

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Nước tăng lực và thịt chế biến là hai ngành đang mang lại tăng trưởng dài hạn nhưng việc đầu tư để giảm hàng tồn kho tại các nhà phân phối nhằm chuẩn bị cho các sản phẩm mới sáu tháng cuối năm 2017 và 2018 khiến doanh thu và lợi nhuận giảm trong nửa đầu năm 2017.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 7 năm 2017 – Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (HNX-UPCoM: MCH, “Masan Consumer”, và “Công ty”), ngày hôm nay báo cáo kết quả kinh doanh trong sáu tháng đầu năm 2017.

Doanh thu theo ngành hàng (tỷ đồng)	Nửa đầu năm 2017	Nửa đầu năm 2016	Tăng trưởng
Gia vị	2.195	2.356	(7)%
Thực phẩm tiện lợi ⁽¹⁾	1.468	1.804	(19)%
Thịt chế biến	88	19	359%
Đồ uống và khác ⁽²⁾	1.711	1.625	5%
Thực phẩm – Đồ uống	5.462	5.804	(6)%

⁽¹⁾ Bao gồm mì ăn liền và cháo ăn liền. Trong các báo cáo quý trước, thịt chế biến được tính gộp vào ngành hàng này nhưng đến nay đã được tách riêng do vai trò ngày càng quan trọng.

⁽²⁾ Bao gồm đồ uống đóng chai, bia, cà phê hoà tan, ngũ cốc dinh dưỡng và xuất khẩu

- **Phân tích và dự báo doanh thu thuần:** Doanh thu thuần trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống của Masan giảm 6% trong sáu tháng đầu năm 2017 xuống 5.462 tỷ đồng do những nỗ lực nhằm thúc đẩy tỷ lệ hàng bán đến người tiêu dùng và giảm hàng tồn kho tại nhà phân phối vốn đã được đề cập trong Quý 1/2017. Những ngành hàng bị ảnh hưởng chủ yếu bởi quyết định này bao gồm gia vị, thực phẩm tiện lợi và cà phê hoà tan.
 - Nỗ lực giảm hàng tồn kho đã mang lại kết quả trong Quý 2/2017 với doanh thu thuần tăng 1,8% so với cùng kỳ 2016. Nỗ lực trên không gây ảnh hưởng đến thị phần của MCH trong tất cả các ngành hàng do doanh số bán hàng từ các nhà phân phối đến người tiêu dùng vẫn ở mức ổn định.
 - Nước tăng lực và thịt chế biến đạt tăng trưởng đột phá với tổng doanh thu thuần là hơn 100 triệu USD. Nước tăng lực vị cà phê Wake-Up 247 đem lại doanh thu thuần 560 tỷ đồng, tăng 72% và thịt chế biến mang về 88 tỷ đồng, tăng 359% trong sáu tháng đầu năm 2017 so với cùng kỳ năm trước. Masan kỳ vọng đà tăng trưởng này sẽ tiếp tục nhờ vào việc tăng cường phân phối sản phẩm trên toàn quốc.
 - Doanh thu cả năm dự kiến vẫn sẽ tăng trưởng 5% so với điều chỉnh doanh thu cùng kỳ năm 2016 sau khi tính vào các nỗ lực giảm hàng tồn kho.
- **Kết quả cải tiến sản phẩm chiến lược:** Nhiều chiến dịch tái tung và tung ra các sản phẩm mới sẽ tái khẳng định sức mạnh các nhãn hiệu của Masan và giúp Công ty chiếm lĩnh thị phần trên toàn quốc. Hệ thống phân phối hoạt động hiệu quả hơn sẽ là đòn bẩy giúp Masan ra mắt các cải tiến sản phẩm chiến lược và đem lại tăng trưởng doanh thu tiềm năng trong sáu tháng cuối năm 2017 và đà tăng trưởng này sẽ tiếp tục trong 2018. Như vậy, các ngành hàng chủ chốt sẽ mang lại những kết quả như sau:

- Thực phẩm tiện lợi được kỳ vọng sẽ mang lại doanh thu thuần từ 1.468 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017 lên 2.145 tỷ đồng trong sáu tháng cuối năm 2017, như vậy doanh thu cho cả năm 2017 đạt 3.163 tỷ đồng và tương đương với năm 2016.
- Kết quả của chiến lược tung ra các sản phẩm mới được kỳ vọng sẽ giúp doanh thu thuần của MCH đạt 7.868 tỷ đồng trong sáu tháng cuối năm 2017 so với 5.462 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2017. Như vậy, dự kiến doanh thu thuần cả năm là 13.331 tỷ đồng, giảm 3% so với cùng kỳ năm 2016. Nếu doanh thu sáu tháng cuối năm 2017 như mong đợi, tăng trưởng doanh thu của MCH sẽ là 5% sau khi điều chỉnh các nỗ lực giảm tồn kho cho cả năm 2016. Đà tăng trưởng trong nửa cuối năm 2017 được kỳ vọng sẽ kéo dài qua năm 2018. Ban Giám đốc tin tưởng các mục tiêu này có thể thực hiện được trong khi hàng tồn kho chỉ ở mức 1.000-1.200 tỷ đồng.
- **Phân tích kết quả lợi nhuận sáu tháng đầu năm 2017: Biên lợi nhuận gộp tăng nhẹ bù vào ảnh hưởng của giá nguyên vật liệu đầu vào tăng, cơ cấu sản phẩm thay đổi và các khoản đầu tư một lần vào chi phí bán hàng nhằm giảm hàng tồn kho.**
 - **Biên lợi nhuận gộp tăng 146 điểm cơ bản lên 44,4%:** Biên lợi nhuận gộp tăng do cơ cấu sản phẩm. Doanh số các sản phẩm có lợi nhuận biên cao hơn giảm.
 - **EBITDA sáu tháng đầu năm giảm 456 điểm cơ bản xuống 16,6%** do các khoản đầu tư một lần nhằm giảm hàng tồn kho.
 - Lợi nhuận sau thuế và lợi ích cổ đông thiểu số đạt 618 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2017, giảm 36% từ 963 tỷ đồng trong sáu tháng đầu năm 2016 là do tăng chi phí bán hàng từ việc tái cân bằng hàng tồn kho.
- **MCH sẽ tái phân bổ chí quản lý và bán hàng trong nửa cuối năm 2017 để tập trung nhiều hơn vào việc marketing và quảng cáo trên truyền hình nhằm củng cố các thương hiệu sẵn có và xây dựng các thương hiệu mạnh mới. Ban Giám đốc dự kiến sẽ đầu tư 523 tỷ đồng vào marketing và quảng cáo, tăng 130% so với cùng kỳ năm trước và tăng 61% so với ngân sách ban đầu.**

Kết quả tài chính hợp nhất của Masan Consumer trong sáu tháng đầu năm 2017 ⁽¹⁾

Tỷ đồng	6 tháng 2017	6 tháng 2016	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	5.462	5.804	(6)%
EBITDA⁽²⁾	907	1.229	(26)%
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số	618	963	(36)%
Lợi nhuận thuần sau lợi ích cổ đông thiểu số tính theo tiền mặt⁽³⁾	670	1.042	(36)%

(1) Số liệu tài chính của Công ty chưa kiểm toán và tuân thủ theo Tiêu chuẩn kế toán Việt Nam VAS.

(2) EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của Masan Consumer, cộng lại ảnh hưởng của chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại.

(3) Lợi nhuận thuần tính theo tiền mặt (hay Lợi nhuận thuần pro forma), cho mỗi giai đoạn báo cáo và giai đoạn so sánh tương ứng, sẽ được tính toán bằng cách cộng lại ảnh hưởng của phân bổ lợi thế thương mại, tài sản cố định và tài sản vô hình do việc thực hiện các giao dịch M&A trước đây. Trong sáu tháng đầu năm 2017, riêng chi phí phân bổ này lên đến 52 tỷ đồng. Công ty tin rằng số liệu này phản ánh lợi nhuận và khả năng sinh lời bằng tiền thật sự của Công ty.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, (HNX-UPCoM: MCH), công ty con của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan, là công ty thực phẩm và đồ uống lớn nhất Việt Nam, dẫn đầu trong các ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống. Danh mục sản phẩm của Masan Consumer bao gồm những thương hiệu được người tiêu dùng Việt Nam tin yêu như Chin-su, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Kokomi, Vinacafe, Wake-up, Vĩnh Hảo và Quang Hanh.

LIÊN HỆ:

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

Tanveer Gill

T: +848 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

(Dành cho truyền thông)

Van Nguyen

T: +848 6256 3862

E: van.nguyen@msn.masangroup.com

Thông cáo báo chí này có những nhận định về tương lai trong các kỳ vọng, dự định hoặc chiến lược của Masan Consumer 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 Consumer, 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 Consumer, có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoặc thành tích của Masan Consumer 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.