(6.1)%
<i>Masan MEATLife</i>	407	300	35.7%	1,229	940	30.7%
<i>Masan Resources</i>	262	671	(60.9)%	1,571	2,362	(33.5)%
<i>Techcombank Contribution</i>	542	443	22.4%	1,514	1,411	7.4%
Biên EBITDA	24.7%	28.0%		26.9%	29.0%	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	22.6%	27.3%		23.1%	26.1%	
<i>Masan MEATLife</i>	12.1%	9.0%		12.2%	9.4%	
<i>Masan Resources</i>	26.4%	46.3%		42.6%	50.4%	
Lợi nhuận/(Chi phí) tài chính thuần	197	(715)		(730)	(654)	
<i>Thu nhập tài chính⁶</i>	791	125		950	1,759	
<i>Chi phí tài chính</i>	(595)	(840)		(1,681)	(2,413)	
Chi phí khác	1,022	(36)		1,001	(22)	
Thuế TNDN	(242)	(179)	35.3%	(467)	(468)	(0.2)%
Lợi nhuận thuần	2,425	918	164.1%	4,616	4,336	6.5%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đồng của công ty	2,228	748	197.8%	4,110	3,779	8.7%

³ Số liệu tài chính dựa trên báo cáo quản trị và tuân thủ các chuẩn mực Kế Toán Việt Nam.

⁴ Chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí bán hàng hợp nhất của MSN cao hơn tổng Chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí bán hàng của các mảnh kinh doanh do các chi phí ở Công ty mẹ.

⁵ Bao gồm lợi nhuận của Techcombank.

⁶ Bao gồm lợi nhuận một lần (không phải kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng trong Quý 2/2018, chủ yếu đến từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank do kết quả của việc phát hành cổ phiếu quỹ với giá cao hơn giá trị của Công ty và các khoản thu nhập một lần do thành công trong vụ kiện với Jacobs E&C Australia Pty Ltd.

Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính ⁷	774	936	(17.3)%	2,966	2,886	2.8%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty trong hoạt động kinh doanh chính ⁶	577	766	(24.7)%	2,459	2,328	5.6%

Bảng cân đối kế toán nổi bật

Tỷ đồng	FY2017	FY2018	9M2019
Tiền và các khoản tương đương tiền⁸	8,154	4,962	7,763
Nợ Vay	34,796	21,995	25,479
Nợ vay ngắn hạn	9,166	9,244	15,180
Nợ vay dài hạn	25,630	12,752	10,298
Tổng tài sản	63,529	64,579	72,308
Tổng vốn sở hữu	20,225	34,080	38,516
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đông thiểu số	14,837	29,487	33,646
Số lượng cổ phiếu đang phát hành (Triệu cổ phiếu)	1,047	1,163	1,169
Cổ phiếu đã phát hành	1,157	1,163	1,169
Cổ phiếu quỹ	(110)	-	-

Các chỉ số tài chính tiêu biểu

Tỷ đồng	FY2017	FY2018	9M2019
Nợ vay/ EBITDA	3.7x	2.1x	2.6x
ROAA bình quân	5%	9%	9%
ROAE bình quân	21%	22%	17%
ROAE của hoạt động kinh doanh chính	15%	17%	12%
FFO⁹/Nợ vay	10%	24%	21%
FCF¹⁰	4,199	4,622	2,085
Vòng quay tiền mặt	42	43	68
Số ngày tồn kho ¹¹	61	60	82
Số ngày phải thu ¹²	8	10	1
Số ngày phải trả ¹²	27	27	15
CAPEX	(2,111)	(2,638)	(3,381)

⁷ “Mảng kinh doanh chính” phản ánh những thay đổi được đề cập trong chú thích 6 và được điều chỉnh cho kết quả thuần từ các hoạt động khác

⁸ Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn từ 3 đến 12 tháng) và các khoản phải thu liên quan đến hoạt động ngân quỹ và đầu tư.

⁹ FFO: Tiền từ hoạt động thuần – được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho doanh thu tài chính thuần không bao gồm khoản thu một lần từ việc bán trái phiếu chuyển đổi của TCB và điều chỉnh cho thuế thu nhập doanh nghiệp trong giai đoạn báo cáo.

¹⁰ FCF: Dòng tiền thuần được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho thay đổi trong vốn lưu động, thuế thu nhập doanh nghiệp và chi phí đầu tư Capex.

¹¹ Số ngày tồn kho được tính bằng cách lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán.

¹² Số ngày phải thu và phải trả được tính bằng việc lấy số dư cuối kỳ của khoản phải thu và phải trả chia cho doanh thu và giá vốn hàng bán.

Phân tích hoạt động kinh doanh theo từng lĩnh vực

MCH

Tỷ đồng	Tăng trưởng Quý 3	Tăng trưởng trong 9 tháng đầu năm
Doanh thu thuần¹³	5.2%	5.7%
Gia vị	(6.1)%	(0.5)%
Thực phẩm tiện lợi ¹⁴	1.7%	4.8%
Thức uống (không cồn)	35.4%	29.4%
Khác ¹⁵	10.5%	(0.6)%
Lợi nhuận gộp	(1.3)%	(2.3)%
EBITDA	(12.6)%	(6.1)%

MSR

Giá hàng hóa trung bình ¹⁶	Đơn vị	9 tháng năm	9 tháng năm	% Thay đổi	Đến ngày 30.09.19	Đến ngày
		2019	2018			30.09.18
Giá APT Châu Âu mức thấp*	USD/mtu ¹⁷	265	328	(19.2)%	250	349
Giá Bismuth mức thấp*	USD/lb	3.4	4.9	(30.6)%	3.0	4.3
Giá đồng*	USD/t	6,167	6,902	(10.6)%	5,972	6,646
Florit cấp axit ^{**18}	USD/t	503	488	3.1%	490	490

Bảng tóm tắt sản lượng	Đơn vị	9M2019	9M2018	Tăng trưởng
Quặng chế biến	kt	1,875	1,911	(1.9)%
APT / BTO / YTO / ST (tinh quặng)	t	3,209	3,806	4.0%
Đồng trong tinh quặng Đồng (tinh quặng)	t	4,002	4,387	(8.8)%
Florit cấp acid	t	115,702	114,879	0.7%
Bismut trong xỉ mặng Bismut (tinh quặng)	t	917	1,244	(26.3)%

¹³ Theo dữ liệu của Ban điều hành.

¹⁴ Bao gồm mì ăn liền, các giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh, cháo ăn liền và những thực phẩm tiện lợi khác.

¹⁵ Bao gồm cà phê hòa tan, bia, thịt chế biến, ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu.

¹⁶ Metals Bulletin.

¹⁷ 1 MTU bằng 10kg. Ước lượng doanh thu cho 1 tấn vonfram, nhân số MTU với 100, giá USD trên 1 MTU và % giá thực nhận được (giá này phụ thuộc vào tính chất của hợp đồng và tính chất hóa học của sản phẩm hóa chất vonfram).

¹⁸ Khoáng sản công nghiệp.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan” hoặc “Tập đoàn”) tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Tập đoàn là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho hơn 90 triệu người dân Việt Nam, để họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu cơ bản hàng ngày. Masan hiện thực hóa tầm nhìn này bằng cách thúc đẩy năng suất thông qua những phát kiến mới, áp dụng công nghệ, xây dựng thương hiệu mạnh, và tập trung hiện thực hóa những cơ hội lớn gắn với cuộc sống hằng ngày của đại đa số người dân.

Các Công ty thành viên và liên kết của Tập đoàn Masan là những Công ty dẫn đầu các lĩnh vực thực phẩm chế biến và đồ uống, thịt có thương hiệu, sản xuất hóa chất công nghiệp và dịch vụ tài chính, là những lĩnh vực đang tăng trưởng cao của nền kinh tế Việt Nam.

LIÊN HỆ:

Dành cho Nhà đầu tư/Chuyên viên phân tích

Tanveer Gill

T: +84 28 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

Dành cho Truyền thông

Võ Thùy Kim Ngân

T: +84 28 6256 3862

E: nganvtk@msn.masangroup.com

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