

## THÔNG CÁO BÁO CHÍ

### **Masan tiếp tục tăng trưởng: Lợi nhuận thuần của các lĩnh vực kinh doanh chính tăng trưởng hơn 90% trong 9 tháng đầu năm 2018 và tự tin về đích kế hoạch lợi nhuận năm 2018**

**Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 10 năm 2018** – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” và “Công ty”, công bố kết quả kinh doanh 9 tháng năm 2018.

*“Masan tiếp tục thực thi kế hoạch tăng trưởng trong trung hạn. Nhờ chiến lược “cao cấp hóa” và mở rộng ngành hàng đồ uống giúp cho Masan Consumer tăng trưởng gấp 2-3 lần mức tăng trưởng trung bình của ngành FMCG trong các năm tới. Việc Masan Resources mua lại nhà máy chế biến hóa chất vonfram công nghệ cao là bước đi chiến lược giúp Công ty có thể tạo ra dòng tiền vững mạnh cũng như hiện thực hóa kế hoạch tăng công suất lên gấp đôi để mở rộng thị phần vonfram ngoài Trung Quốc. Bên cạnh đó, mô hình tập trung vào dịch vụ khách hàng và đầu tư vào công nghệ cao đã giúp Techcombank trở thành ngân hàng tăng trưởng nhanh nhất và có lợi nhuận cao nhất trên thị trường. Techcombank sẽ duy trì vị thế này bằng mô hình ưu tiên nguồn thu nhập từ các hoạt động dịch vụ khách hàng thay vì thu nhập từ lãi vay. Dù đạt được tăng trưởng vượt trội nhưng không phải mọi thứ đều tiến triển tốt như kế hoạch, Masan Nutri-Science vẫn bị ảnh hưởng nặng do khủng hoảng giá heo. Thị trường thức ăn chăn nuôi dù đang hồi phục nhưng chúng ta đặt niềm tin lớn vào chiến lược chuyển đổi thành công ty kinh doanh thịt tươi sống hàng đầu, chứ không chỉ đơn thuần là nhà sản xuất thức ăn chăn nuôi. Lứa heo đầu tiên từ trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An đã xuất chuồng với kết quả rất khả quan, nhưng Masan Nutri-Science sẽ dừng bán heo hơi vào năm 2019 vì chúng ta sẽ tập trung vào việc tung ra sản phẩm thịt có thương hiệu phục vụ người tiêu dùng. Masan tin rằng kết quả kinh doanh năm 2018 sẽ rất ấn tượng, và đây sẽ là nền tảng giúp tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận đạt hai con số cho năm 2019 cũng như các năm tiếp theo.”*, ông Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc nói.

#### **Phân tích lợi nhuận hợp nhất**

- **Lợi nhuận các lĩnh vực kinh doanh chính<sup>1</sup> cho 9 tháng năm 2018:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty cho các lĩnh vực kinh doanh chính trong 9 tháng đầu năm 2018 đạt 2.307 tỷ đồng, tăng 90,2% so với mức 1.213 trong cùng kỳ năm 2017, nhờ vào biên lợi nhuận cho 9 tháng năm 2018 tăng lên mức 8,7% từ mức 4,4% trong cùng kỳ năm 2017. Như vậy, biên lợi nhuận tăng 425 điểm cơ bản nhờ vào giảm 350 điểm cơ bản tỷ lệ chi phí hoạt động quản lý và bán hàng (“SG&A”) trên doanh thu và giảm 10,5% chi phí lãi vay, điều này cho thấy nền tảng kinh doanh và cấu trúc tài chính bền vững hơn.
  - Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty theo báo cáo tài chính trong 9 tháng đầu năm 2018 đạt 3.779 tỷ đồng, tăng trưởng 211,6% so với cùng kỳ năm 2017 do Công ty nhận được lợi nhuận một lần (không phải là lợi nhuận hoạt động kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng được xem như là “giả định” bán một phần tỉ lệ sở hữu trong công ty liên kết Techcombank (deemed disposal) nhờ vào kết quả phát hành cổ phiếu quỹ với giá cao hơn giá trị sổ sách của Công ty.

<sup>1</sup> Bao gồm lợi nhuận một lần (không phải kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng được xem như là “giả định” bán một phần tỉ lệ sở hữu trong công ty liên kết - Techcombank” (deemed disposal) nhờ vào kết quả phát hành cổ phiếu quỹ với giá cao hơn giá trị sổ sách của Công ty.

- **Lợi nhuận các lĩnh vực kinh doanh chính cho Quý 3/2018:** Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty cho các lĩnh vực kinh doanh chính cho Q3/2018 giảm 1,3% xuống còn 748 tỷ đồng so với mức 758 tỷ đồng trong cùng kỳ 2017. Kết quả này không thể hiện hết khả năng tăng trưởng của MSN. Ngoài ra, trong Quý 3/2018 cũng không phát sinh bất kỳ khoản lợi nhuận/ lỗ nào một lần.
  - Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty trong Quý 3/2018 (không tính lợi nhuận của Masan Nutri-Science (“MNS”) Quý 3/2018 do khủng hoảng giá heo) tăng 25% so với cùng kỳ năm 2017.
  - Đóng góp lợi nhuận thuần của Techcombank trong Q3/2018 thấp hơn so với cùng kỳ năm 2017 (ghi nhận theo phương pháp vốn chủ sở hữu (Equity method) dưới mục “Phần lãi trong công ty liên kết”). Phần đóng góp thấp hơn là do Công ty giảm lợi ích kinh tế tại Techcombank liên quan đến việc Techcombank phát hành cổ phần lần đầu ra công chúng. Nếu loại bỏ lợi nhuận một lần vào nửa đầu năm 2018 tại TCB và giả định tỷ lệ sở hữu của Masan tại Techcombank trong Quý 3/2017 bằng tỷ lệ sở hữu tại Quý 3/2018, lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty (bao gồm lợi nhuận của MNS bị ảnh hưởng nặng do khủng hoảng giá heo) trong Quý 3/2018 tăng 33,6% so với cùng kỳ năm 2017.
  - Masan Resources (“MSR”) có sản phẩm đồng đang tồn kho cao do giá đồng không thuận lợi trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung vẫn đang tiếp diễn, và nhu cầu của khách hàng khá thấp. Doanh thu từ đồng được dự báo sẽ tăng lại vào Quý 4/2018 do giá đồng sẽ tốt hơn và nhu cầu tăng hơn.
- **EBITDA hợp nhất 9 tháng đầu năm 2018:** tăng 24% lên 7.718 tỷ đồng so với mức 6.241 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017, chủ yếu nhờ vào quản lý chi phí SG&A hiệu quả và do tối ưu hóa trong vận hành. Biên EBITDA hợp nhất tăng 625 điểm cơ bản lên 29% trong 9 tháng đầu năm 2018.
  - Tỷ lệ chi phí SG&A trên doanh thu hợp nhất giảm 350 điểm cơ bản xuống còn 16,1% trong 9 tháng năm 2018 từ mức 19,6% trong cùng kỳ năm 2017. Mức giảm này chủ yếu đến từ việc giảm 900 điểm cơ bản của Masan Consumer Holdings (“MCH”) do tiết kiệm chi phí bán hàng, và do việc giảm 360 điểm cơ bản của MNS do mô hình bán hàng đạt hiệu quả cao hơn.
- **EBITDA hợp nhất Quý 3/2018:** Tăng 2% so với cùng kỳ năm 2017. MCH dẫn đầu với mức tăng trưởng cao EBITDA đạt 38% nhưng EBITDA hợp nhất không tăng cao là do do ảnh hưởng của khủng hoảng giá heo của MNS và do việc giảm tỷ lệ sở hữu tại Techcombank
  - Giả định tỷ lệ sở hữu của MSN tại TCB trong Quý 3/2017 bằng với tỷ lệ sở hữu trong Quý 3/2018 thì EBITDA trong Quý 3/2018 tăng 11% so với cùng kỳ.
  - Do tồn kho của sản phẩm đồng tại MSR cao hơn nên làm EBITDA giảm 400 tỷ đồng trong Quý 3/2018, hàng tồn kho này sẽ được bán và được ghi nhận doanh thu trong Quý 4/2018.
- **Việc tiết kiệm 1.000 tỷ đồng chi phí lãi vay sẽ được phản ánh hoàn toàn vào kết quả kinh doanh từ năm 2019.**
  - Masan sẽ giảm chi phí lãi vay khoảng 1.000 tỷ đồng một năm bắt đầu từ Quý 4/2018. Tổng nợ/EBTDA dự tính sẽ giảm xuống còn 2,5x vào cuối năm 2018 nhờ vào kế hoạch trả nợ hơn 11.000 tỷ đồng vào Quý 4/2018.
  - Việc tăng cường trả nợ vay là một phần kế hoạch của Công ty nhằm mục tiêu trong 12 tháng nữa đạt đánh giá tín nhiệm bằng mức đánh giá tín nhiệm của Việt Nam là BB-.

## Phân tích doanh thu thuần hợp nhất

- **Doanh thu thuần hợp nhất 9 tháng đầu năm 2018:** Masan Group đạt doanh thu thuần 26.630 tỷ đồng, giảm 3,0% so với mức 27.451 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017, chủ yếu là do giảm doanh thu MNS bởi khủng hoảng giá heo. Nếu không bao gồm doanh thu của MNS thì doanh thu thuần hợp nhất cho 9 tháng năm 2018 tăng 29% so với cùng kỳ năm 2017.
- **Doanh thu thuần hợp nhất Quý 3/2018:** Giảm 2,8% so với cùng kỳ 2017, nhưng vẫn duy trì đà tăng trưởng cao trong các lĩnh vực kinh doanh giúp thúc đẩy tăng trưởng Q4/2018 và năm 2019.
  - Doanh thu thuần của MCH tăng gần 30% nhờ vào tuân thủ chặt chẽ chính sách hàng tồn kho thấp với mức dưới 1 tháng tồn kho. MSR vẫn duy trì tăng trưởng 5,8% dù tồn kho của sản phẩm đồng cao hơn làm MSR mất cơ hội ghi nhận doanh thu là 650 tỷ đồng, nhưng hàng tồn kho này sẽ được bán và ghi nhận doanh thu vào Q4/2018. Nếu không bao gồm doanh thu của MNS thì doanh thu thuần hợp nhất của Masan Group tăng trưởng 21%.
  - Doanh thu thuần của MNS giảm 27,8% do nhu cầu cám heo chỉ tăng nhẹ trong Quý 3/2018. Tuy nhiên, các hộ chăn nuôi bắt đầu tăng đàn giúp Ban Điều hành tự tin vào việc đưa ra dự báo tăng trưởng của thức ăn chăn nuôi thương mại tăng hơn 10% cho cả năm 2019. Tăng trưởng cám heo của MNS trong Quý 3/2018 tăng 1,3% so với Quý 2/2018 và dự đoán doanh thu cám heo Quý 4/2018 sẽ tăng khoảng 2-5% so với Quý 3/2018.

## Phân tích tình hình hoạt động Quý 3/2018

- **MCH: Tiếp tục tăng trưởng cao trên 20% nhờ vào chiến lược “cao cấp hóa” các nhãn hiệu cốt lõi (premiumization) và tung ra các sản phẩm mới thành công, nhưng vẫn cần phải tiếp tục đưa ra các phát kiến mang tính đột phá trong các ngành hàng còn mới (như thịt chế biến và bia):**
  - Doanh thu thuần tăng trưởng khoảng 30% nhờ vào thực hiện chiến lược “cao cấp hóa” các sản phẩm trong lĩnh vực thực phẩm và mở rộng lĩnh vực đồ uống.
  - **Lĩnh vực thực phẩm:** Ngành gia vị tăng trưởng 36,1% trong Quý 3/2018 so với cùng kỳ năm 2017, đáng chú ý là sản phẩm cao cấp tăng trưởng trên 50%. Ngành hàng thực phẩm tiện lợi tăng 32% do các sản phẩm cao cấp tăng trên 60%, trong đó sản phẩm mì ly Omachi được tung ra 5 quý trước có doanh thu tăng gấp 3 lần.
  - **Lĩnh vực đồ uống:** Tăng trưởng 38% nhờ vào sản phẩm nước tăng lực Wake-Up 247 đạt tăng trưởng ấn tượng và sở hữu thương hiệu mạnh. Các điểm bán hàng trong lĩnh vực đồ uống đã tăng từ 75 ngàn điểm vào cuối năm 2017 lên 130 ngàn điểm vào Quý 3/2018.
  - **Ngành hàng cà phê:** Tăng trưởng 17% so với cùng kỳ 2017, chủ yếu là nhờ Vinacafé tăng trưởng trở lại. Sản phẩm Vinacafé đã đạt tăng trưởng doanh thu trong Q3/2018 là 25% so với cùng kỳ năm 2017 do MCH đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu cao cấp mang tính di sản. MCH sẽ đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu & phát triển sản phẩm (R&D) vì cần phải có phát kiến đột phá phát triển sản phẩm mới có thể tiếp tục duy trì tăng trưởng hơn 15%.
  - **Ngành hàng bia:** Kết quả kinh doanh đạt thấp hơn so với kế hoạch năm. Ban Điều hành cho rằng việc tận dụng kênh phân phối của thực phẩm và đồ uống hiện nay không phải là mô hình phù hợp mang đến thành công cho ngành bia. MCH đã thành lập hệ thống bán hàng riêng biệt với đội ngũ kinh doanh dày dặn kinh nghiệm. Ban Điều hành dự tính sẽ phát triển lên khoảng 150 – 200 nhân viên bán hàng vào giữa năm 2019.
  - **Thịt chế biến:** Kết quả kinh doanh thấp hơn kế hoạch năm do thiếu phát triển các sản phẩm mới và công nghệ còn hạn chế. Việc hợp tác với Jinju giúp cho MCH có thể tiếp cận được với công nghệ cao và khả năng phát triển các sản phẩm mới. Sản phẩm chung đầu tiên của 2 công ty sẽ được tung ra vào Q4/2018 và các sản phẩm mới khác sẽ tiếp tục ra mắt trong năm 2019.

- **Hoạt động kinh doanh:** Lợi nhuận vẫn được duy trì do MCH tiếp tục thực hiện chính sách quản lý hàng tồn kho thấp, tối ưu hóa chi phí bán hàng. Tỷ lệ Chi phí bán hàng & quản lý doanh nghiệp trên doanh thu trong Q4/2018 có thể sẽ cao hơn so với tỷ lệ của 9 tháng năm 2018 do Ban Điều hành tăng cường đầu tư vào hoạt động marketing cho các sản phẩm mới sẽ tung ra trong Q4/2018 và các hoạt động trong mùa Tết cũng như tạo đà tăng trưởng cho năm 2019.
  
- **Masan Resources: Trong 9 tháng năm 2018, MSR tạo ra dòng tiền tự do<sup>2</sup> là 30 triệu USD và dự tính sẽ đạt 50 – 60 triệu USD cho cả năm 2018, nghĩa là sẽ tăng 30% so với năm 2017.**
  - **Các sáng kiến chiến lược:** MSR hoàn tất việc mua lại 49% cổ phần của công ty liên doanh với H.C. Starck, hiện đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan. MSR được xem là nhà chế biến hóa chất vonfram hàng đầu và đang tăng công suất để tăng thị phần lên gấp 2 lần. Ngoài ra, MSR 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.
  - **Cập nhật tình hình thị trường vonfram:** Giá vonfram đã giảm nhẹ trong Q3/2018 do tính chất mùa vụ tại Châu Âu và những bất ổn trong chiến tranh thương mại giữa Mỹ - Trung Quốc. Tuy nhiên, nguồn cung tinh quặng vonfram vẫn tiếp tục bị thu hẹp trên toàn cầu. Do các mỏ vonfram ngoài Trung Quốc gần đây bị đóng cửa, Ban Điều hành dự đoán giá vonfram sẽ tăng trở lại mức giá 300 USD/mtu trong Q4/2018.
  - **Cập nhật về hoạt động kinh doanh:** Khả năng thu hồi vonfram của MSR đạt mức cao nhất kể từ khi đi vào hoạt động, nhưng sản lượng thấp hơn do hàm lượng vonfram khai thác trong 9 tháng đầu năm 2018. Ban Điều hành đang lên kế hoạch để tăng công suất hóa chất vonfram lên 12.000 mtu trong năm 2019 từ mức hiện nay là 7.500 mtu.
  - **Cập nhật về sản phẩm đồng:** Giá đồng thấp do chiến tranh thương mại Mỹ Trung và nhu cầu về đồng thấp nên giá thấp hơn mong đợi. MSR mất cơ hội ghi nhận doanh thu khoảng 650 tỷ đồng và EBITDA khoảng 400 tỷ đồng trong Q3/2018 liên quan đến đồng. Tuy nhiên, Ban Điều hành cho rằng doanh thu từ đồng sẽ tăng trở lại vào Q4/2018 do giá đồng tốt hơn và nhu cầu tăng.
  
- **Masan Nutri-Science:** Doanh thu thức ăn cho heo đạt tăng nhẹ vào Q3/2018, nhưng cần phải thêm 6 tháng nữa để có thể hồi phục hoàn toàn. MNS sẽ chuyển đổi từ nhà sản xuất thức ăn chăn nuôi đơn thuần thành công ty cung cấp sản phẩm thịt tươi có thương hiệu cho người tiêu dùng từ Q4/2018.
  - **Thị trường thức ăn chăn nuôi sẽ tăng trưởng trong năm 2019:** Hộ chăn nuôi heo cảm thấy tự tin hơn và bắt đầu tái đàn nhờ vào giá heo ổn định ở mức 45.000-50.000 đồng/kg trong 2 quý vừa qua. Thị trường hồi phục chậm hơn do giai đoạn phát triển của heo bao gồm 5 tháng để heo nái nằm ổ và sinh con, mất thêm 4 tháng để heo con phát triển thành heo thịt. Do vậy, Ban Điều hành dự tính thị trường thức ăn chăn nuôi thương mại sẽ hồi phục trong năm 2019 với mức tăng trưởng khoảng 10% và bắt đầu từ Q1/2019.
  - **Cần xác định lại phân khúc thị trường thức ăn chăn nuôi:** Nhiều hộ chăn nuôi có quy mô nhỏ và vừa đã phải đóng cửa trong cuộc khủng hoảng giá heo vừa qua. Ban Điều hành của MNS có kế hoạch tập trung vào những hộ chăn nuôi có quy mô lớn và sẽ tung ra các kế hoạch chiến lược nhằm chiếm lĩnh nhóm khách hàng này vào Q4/2018. Ban Điều hành trở lại đầu tư vào việc xây dựng thương hiệu và đưa các phát kiến mới vào sản phẩm nhằm tăng năng suất.

<sup>2</sup> Dòng tiền tự do được tính bằng EBITDA lũy kế 9 tháng và điều chỉnh vốn lưu động, thuế thu nhập doanh nghiệp và CAPEX trong giai đoạn báo cáo.

- **Đạt được hiệu quả hoạt động:** MNS đã tổ chức lại mô hình đội ngũ kinh doanh để hoạt động hiệu quả hơn. Nhờ vậy, doanh thu trên mỗi nhân viên đã tăng lên 4,4 tỷ đồng trong Quý 3/2018 từ mức 2,9 tỷ đồng trong Quý 1/2018. Ban Điều hành sẽ tiếp tục giữ mức nhân sự ổn định này trong thời gian tới.
- **Hành trình chuyển đổi sang công ty kinh doanh thịt tươi sống trong Q4/2018:** MNS sẽ tung ra các sản phẩm thịt tươi có thương hiệu đầu tiên vào Q4/2018. Ban Điều hành đang thống nhất mô hình phân phối và hoàn tất thỏa thuận với đối tác cung cấp dịch vụ chuỗi cung ứng kho lạnh để kịp tung sản phẩm vào cuối năm 2018. Trang trại Nghệ An vừa xuất chuồng 1.000 heo hơi với giá trung bình là 48.500 đồng/kg.
- **Techcombank:** Lợi nhuận trước thuế 9 tháng đầu năm 2018 của Techcombank, tăng 61% so với cùng kỳ năm trước. Techcombank duy trì tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROAE) cao, ở mức 25,4%. TCB đang trên đi đúng kế hoạch đạt lợi nhuận trước thuế 10 ngàn tỷ đồng cho năm 2018.
  - Tổng thu nhập hoạt động (TOI) đạt 13.294 tỷ đồng, tăng 25% so với cùng kỳ năm trước.
  - Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROAE)<sup>3</sup> đạt 25,4% là mức cao hàng đầu giữa các ngân hàng trong nước và trong khu vực.
  - Chi tiết của Báo cáo lợi nhuận Quý 3/2018 của Techcombank tại [links](#) này.

#### **Cập nhật các chiến lược và đánh giá Q4/2018**

- Masan Group và SK Group sẽ thành lập Hội đồng Hợp tác chiến lược vào Q4/2018. Hội đồng sẽ chịu trách nhiệm khai thác nguồn lực của hai bên và tìm kiếm cơ hội hợp tác mới cho các hoạt động kinh doanh của các công ty con của Masan Group.
- Ban Điều hành dự tính doanh thu thuần Q4/2018 tăng 15% so với cùng năm 2017, lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty của hoạt động kinh doanh chính đạt 3.300 – 3.400 tỷ đồng và báo cáo lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty đạt 4.700 – 4.800 tỷ đồng, tăng trưởng 50% so với năm 2017.

---

<sup>3</sup> Dựa trên 12 tháng gần nhất kết thúc vào tháng 9/2018.



## Kết quả tài chính hợp nhất<sup>4</sup> Quý 3/2018 và 9 tháng đầu năm 2018 của Masan Group

### Kết quả kinh doanh nổi bật

Tỷ đồng	Q3/2018	Q3/2017	Tăng trường	9T2018	9T2017	Tăng trường
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>9.171</b>	<b>9.433</b>	<b>(2,8)%</b>	<b>26.630</b>	<b>27.451</b>	<b>(3,0)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	4.381	3.438	27,4%	11.907	8.934	33,3%
<i>Masan Nutri-Science</i>	3.341	4.626	(27,8)%	10.035	14.590	(31,2)%
<i>Masan Resources</i>	1.449	1.369	5,8%	4.688	3.928	19,4%
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>2.774</b>	<b>2.906</b>	<b>(4,6)%</b>	<b>8.343</b>	<b>8.239</b>	<b>1,3%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1.912	1.548	23,5%	5.257	3.825	37,4%
<i>Masan Nutri-Science</i>	472	936	(49,5)%	1.534	3.212	(52,2)%
<i>Masan Resources</i>	377	408	(7,6)%	1.513	1.162	30,2%
<b>Biên lợi nhuận gộp</b>	<b>30,2%</b>	<b>30,8%</b>		<b>31,3%</b>	<b>30,0%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	43,7%	45,0%		44,2%	42,8%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	14,1%	20,2%		15,3%	22,0%	
<i>Masan Resources</i>	26,0%	29,8%		32,3%	29,6%	
<b>SG&amp;A<sup>5</sup></b>	<b>(1.386)</b>	<b>(1.670)</b>	<b>(17,0)%</b>	<b>(4.293)</b>	<b>(5.386)</b>	<b>(20,3)%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	(942)	(903)	4,4%	(2.832)	(2.925)	(3,2)%
<i>Masan Nutri-Science</i>	(351)	(657)	(46,5)%	(1.103)	(2.138)	(48,4)%
<i>Masan Resources</i>	(44)	(57)	(22,1)%	(190)	(186)	2,0%
<b>Tỷ lệ SG&amp;A trên Doanh thu thuần</b>	<b>15,1%</b>	<b>17,7%</b>		<b>16,1%</b>	<b>19,6%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	21,5%	26,3%		23,7%	32,7%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	10,5%	14,2%		11,0%	14,6%	
<i>Masan Resources</i>	3,0%	4,1%		4,0%	4,7%	
<b>Lãi từ các công ty liên kết<sup>6</sup></b>	<b>442</b>	<b>554</b>	<b>(20,1)%</b>	<b>1.430</b>	<b>1.232</b>	<b>16,1%</b>
<b>D&amp;A</b>	<b>740</b>	<b>733</b>	<b>(1,0)%</b>	<b>2.238</b>	<b>2.156</b>	<b>3,8%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.570</b>	<b>2.523</b>	<b>1,9%</b>	<b>7.718</b>	<b>6.241</b>	<b>23,7%</b>
<i>Masan Consumer Holdings</i>	1.194	867	37,8%	3.103	1.562	98,6%
<i>Masan Nutri-Science</i>	300	443	(32,3)%	940	1.554	(39,5)%
<i>Masan Resources</i>	671	691	(2,9)%	2.362	1.966	20,1%
<i>Techcombank Contribution</i>	443	553	(20,0)%	1.411	1.225	15,1%
<b>Biên EBITDA</b>	<b>28,0%</b>	<b>26,7%</b>		<b>29,0%</b>	<b>22,7%</b>	
<i>Masan Consumer Holdings</i>	27,3%	25,2%		26,1%	17,5%	
<i>Masan Nutri-Science</i>	9,0%	9,6%		9,4%	10,6%	
<i>Masan Resources</i>	46,3%	50,5%		50,4%	50,1%	
<b>Thu nhập/(Chi phí) tài chính thuần</b>	<b>(715)</b>	<b>(688)</b>	<b>4,0%</b>	<b>(654)</b>	<b>(2.265)</b>	<b>(71,1)%</b>
<i>Thu nhập tài chính<sup>7</sup></i>	125	89	40,6%	1.759	360	389,2%
<i>Chi phí tài chính</i>	(840)	(777)	8,2%	(2.413)	(2.625)	(8,1)%
<b>Chi phí khác</b>	<b>(18)</b>	<b>(10)</b>	<b>77,7%</b>	<b>(22)</b>	<b>(22)</b>	<b>(2,1)%</b>
<b>Thuế TNDN</b>	<b>(179)</b>	<b>(144)</b>	<b>24,7%</b>	<b>(468)</b>	<b>(331)</b>	<b>41,6%</b>
Lợi nhuận thuần	918	948	(3,2)%	4.336	1.466	195,7%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đồng của Công ty	748	758	(1,3)%	3.779	1.213	211,6%
<b>Lợi nhuận thuần trong hoạt động kinh doanh chính<sup>8</sup></b>	<b>918</b>	<b>948</b>	<b>(3,2)%</b>	<b>2.864</b>	<b>1.466</b>	<b>95,3%</b>
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đồng của Công ty trong hoạt động kinh doanh chính <sup>5</sup>	748	758	(1,3)%	2.307	1.213	90,2%

<sup>4</sup> Số liệu tài chính dựa vào số liệu từ ban điều hành, theo tiêu chuẩn của Kế Toán Việt Nam.

<sup>5</sup> Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp hợp nhất của MSN lớn hơn chi phí của các ngành kinh doanh do chi phí từ công ty mẹ.

<sup>6</sup> Bao gồm đóng góp lợi nhuận của Techcombank.

<sup>7</sup> Bao gồm lợi nhuận một lần (không phải kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng từ "giả định" bán một phần tỉ lệ sở hữu trong công ty liên kết - Techcombank" (deemed disposal) nhờ vào kết quả phát hành cổ phiếu quỹ với giá cao hơn giá trị của Công ty.

<sup>8</sup> Hoạt động kinh doanh chính thể hiện phần điều chỉnh như ghi chú 7.

## **Bảng cân đối kế toán nổi bật**

<b>Tỷ đồng</b>	<b>FY2016</b>	<b>FY2017</b>	<b>9T2018</b>
<b>Tiền và tương đương tiền</b> <sup>9</sup>	<b>15.290</b>	<b>8.154</b>	<b>5.562</b>
<b>Nợ vay</b>	<b>41.091</b>	<b>34.796</b>	<b>34.302</b>
Nợ vay ngắn hạn	8.618	9.166	7.546
Nợ vay dài hạn	32.472	25.630	26.756
<b>Tổng tài sản</b>	<b>73.039</b>	<b>63.529</b>	<b>64.815</b>
<b>Tổng vốn sở hữu</b>	<b>20.313</b>	<b>20.225</b>	<b>22.273</b>
Tổng vốn sở hữu không tính cổ đông thiểu số	15.276	14.837	17.620
<b>Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)</b>	<b>1.138</b>	<b>1.047</b>	<b>1.053</b>
Cổ phiếu đã phát hành	1.147	1.157	1.163
Cổ phiếu quỹ	(9)	(110)	(110)

## **Các chỉ số tài chính tiêu biểu**<sup>10</sup>

<b>Tỷ đồng</b>	<b>FY2016</b>	<b>FY2017</b>	<b>9T2018</b>
<b>Nợ vay/EBITDA</b>	<b>4,2x</b>	<b>3,7x</b>	<b>3,2x</b>
<b>ROA bình quân</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>
<b>ROE bình quân</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>35%</b>
<b>ROE bình quân của hoạt động kinh doanh chính</b>	<b>18%</b>	<b>15%</b>	<b>22%</b>
<b>FFO<sup>11</sup>/Nợ vay</b>	<b>13%</b>	<b>10%</b>	<b>15%</b>
<b>FCF<sup>12</sup></b>	<b>4.449</b>	<b>4.199</b>	<b>3.419</b>
<b>Vòng quay tiền mặt</b>	<b>49</b>	<b>42</b>	<b>48</b>
Số ngày tồn kho <sup>13</sup>	65	61	68
Số ngày phải thu <sup>14</sup>	10	18	6
Số ngày phải trả	26	27	26
<b>CAPEX</b>	<b>(2.921)</b>	<b>(2.111)</b>	<b>(1.893)</b>

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> Chỉ số tài chính được tính dựa trên EBITDA và Lợi nhuận thuần 12 tháng gần nhất.

<sup>11</sup> FFO: Tiền từ hoạt động thuần – được tính từ EBITDA của 12 tháng gần nhất 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 trong năm 2017 và điều chỉnh cho thuế thu nhập doanh nghiệp trong giai đoạn báo cáo.

<sup>12</sup> FCF: Dòng tiền thuần được tính từ EBITDA của 9 tháng đầu năm 2018 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.

<sup>13</sup> Số ngày tồn kho được tính bằng việc lấy số dư tồn kho cuối kỳ trừ đi tồn kho của đồng là 250 tỷ đồng tính đến tháng 9/2018 chia cho Giá vốn hàng bán của 12 tháng gần nhất.

<sup>14</sup> 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 12 tháng doanh thu và giá vốn hàng bán gần nhất tương ứng.

## Phân tích hoạt động kinh doanh theo từng lĩnh vực kinh doanh

### Masan Consumer Holdings

**MCH tiếp tục đà tăng trưởng như kỳ vọng, với dự báo doanh thu tăng 30% và lợi nhuận 2018 gấp 3 lần so với năm 2017.**

- MCH quay trở lại là một trong những nhà xây dựng thương hiệu lớn nhất Việt Nam do thành công trong việc tung ra các sản phẩm mới, giúp đạt doanh thu thuần 11.907 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018 so với mức 8.934 tỷ đồng trong 9 tháng năm 2017, và 9.770 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2016. Do đó, tăng trưởng doanh thu 9 tháng đầu năm 2018 tăng 33,3% so với năm 2017 và tăng 21,9% so với năm 2016. Doanh thu thuần Q3/2018 của MCH tăng 27,4% so với cùng kỳ năm 2017, nhờ vào việc “cao cấp hóa” các sản phẩm thực phẩm và tiếp tục đà tăng trưởng của đồ uống.
- Doanh thu ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và bia đạt trong 9 tháng đầu năm 2018 tăng hơn 25% so với cùng kỳ 2017, cho thấy tiềm năng tăng trưởng của các sản phẩm. Các sản phẩm mới tung như Vivant – nước khoáng cao cấp, khoai tây nghiền Omachi, sản phẩm tái tung Compact – nước tăng lực mạnh là động lực thúc đẩy tăng trưởng trong tương lai.
- Động lực thúc đẩy tăng trưởng doanh thu là doanh thu bán ra từ nhà phân phối (sell-out) trong Q3/2018 tăng 21,6% so với cùng kỳ năm 2017 với hàng tồn kho tại nhà phân phối của MCH duy trì ở mức 921 tỷ đồng so với mức 1.016 tỷ đồng vào cuối năm 2017 và mức 2.220 tỷ đồng vào cuối năm 2016.
- Chi phí khuyến mãi giảm 30% trong 9 tháng đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm 2017, trong khi chi phí marketing tăng 50% để đầu tư vào chiến dịch tung các sản phẩm mới và tái tung sản phẩm. Trong 9 tháng đầu năm 2018, MCH có 7 sản phẩm mới được tung lớn với tổng chi phí quảng cáo thương hiệu chiếm 6,5% doanh thu thuần. Biên EBITDA tăng mạnh lên 26,1% trong 9 tháng đầu năm 2018, tăng 857 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm 2017.

Tỷ đồng	3Q2018	3Q2017	Tăng trưởng	9T2018	9T2017	Tăng trưởng
<b>Doanh thu thuần<sup>15</sup></b>	<b>4.381</b>	<b>3.438</b>	<b>27,4%</b>	<b>11.907</b>	<b>8.934</b>	<b>33,3%</b>
Gia vị	1.723	1.266	36,1%	4.761	3.408	39,7%
Thực phẩm tiện lợi <sup>16</sup>	1.275	966	32,0%	3.271	2.423	35,0%
Thịt chế biến	50	70	(28,0)%	131	157	(16,6)%
Cà phê	417	356	17,3%	1.066	913	16,7%
Đồ uống (không cồn)	676	489	38,4%	1.910	1.480	29,0%
Bia	86	110	(22,1)%	275	180	88,8%
Khác <sup>17</sup>	153	181	(15,5)%	493	407	21,3%
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>1.912</b>	<b>1.548</b>	<b>23,5%</b>	<b>5.257</b>	<b>3.825</b>	<b>37,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1.194</b>	<b>867</b>	<b>37,8%</b>	<b>3.103</b>	<b>1.562</b>	<b>98,6%</b>

- **Tăng trưởng của ngành gia vị đến từ sự phục hồi của các nhãn hiệu cốt lõi và các sản phẩm cao cấp mới tung:** Doanh thu thuần của ngành gia vị trong 9 tháng đầu năm 2018 tăng 39,7% ( tương ứng với 4.761 tỷ đồng so với cùng kỳ năm 2017 là 3.408 tỷ đồng. Những nhãn hiệu cốt lõi như Nam Ngư và Chin-su đóng góp đến 30% vào tăng trưởng sản lượng. Chiến lược “cao cấp hóa” tiếp tục đang đem lại hiệu quả thể hiện qua sự thành công của các chiến dịch tung các sản phẩm cao cấp. Doanh thu của Q3/2018 tăng 36,1% so với cùng kỳ năm 2017 nhờ vào tăng trưởng 51% doanh thu của nước mắm cao cấp. Hàng tồn kho tại nhà phân phối trong ngành gia vị là 429 tỷ đồng tính đến cuối tháng 9/2018, so với

<sup>15</sup> Số liệu Kế toán Quản trị.

<sup>16</sup> Bao gồm mì ăn liền và cháo ăn liền.

<sup>17</sup> Bao gồm ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu.



494 tỷ đồng vào cuối năm 2017 và 482 tỷ đồng vào cuối tháng 9/2017. Ban Điều hành ước tính doanh thu thuần cho cả năm 2018 sẽ rơi vào khoảng mức 6.000 đến 7.000 tỷ đồng.

- **Đà tăng trưởng được duy trì trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi nhờ vào sự phục hồi của các nhãn hiệu cốt lõi và các phát kiến mới cho giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh:** Doanh thu thuần từ thực phẩm tiện lợi tăng 35,0% lên 3.271 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018, so với mức 2.423 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017. Tăng trưởng sản lượng đạt 28% cho thấy các sản phẩm cốt lõi đang tăng trưởng trở lại. Thêm vào đó, tồn kho tại nhà phân phối tại thời điểm tháng 9/2018 vẫn ở mức thấp là 201 tỷ đồng tương đương 14 ngày tồn kho, so với mức 172 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Doanh thu thuần của ngành thực phẩm tiện lợi trong Q3/2018 tăng 32,0% so với cùng kỳ năm 2017 nhờ vào tăng trưởng 60% của các sản phẩm mì cao cấp Omachi. Sản phẩm mới mì ly Omachi với cây thịt - giải pháp cho bữa ăn hoàn chỉnh và khoai tây nghiền Omachi tiếp tục tăng cao hơn kỳ vọng. Doanh thu từ mì ly Omachi đã tăng trưởng gấp 3 lần chỉ trong vòng 5 quý sau khi tung hàng. Ban Điều hành kỳ vọng doanh thu của thực phẩm tiện lợi sẽ đạt khoảng 4.500 tỷ đồng trong năm 2018.
- **Tăng trưởng từ thịt chế biến đến từ các phát kiến mới:** MCH đã thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với Jinju Ham – nhà sản xuất thịt chế biến hàng đầu tại Hàn Quốc trong Quý 3 năm 2018. Việc hợp tác chiến lược này sẽ tạo ra cộng hưởng lớn qua việc kết hợp công nghệ cao cũng như khả năng phát triển sản phẩm mới của Jinju Ham cùng với sự am hiểu sâu sắc khẩu vị người tiêu dùng Việt Nam và khả năng xây dựng thương hiệu của MCH. MCH cùng Jinju Ham sẽ tung ra sản phẩm xúc xích chung đầu tiên vào Q4/2018 và sẽ tiếp tục phát triển sản phẩm mới vào năm 2019.
- **Doanh thu thuần cà phê tăng 16,7%:** Ngành hàng cà phê của MCH (không bao gồm nước tăng lực Wake-Up 247 do được xếp trong lĩnh vực đồ uống) ghi nhận doanh thu thuần 1.066 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018, tăng 16,7% so với mức 913 tỷ đồng cùng kỳ năm 2017, chủ yếu nhờ vào tăng trưởng sản lượng. MCH sẽ tuyển dụng các nhân sự chủ chốt trong Q4/2018 để đẩy mạnh việc phát triển sản phẩm mới nhằm thúc đẩy tăng trưởng mạnh trở lại. Hàng tồn kho giữ mức ổn định là 138 tỷ đồng vào cuối tháng 9/2018, so với mức 201 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Doanh thu cho ngành hàng cà phê dự kiến sẽ đạt khoảng 1.700 – 2.000 tỷ đồng trong năm 2018.
- **Doanh thu thuần đồ uống tăng nhờ vào tăng trưởng của nước tăng lực:** Việc tung ra thành công nước tăng lực Wake-Up 247 vào 4 năm trước và sản phẩm này trở thành trụ cột tăng trưởng của ngành hàng đồ uống, nhờ vào việc tăng cường đầu tư vào thương hiệu và tăng điểm bán hàng của ngành hàng đồ uống từ 75 ngàn điểm vào năm 2017 lên 130 ngàn điểm hiện nay. Nước tăng lực đóng góp 1.294 tỷ đồng doanh thu thuần trong 9 tháng đầu năm 2018 với tăng trưởng 55% so với cùng kỳ 2017. Doanh thu thuần của ngành hàng đồ uống đạt 1.910 tỷ đồng trong 9 tháng năm 2018, tăng 29,0% so với 9 tháng đầu năm 2017. Hàng tồn kho tại nhà phân phối ở mức 95 tỷ đồng tính đến cuối tháng 9/2018, so với 62 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Nhãn hiệu nước tăng lực “Compact” mới được tung vào tháng 4/2018 sẽ giúp gia tăng thị phần và gia nhập phân khúc nước tăng lực mạnh. Sản phẩm nước khoáng cao cấp “Vivant” được tung ra vào tháng 10/2018 sẽ là động lực quan trọng cho ngành hàng đồ uống trong tương lai gần. Ban Điều hành kỳ vọng doanh thu ngành đồ uống sẽ đạt khoảng 3.000 tỷ đồng cho cả năm 2018.
- **Bia tăng trưởng thấp hơn kỳ vọng:** Dù doanh thu của bia tăng trưởng 88,8% lên 275 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018 nhưng vẫn thấp hơn kỳ vọng. MCH sẽ thay đổi chiến lược bán hàng và tập trung vào các khu vực có nhiều tiềm năng, chẳng hạn như thị trường miền Trung. Việc tung ra sản phẩm bia cao cấp “Sư Tử Trắng” vào tháng 4/2018, MCH nhắm đến việc hoàn thiện danh mục các sản phẩm bia với các mức giá khác nhau để chiếm lĩnh các phân khúc khách hàng khác nhau.

- **Phân tích lợi nhuận: thực hiện chiến lược giảm tồn kho giúp biên lợi nhuận cải thiện đáng kể**
  - Biên lợi nhuận gộp tăng khoảng 134 điểm cơ bản lên 44,2% trong 9 tháng đầu năm 2018 nhờ vào chiến lược cao cấp hóa các sản phẩm trong ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi, tăng trưởng này là nhờ biên lợi nhuận của các sản phẩm gia vị và nước tăng lực tăng cao hơn đã giúp bù đắp mức tăng giá của nguyên vật liệu đầu vào.
  - Biên EBITDA trong 9 tháng đầu năm 2018 tăng 857 điểm cơ bản lên mức 26,1% so với mức 17,5% trong 9 tháng đầu năm 2017 chủ yếu là do thực hiện chiến lược giảm tồn kho và giảm chi phí liên quan, tỷ lệ chi phí SG&A trên doanh thu của MCH giảm đáng kể từ 32,7% trong 9 tháng đầu năm 2017 xuống còn tỷ lệ 23,8% trong 9 tháng đầu năm 2018.
  - Masan Consumer - công ty con của MSN đang niêm yết tại UPCoM đạt lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông Masan Consumer là 2.484 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018, tăng 96,0% so với cùng kỳ năm 2017 do doanh thu tăng và biên lợi nhuận tăng.
- **Doanh thu và lợi nhuận trong năm 2018 được kỳ vọng sẽ tăng trưởng lần lượt là 25% và 50%:** Theo kế hoạch dự báo doanh thu và lợi nhuận của Ban Điều hành thì MCH được kỳ vọng sẽ đạt EBITDA 4.000 tỷ đồng, tăng 50% trong năm 2018 so với năm 2017 và lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty từ 3.100 đến 3.400 tỷ đồng. Dự báo có thể sẽ gặp những rủi ro như doanh thu thấp hơn của các sản phẩm mới và giá nguyên vật liệu đầu vào có thể tăng dẫn đến ảnh hưởng đến biên lợi nhuận.

## **Masan Nutri-Science**

**Dù giá heo tăng trở lại và giữ mức ổn định khoảng 50.000 đồng/kg nhưng thị trường thức ăn chăn nuôi thương mại hồi phục chậm hơn nên tăng trưởng thấp hơn kỳ vọng; Ban Điều hành tự tin vào tăng trưởng trong năm 2019:**

- Giá heo vẫn giữ ở mức cao trong 3-4 tháng qua ở mức 50.000 đồng/kg do nguồn cung giảm mạnh và ảnh hưởng của dịch tả heo tại Trung Quốc. Ban Điều hành nhận định nhu cầu thức ăn chăn nuôi thương mại sẽ tăng mạnh nhưng thực tế thì nhu cầu tăng chậm và các hộ chăn nuôi vẫn tiếp tục thận trọng theo dõi thị trường và chính sách trước khi tái đàn.
- Thị trường thức ăn chăn nuôi hồi phục chậm hơn mức tăng của giá heo hơi do mất 3 tháng để hộ chăn nuôi có lại được tự tin để tái đàn và mất thêm 5 tháng để heo mẹ nằm ổ và sinh ra heo con, cộng thêm 4 tháng heo con phát triển thành heo thịt.
- Ban Điều hành dự báo thị trường thức ăn chăn nuôi tăng hơn 10% trong năm 2019 nhờ vào các hộ chăn nuôi có quy mô lớn. Do đó, chiến lược năm 2019 là sẽ tăng thị phần cho sản phẩm ở phân khúc cao cấp lẫn thấp cấp, và thu hút khách hàng có quy mô lớn bằng sản phẩm phù hợp (dự tính sẽ đóng góp 20% vào tổng doanh thu).
- Khi giá heo mà giữ ở mức giá trên 45.000 đồng/kg càng lâu thì thị trường thức ăn chăn nuôi sẽ tiếp tục hồi phục mạnh mẽ hơn. Sản lượng cám heo của MNS vẫn giữ mức ổn định là 165.000 tấn một quý từ đầu năm 2018, nhưng vẫn thấp hơn mức sản lượng trung bình 265.000 tấn một quý trong năm 2017. Để mức hồi phục sản lượng về mức trung bình quý của năm 2017 thì MNS phải đạt tăng trưởng sản lượng là 25% trong năm 2019.
- Quan trọng hơn là trong giai đoạn khủng hoảng, MNS đã xây dựng mô hình hoạt động bán hàng hiệu quả và kiểm soát chặt chẽ chi phí. Do đó, doanh số trên mỗi nhân viên bán hàng tăng gần 15% trong Q3/2018 so với cùng kỳ năm 2017. MNS vẫn đang thực hiện đúng lộ trình nhằm đưa biên EBITDA tăng trưởng đạt 2 chữ số trong năm 2019.
- Sản phẩm thịt tươi có thương hiệu của MNS vẫn giữ kế hoạch tung vào Quý 4/2018. Lượng heo hơi đã sẵn sàng cung cấp cho nhà máy chế biến thịt hiện đã hoàn thành gần 70% tiến độ xây dựng. Bộ phận cung ứng cũng sẽ hoàn tất thỏa thuận với đối tác cung cấp dịch vụ chuỗi cung ứng kho

lạnh vào cuối tháng 10/2018. MNS cũng đã chọn được đối tác phân phối cho kênh hiện đại và đã tìm được các vị trí tốt để sẵn sàng cho việc mở cửa hàng bán lẻ.

Tỷ đồng <sup>18</sup>	Q3/2018	Q3/2017	Tăng trưởng	9T2018	9T2017	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	3.341	4.626	(27,8)%	10.035	14.590	(31,2)%
Biên lợi nhuận gộp	14,1%	20,2%		15,3%	22,0%	
EBITDA	300	443	(32,3)%	940	1.554	(39,5)%

- **Doanh thu thuần:** Trong 5 tháng đầu năm 2018, giá heo hơi giảm cùng với việc hồi phục về nhu cầu thức ăn chăn nuôi chậm hơn kỳ vọng dẫn đến doanh thu thuần 9 tháng đầu năm 2018 của MNS giảm 31,2% so với cùng kỳ năm 2017 còn 10.035 tỷ đồng. Tuy nhiên, giá heo hơi hiện vẫn duy trì mức 50.000/kg do nguồn cung heo đang thiếu hụt. Ngoài ra, dịch cúm tả heo tại Trung Quốc cũng như nhu cầu về thịt heo tăng mạnh vào cuối năm do Tết Nguyên Đán sẽ giúp cho giá vẫn giữ ở mức cao trong ngắn hạn.
- Cám “Bio-zeem Xanh” – sản phẩm trung cấp vẫn tiếp tục tăng trưởng tốt và đóng góp 20% doanh thu sản lượng trong 9 tháng đầu năm 2018. Tuy nhiên, khi giá heo hồi phục thì hộ chăn nuôi sẽ chuyển sang cám mang lại năng suất cao, lượng tiêu thụ cám cao cấp “Bio-zeem Đỏ” sẽ cao hơn, giúp tăng biên lợi nhuận.
- **Phân tích biên lợi nhuận:** Biên lợi nhuận gộp trong 9 tháng đầu năm 2018 giảm 637 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm 2017 do giá nguyên liệu tăng trong 6 tháng đầu năm 2018 mà công ty chưa thể tăng giá bán sản phẩm. Biên lợi nhuận cũng bị ảnh hưởng do hàng tồn kho cao của bắp và đậu nành được mua từ đầu năm 2018 vì công ty dự đoán sức mua sẽ tăng cao trở lại trong năm 2018. Ngoài ra, mức đóng góp lớn hơn từ Bio-zeem “Xanh” là dòng sản phẩm trung cấp làm vốn có biên lợi nhuận thấp hơn.
  - **Biên lợi nhuận gộp giảm 673 điểm cơ bản:** Biên lợi nhuận gộp của MNS giảm còn 15,3% trong 9 tháng đầu năm 2018 so với mức 22,0% trong 9 tháng đầu năm 2017.
  - **Biên EBITDA giảm 128 điểm cơ bản:** EBITDA 9 tháng đầu năm 2018 giảm 39,5% xuống còn 940 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018 do doanh thu thấp hơn và biên lợi nhuận thấp hơn. Tuy nhiên, biên EBITDA giảm được bù đắp vào của việc giảm chi phí SG&A, tỷ lệ chi phí SG&A trên doanh thu trong 9 tháng đầu năm 2018 giảm 360 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm 2017.
  - **Lợi nhuận thuần:** MNS đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MNS là 116 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018. Biên lợi nhuận thấp do doanh thu giảm nhưng vẫn phải bù đắp các chi phí cố định và bán nhiều hơn dòng Bio-zeem “Xanh” - dòng sản phẩm trung cấp.
- **Ban Điều hành kỳ vọng kết quả năm 2019 tăng trưởng mạnh mẽ do giá heo phục hồi:** Tùy thuộc vào sự phục hồi của thị trường thức ăn chăn nuôi, doanh thu thuần của MNS dự tính giảm 20-30% trong năm 2018. Tuy nhiên, Ban Điều hành kỳ vọng sẽ tăng trưởng mạnh mẽ trong năm 2019 nếu giá heo vẫn giữ ở mức như hiện tại.

<sup>18</sup> Số liệu Kế toán Quản trị.

## Masan Resources

### **MSR trở thành nhà chế biến hóa chất vonfram lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc.**

- MSR tiếp tục phát triển mô hình kinh doanh tích hợp để có thể đạt dòng tiền mạnh và lợi nhuận cao trong suốt chu kỳ của hàng hóa và có thể linh động trong việc giảm nợ vay và chi trả cổ tức cho Cổ đông. Theo chiến lược này, MSR đã mua lại 49% phần vốn góp của Công ty H.C.Starck GmbH (Cộng hòa liên bang Đức) tại Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H.C.Starck (NHTCM) với tổng giá trị 29,1 triệu đô la Mỹ. Sau khi mua lại, NHTCM được đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”).
- MSR tiếp tục đạt kết quả tài chính ấn tượng trong Q3/2018 mặc dù giá vonfram (Giá APT Châu Âu thấp) giảm nhẹ trong suốt quý 3 do nhu cầu tại Châu Âu giảm vào mùa hè và những bất ổn do chiến tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc. Tuy nhiên, thị trường tinh quặng vonfram thế giới tiếp tục khan hiếm nguồn cung và các lĩnh vực chủ lực có nhu cầu sử dụng các sản phẩm từ vonfram vẫn ở mức cao sẽ giúp giá vonfram giữ mức ổn định. Nhiều thành viên tham dự Đại hội Thường niên Hiệp hội Công nghiệp Vonfram thế giới (ITIA) diễn ra gần đây tại Trung Quốc cũng đã dự đoán về nhu cầu vonfram sẽ ngày càng tăng trưởng bền vững và mạnh mẽ hơn.
- Trong 9 tháng đầu năm 2018, nhà máy chế biến Núi Pháo (NPMC) đã đạt được tỷ lệ thu hồi cao nhất kể từ khi vận hành cho dù sản lượng thấp do hàm lượng vonfram khai thác thấp hơn.

Tỷ đồng	Q3/2018	Q3/2017	Tăng trưởng	9T2018	9T2017	Tăng trưởng
<b>Kết quả tài chính hợp nhất<sup>19</sup></b>						
Doanh thu thuần	1.449	1.369	5.8%	4.688	3.928	19.4%
EBITDA <sup>20</sup>	671	691	(2,9)%	2.362	1.966	20,1%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đồng Công ty	39	35	13.1%	340	98	247,3%

### **Các kết quả tài chính nổi bật**

- **Doanh thu thuần tăng 19,4%:** Doanh thu thuần của MSR đạt 4.688 tỷ đồng trong 9 tháng đầu năm 2018, tăng 19,4% so với mức 3.928 tỷ đồng trong cùng kỳ năm 2017. Lượng đồng tồn kho vẫn duy trì ở mức cao do giá sản phẩm không thuận lợi trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung vẫn đang tiếp diễn, và nhu cầu của khách hàng khá thấp, nhưng giá các sản phẩm chính của MSR trong 9 tháng đầu năm 2018 vẫn tăng đáng kể so với cùng kỳ năm trước. Ban Điều hành đưa ra chiến lược giá thực bán cao lại tiếp tục thành công khi giá thực bán theo hàm lượng vonfram tương đương trong 9 tháng đầu năm 2018 cao hơn 5,8% so với cùng kỳ năm trước.
- **EBITDA đạt 2.362 tỷ đồng – EBITDA của MSR trong 9 tháng đầu năm 2018 tăng 20,1%** so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù hàm lượng vonfram khai thác thấp hơn dẫn đến sản lượng theo hàm lượng vonfram tương đương giảm 14,1%, nhưng biên EBITDA của MSR vẫn đạt 50,4%, tăng 32 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm 2017. Ban Điều hành tiếp tục kiểm soát chi phí chặt chẽ và đẩy nhanh tiến độ chạy thử các dự án nâng cao hiệu suất, đặc biệt là chu trình tuyển vonfram và florit, qua đó giúp MSR tiếp tục duy trì vị trí là một trong những nhà sản xuất có chi phí sản xuất thấp nhất thế giới. MSR cũng đã đạt 30 triệu USD dòng tiền tự do (FCF) trong 9 tháng đầu năm 2018 và dự báo tiếp tục tăng trưởng 30% trong năm 2018 so với năm 2017.
- **Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MSR tăng 247,3%** - MSR ghi nhận khoản lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MSR trong 9 tháng đầu năm 2018 đạt 340 tỷ đồng, tăng 247,3% so với cùng kỳ năm ngoái và đạt biên lợi nhuận thuần là 7,2% - đây là mức cao nhất từ trước đến nay.

<sup>19</sup> Số liệu Kế toán Quản trị.

<sup>20</sup> Lợi nhuận trước lãi vay, thuế, khấu hao (EBITDA) đã loại trừ các khoản thu nhập và chi phí khác.

**Phát triển thị trường: do những bất ổn thương mại làm giá vonfram biến động trong ngắn hạn trong bối cảnh thị trường vonfram vẫn đang tăng trưởng mạnh mẽ**

<b>GIÁ CẢ HÀNG HOÁ TRUNG BÌNH<sup>21</sup></b>	Đơn vị tính	Trung bình 9T2018	Trung bình 9T2017	% Thay đổi	Tại 30/09/18	Tại 30/09/17
Giá APT Châu Âu thấp	USD/mtu <sup>22</sup>	319	225	42,0%	275	290
Mức Bismut thấp	USD/lb	4,6	4,7	-0,6%	4,0	5,1
Đồng	USD/t	6.642	5.952	11,6%	6.180	6.485
Florit cấp axit <sup>23</sup>	USD/t	482	337	43,1%	455	350

- Từ đầu quý 3/2018, tình hình chính trị và chiến tranh thương mại đã ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa và làm đà tăng giá chậm lại.
- Ban Điều hành đã tham dự Đại hội Thường niên Hiệp hội Công nghiệp Vonfram thế giới (ITIA) lần thứ 31 tại Thành Đô, Trung Quốc và các khách mời đều đưa ra quan điểm rằng nhu cầu về vonfram thế giới tiếp tục tăng trong thời gian tới. Các nước Mỹ, Nhật và Hàn Quốc chiếm 40% nhu cầu vonfram thế giới ngoài Trung Quốc cho thấy các nước này có nhu cầu rất lớn về vonfram, trong khi đó nhu cầu của Châu Âu không cao do đã gia tăng sản lượng trong 6 tháng đầu năm 2018.
- Trung Quốc vốn chiếm hơn 80% nguồn cung vonfram toàn cầu nhưng nguồn cung của nước này đang bị giảm mạnh. Trung Quốc cũng đang tiếp tục thực hiện các chính sách quản lý môi trường nghiêm ngặt và duy trì các đợt thanh tra các mỏ, điều này làm cho nguồn cung bị hạn chế, chi phí tăng cao làm cho giá vonfram toàn cầu giữ mức cao.
- Giá vonfram đã ổn định trong 6 tuần vừa qua với nhu cầu trở lại của khách hàng Châu Âu. Ban Điều hành đang nhận được nhiều đơn đặt hàng giao ngay và dự báo giá tham chiếu của vonfram vào cuối năm 2018 sẽ hồi phục bằng mức trung bình của 9 tháng đầu năm 2018.

**Kết quả hoạt động kinh doanh nổi bật: tỷ lệ thu hồi cao với chi phí thấp**

<b>BẢNG TÓM TẮT SẢN LƯỢNG</b>	Đơn vị tính	9T2018	9T2017	Tăng trưởng
Quặng chế biến	Nghìn tấn	2.813	2.887	-2,6%
Tinh quặng vonfram (có chứa)	tấn	4.082	4.737	-13,8%
Sản lượng tương đương vonfram (có chứa) <sup>24</sup>	tấn	8.515	9.914	-14,1%

- Chu trình nâng cấp tuyển trọng lực vonfram đã giúp tăng tỷ lệ thu hồi vonfram lên 6,3% so với cùng kỳ năm trước. Với việc nâng cấp được thực hiện như dự kiến và đợt bảo trì kỹ thuật nhà máy hoàn thành theo đúng kế hoạch vào tháng 9 vừa qua, Ban Điều hành lên kế hoạch tỷ lệ thu hồi sẽ đạt mức 70% vào Q4/2018.
- Hiệu suất của chu trình tuyển florit tiếp tục được cải thiện theo từng quý. Tỷ lệ thu hồi florit trong Q3/2018 tăng 1,2% so với Quý trước và tăng 6,4% so với cùng kỳ năm ngoái.

**Tầm nhìn chiến lược và triển vọng tài chính năm 2018:**

- Nhìn lại kết quả kinh doanh trong 9 tháng đầu năm 2018, việc mua lại phần vốn góp của Công ty H.C. Starck GmbH tại NHTCM cũng như triển vọng tích cực của giá hàng hóa, Ban Điều hành tin tưởng về khả năng đạt doanh thu trong khoảng 7.300 – 8.000 tỷ đồng và lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của MSR khoảng 600 – 1.000 tỷ đồng đúng như đã công bố trước đây.
- Theo kế hoạch chiến lược 5 năm của Công ty, sau khi việc mua lại phần vốn góp của H.C. Starck tại công ty Vonfram Masan, và hợp tác chiến lược giữa Masan Group (công ty mẹ của MSR) và SK

<sup>21</sup> Metals Bulletin.

<sup>22</sup> 1 MTU bằng 10kg. Ước lượng doanh thu cho 1 tấn tungsten, 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 tungsten).

<sup>23</sup> Industrial Minerals.

<sup>24</sup> Thành phẩm của Công ty Núi Pháo được quy đổi sang đơn vị vonfram tương đương.



Group - một trong những tập đoàn hàng đầu của Hàn Quốc, Ban Điều hành hiện đang gia tăng công suất để tìm kiếm lợi nhuận cao hơn, đồng thời đang thương thảo với đối tác để thiết lập quan hệ đối tác chiến lược trong và ngoài nước để chế biến sâu hóa chất vonfram nhằm hiện thực hóa tầm nhìn trở thành nhà sản xuất hóa chất và kim loại công nghiệp cao cấp tích hợp hoàn toàn.

- Ban Điều hành vẫn tiếp tục tăng cường việc mua tinh quặng vonfram từ bên thứ ba để tận dụng tối đa công suất vượt trội của Nhà máy Vonfram Masan hiện tại, cũng như đáp ứng nhu cầu khi nhà máy tăng công suất trong tương lai. Bên cạnh đó, Ban Điều hành cũng đang đàm phán với đối tác để mua lại nhà máy chế biến tinh quặng vonfram hoặc là ký hợp đồng bao tiêu dài hạn tinh quặng vonfram.

## **Techcombank**

- **Tổng thu nhập hoạt động (TOI) tăng trưởng 25%:** TOI trong 9 tháng đầu năm 2018 đạt 13.294 tỷ đồng, tăng 25% so với cùng kỳ năm trước. Ngoài ra, cơ cấu thu nhập của Ngân hàng ngày càng đa dạng hơn, tiếp tục chuyển dịch theo định hướng chiến lược. Tỷ trọng doanh thu từ hoạt động tín dụng giảm từ 53% xuống 48%.
- **Hiệu quả hoạt động thúc đẩy lợi nhuận:** Lợi nhuận trước thuế 9 tháng đầu năm của Techcombank đạt 7.774 tỷ đồng, tăng 61% so với cùng kỳ năm trước. Tỷ lệ tăng trưởng lợi nhuận cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng thu nhập hoạt động do Techcombank đã xử lý xong nợ xấu bán cho VAMC. Tại thời điểm cuối tháng 9/2018, Techcombank duy trì tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROAE) đạt mức 25,4% và tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân (ROAA)<sup>25</sup> là 3,2%. Cả hai chỉ số này của Techcombank đang ở mức hàng đầu giữa các ngân hàng trong nước và trong khu vực.
- **Bảng cân đối kế toán vững mạnh:** Tỷ số an toàn vốn (CAR) của Techcombank vào thời điểm cuối tháng 9/2018 đạt mức 14,33%, cao hơn 2,31% so với cùng kỳ năm 2017 là do tăng trưởng vốn chủ sở hữu cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng tổng tài sản. Điều này phản ánh mức độ thận trọng của Techcombank trong việc quản lý tăng trưởng tín dụng. Luôn phù hợp với yêu cầu của Ngân hàng Nhà nước, Techcombank tự hào là một trong những ngân hàng có chất lượng tài sản cao nhất hệ thống. Cơ cấu bảng cân đối đang dần dịch chuyển theo định hướng chiến lược, tỷ trọng cho vay doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ tương đương với tỷ trọng dư nợ của khách hàng cá nhân. Mục đích cân bằng bảng tài sản giữa phân khúc khách hàng cá nhân và doanh nghiệp là nhằm giảm thiểu rủi ro tín dụng, và từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.
- Bên cạnh đó, Techcombank tiếp tục ghi dấu ấn trên thị trường thẻ tiêu dùng. Theo báo cáo mới nhất của Visa, Techcombank giữ vị trí số 1 trên thị trường về doanh số thanh toán qua thẻ tín dụng (Visa Credit) và thẻ ghi nợ (Visa Debit). Đây là một dấu mốc ghi nhận những nỗ lực bền bỉ của toàn thể CBNV của TCB trong quá trình triển khai chiến lược Khách hàng là trọng tâm, đặc biệt là cung cấp giải pháp thanh toán để đáp ứng đúng nhu cầu tài chính của khách hàng. Đồng thời, Techcombank cũng là một trong những ngân hàng dẫn đầu trong việc hiện thực hóa định hướng của NHNN về việc giảm tiền mặt trong lưu thông.

---

<sup>25</sup> Dựa trên 12 tháng gần nhất kết thúc tại tháng 9/2018.



## **GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN**

Masan tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Công ty là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho 90 triệu người dân Việt Nam. 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 thịt tươi sống, thực phẩm chế biến và đồ uống, 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: +8428 6256 3862

E: [tanveer@msn.masangroup.com](mailto:tanveer@msn.masangroup.com)

*Dành cho truyền thông*

Van Nguyen

T: +8428 6256 3862

E: [van.nguyen@msn.masangroup.com](mailto:van.nguyen@msn.masangroup.com)

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