

CÔNG TY CỔ PHẦN
TẬP ĐOÀN MASAN
MASAN GROUP CORPORATION

Số: 44 /2025
No.: _____ /2025

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM
Independence - Freedom - Happiness

Tp. HCM, ngày 24 tháng 01 năm 2025
Ho Chi Minh City, 24 January 2025

CÔNG BỐ THÔNG TIN BẤT THƯỜNG
EXTRA-ORDINARY INFORMATION DISCLOSURE

Kính gửi: Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
Sở Giao dịch Chứng khoán Hồ Chí Minh
To: *State Securities Commission of Vietnam*
Hanoi Stock Exchange
Ho Chi Minh Stock Exchange



1. Tên tổ chức: Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Name of organization: Masan Group Corporation

Mã chứng khoán/Mã thành viên: MSN

Stock code/ Broker code: MSN

Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, phường Bến Nghé, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh

Address: No. 23 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1, Ho Chi Minh City

Điện thoại liên hệ/Tel.: 28 6256 3862

Fax: 28 3827 4115

2. Nội dung thông tin công bố: Thông cáo báo chí về kết quả kinh doanh Quý 4/2024.

Contents of disclosure: Immediate release on business results in the fourth quarter of 2024

3. Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty vào ngày 24/01/2025 tại đường dẫn <https://masangroup.com/vi/investor-relations.html>

This information was disclosed in the folder Corporate Announcements of section Investor Center on the Company's website on 24 January 2025 at <https://masangroup.com/investor-relations.html>

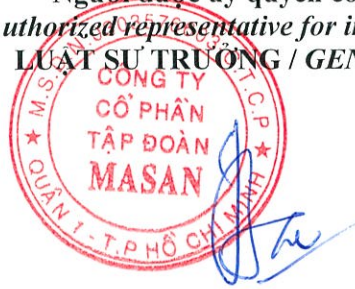
Chúng tôi xin cam kết các thông tin công bố trên đây là đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung các thông tin đã công bố/*We hereby certify that the information provided is true and correct and we bear the full responsibility to the law.*

Tài liệu đính kèm/Attached documents:

Tài liệu liên quan đến nội dung thông tin công bố như nêu tại Mục 2;

Documents related to disclosed information at mentioned in Item 2.

ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC
ORGANIZATION REPRESENTATIVE
Người được ủy quyền công bố thông tin
Authorized representative for information disclosure
LUẬT SƯ TRƯỞNG / GENERAL COUNSEL



TRẦN PHƯƠNG BẮC





THÔNG CÁO BÁO CHÍ

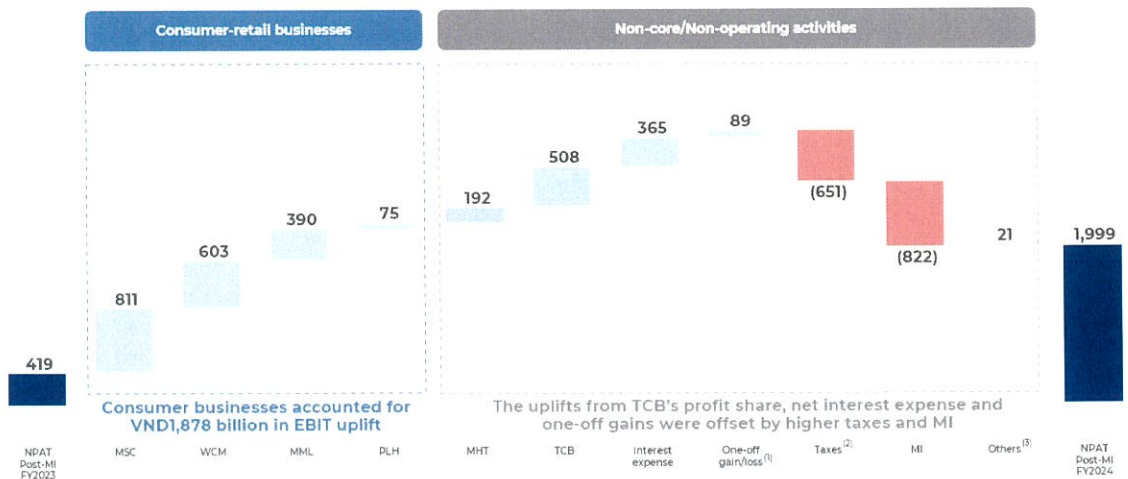
NĂM 2024, MASAN HOÀN THÀNH GẦN 200% KẾ HOẠCH, LÃI 1.999 TỶ ĐỒNG, TỶ LỆ ĐÒN BẢY RÒNG ĐẠT 2,9X

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 01 năm 2025 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (HOSE: MSN, “Masan” hoặc “Công ty”) hôm nay công bố báo cáo tài chính chưa kiểm toán của Quý 4 năm 2024 và cả năm 2024.

“Trong năm 2024, chúng tôi ưu tiên phát triển mô hình kinh doanh mang lại lợi nhuận bền vững xuyên suốt Tập đoàn. WinCommerce (“WCM”) và Masan MEATLife (“MML”) đã chính thức mang về lợi nhuận. Chúng tôi đã và đang tập trung tối ưu thị phần trong chi tiêu của người tiêu dùng bằng sự liên kết hợp lực những thương hiệu mạnh, nền tảng công nghệ và bán lẻ. Việc mang đến chương trình Hội viên WIN cho thị trường bán lẻ truyền thống và hiện đại, sẽ giúp mỗi mảng kinh doanh của chúng tôi đạt tăng trưởng hai chữ số trong năm 2025 và hơn thế nữa.” - Tiên sĩ Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch Tập đoàn Masan chia sẻ.

- Lợi nhuận quý 4 năm 2024 của Masan ghi nhận mức tăng trưởng mạnh mẽ, gấp gần 14 lần so với cùng kỳ năm trước, đạt 691 tỷ đồng. Lợi nhuận cả năm 2024 đạt 200% kế hoạch kịch bản cơ sở.** Kết quả tích cực này được thúc đẩy bởi đà tăng trưởng hai chữ số xuyên suốt mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ¹ và việc chuyển nhượng thành công H.C. Starck (HCS) cho Mitsubishi Materials. Trong năm 2024, công ty đã trao 100 tỷ đồng hỗ trợ tỉnh Lào Cai trong chương trình “Mái ấm cho đồng bào tôi”, thực hiện các khoản nộp thuế cao hơn và các chi phí một lần, trong đó bao gồm khoản chi phí của Techcombank để chấm dứt hợp đồng với Manulife. Những điều này đã tác động một phần đến lợi nhuận của MSN.
- WinCommerce và Masan MEATLife đã mang lại lợi nhuận trong năm 2024, đóng góp 993 tỷ đồng vào mức tăng của lợi nhuận sau phân bổ cổ đông thiểu số (post-MI). Các doanh nghiệp này sẽ là động lực chính giúp thúc đẩy lợi nhuận của Công ty trong thời gian tới.

NPAT Post-MI bridge (VND billion)



(1) One-off gains consist of income of approximately VND1 trillion from sale of HCS, offset by one-off expenses of MHT during transformation period, and income from wholesale discount for feed input from MML's farm business
 (2) Taxes incurred due to improving operating profit and one-off income from sale of HCS
 (3) Others refer to Masan Brewery's, WinEco's and Mobicast's impact on profits, interco eliminations, and one-off gain/expense

¹ Mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ bao gồm MCH, WCM, MML và PLH.

- Masan Consumer Corporation² (UpCOM: MCH)** ghi nhận doanh thu quý 4 năm 2024 và năm 2024 lần lượt là 8.942 tỷ đồng và 30.897 tỷ đồng, tăng trưởng 5,3% và 9,4% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả tích cực này được thúc đẩy bởi chiến lược cao cấp hóa được triển khai trong ngành hàng Thực phẩm tiện lợi (Tăng 8,4% so với cùng kỳ năm trước) và Gia vị (Tăng 7,2% so với cùng kỳ năm trước), và thực thi các phát kiến đổi mới trong ngành hàng Đồ uống (Tăng 14,2% so với cùng kỳ năm trước). Doanh thu từ các thị trường quốc tế đạt mức tăng mạnh mẽ 22,4% so với cùng kỳ năm trước.

 - MCH đã cải thiện biên lợi nhuận gộp cả năm lên mức 46,6%, tăng 70 điểm cơ bản so với năm 2023, nhờ vào chiến lược cao cấp hóa tại ngành hàng Thực phẩm tiện lợi, kết hợp tốt hơn các sản phẩm có biên lợi nhuận cao hơn và chiến lược giá ở các ngành hàng quan trọng.
 - Chỉ tiêu cho hoạt động xúc tiến thương mại đã được cắt giảm để phân bổ vào các phát kiến có tỷ suất hoàn vốn (ROI) cao hơn như phát triển kênh bán hàng mới và xây dựng thương hiệu. Điều này giúp MCH tiết giảm được 260 điểm cơ bản chi phí bán hàng theo tỷ lệ phần trăm doanh thu trong quý 4 năm 2024. Mức hàng tồn kho tại các nhà phân phối vẫn ở mức tốt trong 15 ngày tính đến quý 4 năm 2024 khi Tết Nguyên đán đến sớm hơn mọi năm.
 - Tăng trưởng doanh thu quý 4 năm 2024 đạt 5,3% so với cùng kỳ năm trước do MCH chuyển việc ra mắt các sản phẩm mới sang năm 2025. MCH kỳ vọng xu hướng tiêu dùng sẽ có sự phục hồi mạnh mẽ trong năm 2025.
 - Trong năm 2024, biên lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI margin) đạt mức 25,3%; Lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI) tăng 10,1%. Trong quý 4 năm 2024, NPAT Post-MI chỉ tăng nhẹ 2,4% so với cùng kỳ năm trước do khoản chi trả cổ tức khoảng 23 nghìn tỷ đồng. Động thái này làm giảm thu nhập tài chính.
- WinCommerce (“WCM”)** ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu 11,8% và 9,7% so với cùng kỳ trong quý 4 năm 2024 và năm 2024. Doanh thu đạt lần lượt 8.557 tỷ đồng và 32.961 tỷ đồng trên toàn mạng lưới. Kết quả quý 4 tiếp tục được thúc đẩy tích cực bởi các mô hình cửa hàng mới là WIN (phục vụ người mua sắm ở thành thị) và WinMart+ Rural (phục vụ người mua sắm ở nông thôn), với mức tăng trưởng LFL so với cùng kỳ lần lượt là 10,4% và 12,5%. WCM ghi nhận lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) dương, đạt mức 209 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024, đánh dấu quý thứ hai liên tiếp có lợi nhuận dương. Ban lãnh đạo hiện sẽ tập trung vào việc tăng tốc mở rộng quy mô mạng lưới cửa hàng theo kế hoạch 5 năm được trình bày tại Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2024 của Masan.

 - Tính đến tháng 12 năm 2024, WCM đã vận hành 3.828 cửa hàng WCM, mở rộng 95 cửa hàng kể từ quý 3 năm 2024. Việc mở cửa hàng mới đã tăng tốc trở lại do đã tăng trưởng LFL bền vững và mở rộng thành công các mô hình cửa hàng mới, giúp WCM phục vụ đầy đủ nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng.
 - Trong quý 4 năm 2024, nhờ mức tăng trưởng LFL 9,6% và 8,7% so với cùng kỳ của siêu thị và siêu thị mini cùng sự cải thiện đáng kể của hao hụt, siêu thị mini và siêu thị lần lượt đạt biên lợi nhuận hoạt động của cửa hàng (EBIT margin) là 6,5% và 5,0%.
 - Trong quý 4 năm 2024, WCM đã vận hành một cách hiệu quả, giảm chu kỳ vòng quay tiền mặt xuống 14 ngày nhờ vào công tác quản lý hàng tồn kho tại các cửa hàng và việc dự báo nhu cầu được tối ưu hóa. Điều này góp phần tạo ra dòng tiền hoạt động mạnh mẽ, đạt 2.202 tỷ đồng trong năm 2024.
- Masan MEATLife (“MML”)** đã mang lại mức tăng 192 tỷ đồng và 565 tỷ đồng so với cùng kỳ, NPAT-Pre-MI lần lượt đạt 85 tỷ đồng và 25 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và năm 2024. Đây là quý thứ hai liên tiếp MML đạt NPAT Pre-MI dương.

 - Doanh thu của MML tăng 24,0% và 9,5% so với cùng kỳ năm trước, đạt lần lượt 2.204 tỷ đồng và 7.650 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và năm 2024. Doanh thu từ mảng thịt tươi và thịt chế biến tăng 15,4%, doanh thu từ mảng trang trại giảm 7,3% so với cùng kỳ năm trước trong năm 2024. Điều này là do MML tái cấu trúc mảng trang trại để chuyển trọng tâm sang hoạt động kinh doanh trực tiếp đến người tiêu dùng. Trong năm 2024, mảng thịt lợn tươi ghi nhận doanh số bán hàng hàng ngày trên mỗi cửa hàng WCM tăng 26% so với cùng kỳ năm trước.

² Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan hiện được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán UPCoM với mã chứng khoán MCH và không bao gồm hoạt động kinh doanh bia Masan Brewery. Để cho phép báo cáo nhất quán hơn, Masan Consumer Corporation sẽ được báo cáo là MCH, trước đây là tên viết tắt của Masan Consumer Holdings.

- Mảng kinh doanh thịt chế biến của MML vượt mốc 200 tỷ đồng doanh thu hàng tháng, chiếm 34,6% doanh thu của MML trong năm 2024 so với mức 32,9% trong năm 2023. Các sản phẩm mới đóng góp 538 tỷ đồng doanh thu trong năm 2024. Đây là động lực chính thúc đẩy mức tăng trưởng 12,9% so với cùng kỳ năm trước của mảng thịt chế biến. Tỷ lệ sử dụng thịt lợn cho mảng thịt chế biến tăng từ 5,4% trong quý 4 năm 2023 lên 6,7% trong quý 4 năm 2024, phù hợp với chiến lược của MML nhằm tăng biên lợi nhuận gộp chung và tăng cường tích hợp theo chiều dọc.
- Doanh thu thuần của **Phúc Long Heritage (“PLH”)** tăng 11,5% và 5,6% so với cùng kỳ năm trước lên lần lượt là 417 tỷ đồng và 1.621 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và năm 2024. Động lực tăng trưởng chính đến từ việc mở 33 cửa hàng mới và cải tạo cửa hàng thành công.
 - Trong năm 2024, một nhóm 11 cửa hàng được cải tạo đã mang lại mức tăng trưởng 13,4% của doanh số trung bình hàng ngày đối với phân khúc dùng-tại-chỗ (dine-in), so với mức tăng trưởng đi ngang của các cửa hàng tương tự nhưng không được cải tạo. Đây là nỗ lực của PLH cho cam kết tìm ra lược chiến thành công.
 - NPAT Pre-MI cải thiện hơn 4x trong năm 2024, với mức tăng 28 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và đạt 97 tỷ đồng cho cả năm. Biên lợi nhuận ròng đạt 7,6% trong năm 2024.
- Doanh thu của **Masan High-Tech Materials (“MHT”)** tăng 21,3% và 1,7% so với cùng kỳ năm trước, đạt lần lượt 3.868 tỷ đồng và 14.336 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và năm 2024.
 - Bất chấp những thách thức do gián đoạn dịch vụ nổ mìn tại công ty Nui Phao Mining và tác động của cơn bão Yagi, làm chậm trễ việc tiếp cận, khai thác quặng tại các khu vực mở, MHT đã đạt được kết quả tích cực trong quý 4 năm 2024. Sản lượng của tất cả các sản phẩm đều tăng so với quý trước đó.
 - Doanh thu bán đồng năm 2024 đạt 1.442 tỷ đồng, cho thấy sự cải thiện đáng kể. Doanh số bán hàng cho khách hàng nội địa tăng đóng vai trò quan trọng trong việc tăng dòng tiền tự do của công ty và giảm nợ phải trả.
 - Là một phần của chiến lược "Thay đổi để thích ứng", MHT đã hoàn tất hợp đồng mới với một nhà thầu khai thác, khoan và nổ mìn. Hợp đồng mới có mức giảm đến 10% chi phí khai thác so với các thỏa thuận trước đó. MHT cũng đang đánh giá các cơ hội tối ưu hóa chi phí cho các hợp đồng quan trọng khác.
 - Ngày 18 tháng 12 năm 2024, MHT thông báo hoàn tất thành công việc bán 100% H.C. Starck Holding GmbH (“HCS”) cho Mitsubishi Materials Corporation với giá mua là 134,5 triệu USD. Giao dịch bao gồm thỏa thuận bao tiêu APT và oxit vonfram giữa MHT và HCS, đảm bảo lợi ích lâu dài cho cả hai bên và cung cấp cho MHT nền tảng vững chắc để tối đa hóa khối lượng đơn hàng. Tiền thu được từ giao dịch sẽ giúp giảm nợ của MHT từ khoảng 670 triệu USD xuống còn 490 triệu USD.
- **Techcombank (“TCB”)**, công ty liên kết của Masan, đã đóng góp 732 tỷ đồng vào EBITDA trong quý 4 năm 2024, tăng trưởng -21,0% so với cùng kỳ năm trước do chi phí một lần khi chấm dứt hợp đồng với Manulife, làm giảm NPAT của MSN 288 tỷ đồng. Để biết kết quả chi tiết, vui lòng tham khảo trang web của ngân hàng.

Kết quả hợp nhất:

- **Doanh thu thuần:** Trong quý 4 năm 2024 và năm 2024, doanh thu thuần của Masan Group lần lượt đạt 22.666 tỷ đồng và 83.178 tỷ đồng. Đóng góp vào con số tích cực của doanh thu là đã tăng trưởng bền vững của mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi và nghĩa vụ hợp đồng đã hoàn thành của MHT đối với đối tác, giúp bù đắp lại cho định hướng chiến lược của MML trong việc tái cấu trúc mảng gà trang trại
- **EBITDA:** EBITDA đạt lần lượt 4.580 tỷ đồng và 15.921 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và năm 2024, tăng 44,6% và 19,3% so với cùng kỳ năm trước. Mức tăng đáng kể này được thúc đẩy bởi đã tăng trưởng lợi nhuận tích cực của tất cả các mảng kinh doanh dùng bán lẻ.
- **Lợi nhuận sau thuế (“NPAT”):** NPAT Post-MI đạt 691 và 1.999 tỷ đồng trong quý 4 năm 2024 và năm 2024, tăng lần lượt 1.282,0% và 377,5% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả này được thúc đẩy bởi đã tăng trưởng lợi nhuận mạnh mẽ xuyên suốt mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ, 365 tỷ đồng cải thiện nhờ chi phí lãi vay ròng giảm và khoản lợi nhuận một lần 89 tỷ đồng từ việc bán HCS. Kết quả tích cực này giúp bù đắp cho các chi phí một lần của quá trình chuyển đổi của MHT và lợi nhuận từ việc chiết khấu bán buôn cho thức ăn chăn nuôi của mảng kinh doanh trang trại thuộc MML. Ngoài ra, MSN cũng

ghi nhận 100 tỷ đồng chi phí từ hoạt động từ thiện và giảm lợi nhuận 288 tỷ đồng do TCB ghi nhận chi phí một lần khi chấm dứt hợp đồng với Manulife. Đà tăng trưởng của các hoạt động kinh doanh cốt lõi kể từ đầu năm đã mang lại cho ban lãnh đạo sự tự tin vào sự chuyển đổi thành nền tảng tiêu dùng bán lẻ của Masan.

■ **Bảng cân đối kế toán:**

- Tiền và các khoản tương đương tiền tính đến cuối năm 2024 đạt 19.226 tỷ đồng, tăng 13,6% so với cùng kỳ năm trước so với mức 16.919 tỷ đồng của cuối năm 2023.
- Nợ ròng/EBITDA 12 tháng gần nhất đạt 2,9x, so với mức 3,9x của quý 4 năm 2023, đạt mục tiêu Nợ ròng/EBITDA dưới 3,5x do dòng tiền từ hoạt động kinh doanh được cải thiện và nguồn tiền từ các hoạt động tài trợ vốn của công ty.
- Dòng tiền tự do ("FCF") 12 tháng gần nhất tăng lên 9.580 tỷ đồng tính đến năm tài chính 2024, tăng 28,5% so với cùng kỳ năm trước.
- MSN đã điều chỉnh và gia hạn thành công các khoản vay trị giá 650 triệu USD vào tháng 1 năm 2025, ngày đáo hạn được kéo dài đến năm 2030, lãi suất vay giảm 85 điểm cơ bản. Động thái này giúp công ty linh hoạt về tài chính, tối ưu hóa bảng cân đối kế toán và giảm chi phí đi vay.

Kế hoạch năm 2025:

Tùy thuộc vào phê duyệt nội bộ của Công ty, điều kiện kinh tế vĩ mô và sự phục hồi của thị trường tiêu dùng, Masan dự kiến doanh thu thuần hợp nhất năm 2025 sẽ nằm trong khoảng từ 80.000 tỷ đồng đến 85.500 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng trưởng LFL từ 7% đến 14% so với cùng kỳ (sau điều chỉnh cho việc tách hợp nhất HCS). Trong năm 2025, tổng doanh thu hợp nhất, không bao gồm MHT, dự kiến sẽ nằm trong khoảng từ 74.013 tỷ đồng đến 78.013 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng trưởng từ 8% đến 14% so với cùng kỳ. NPAT Pre-MI dự kiến đạt từ 4.875 tỷ đồng đến 6.500 tỷ đồng, tăng trưởng mạnh mẽ từ 14% đến 52% so với mức 4.272 tỷ đồng trong năm 2024.

■ **Trọng tâm chiến lược:**

- Tiếp tục tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận với trọng tâm là mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ cốt lõi.
 - MCH tiếp tục đạt mức tăng trưởng doanh thu hai chữ số trong khi vẫn duy trì lợi nhuận cao.
 - WCM tập trung vào tăng trưởng có lợi nhuận bằng cách đẩy nhanh mở mới cửa hàng trong khi vẫn duy trì tăng trưởng LFL mạnh mẽ
- Phát triển và ứng dụng công nghệ xuyên suốt để thúc đẩy hiệu quả hoạt động và tăng cường sự kết hợp trong nền tảng tiêu dùng bán lẻ của MSN. Điều này được thực hiện thông qua chương trình hội viên WIN và sự tăng cường sự hợp tác giữa các thương hiệu mạnh Masan với WinCommerce.
- Giảm đòn bẩy tài chính hơn nữa để cải thiện bảng cân đối kế toán và giảm chi phí tài chính.
- Giảm sở hữu trong các mảng không cốt lõi sau khi bán H.C. Starck để đơn giản hóa cấu trúc tập đoàn và trở thành một nền tảng tiêu dùng bán lẻ tập trung hơn.
- **MCH** đặt mục tiêu đạt mức tăng trưởng doanh thu hai chữ số từ 10% đến 15% vào năm 2025, đạt 33.500 tỷ đồng đến 35.500 tỷ đồng, Điều này được thúc đẩy bởi các động lực tăng trưởng chiến lược và việc phát triển chuỗi cung ứng kỹ thuật số "Retail Supreme". Những phát kiến này sẽ giúp số hóa bán lẻ truyền thống, việc lập kế hoạch cung & cầu, sản xuất, phân phối, từ đó cải thiện việc lên kế hoạch cung ứng, tăng năng suất của nhân viên bán hàng và tối ưu ROI của hoạt động tiếp thị.
 - Triển khai chiến lược cao cấp hóa trong ngành hàng Gia vị & Thực phẩm tiện lợi: Tăng cường vị thế dẫn đầu thị trường trong phân khúc cao cấp bằng cách chuyển đổi từ mì ăn liền sang các bữa ăn chế biến sẵn như "Lẩu Tự Sôi", "Cơm Tự Chín" và "Lẩu Cầm Tay". Những phát kiến trong ngành hàng Thực phẩm tiện lợi giúp nắm bắt tăng trưởng trong xu hướng tiêu dùng bên ngoài gia đình.
 - Thực thi các đổi mới trong ngành hàng đồ uống và HPC: Mở rộng danh mục WakeUp247 và giành thị phần trong phân khúc trà uống liền (RTD) với các sản phẩm mới của Tea365; tái cấu trúc danh mục để tập trung xây dựng các sản phẩm mới thuộc Chante và Net, tham gia sâu hơn vào thị trường chăm sóc cá nhân.

- **Chiến lược Go Global:** Đạt mức tăng trưởng 20% trở lên bằng cách tập trung vào các thị trường chính như Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản và EU với danh mục sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi và cà phê hòa tan.
- Duy trì mức tồn kho lành mạnh tại các nhà phân phối trong chiến dịch One Masan Tết, hướng tới mục tiêu tăng trưởng 15% trong quý 1 năm 2025.
- **WCM** dự kiến đạt doanh thu thuần từ 35.600 tỷ đồng đến 36.900 tỷ đồng, tăng trưởng từ 8% đến 14% so với cùng kỳ năm trước và đạt lợi nhuận sau thuế dương cả năm. Điều này sẽ được thúc đẩy bởi việc mở rộng mạng lưới cửa hàng, tăng tốc tăng trưởng doanh thu LFL.
 - Đẩy nhanh lại việc mở cửa hàng mới với 400-700 siêu thị mini trong năm 2025 cùng chiến lược tập trung theo khu vực.
 - Đẩy nhanh tăng trưởng LFL cho các siêu thị mini thông qua chiến lược phân loại tối ưu. Tăng cường hợp tác với các thương hiệu mạnh của Masan để tạo ra các chiến lược phân loại và ra mắt sản phẩm riêng biệt, cũng như khuyến mãi và tiếp thị được cá nhân hóa cho các hội viên WIN.
 - Đạt được mức tăng trưởng LFL một chữ số cao cho các siêu thị thông qua việc cải tạo thành công theo mô hình mới: WinMart Urban và WinMart Rural.
 - Thí điểm phiên bản mới của chương trình Hội viên WIN với các chương trình khuyến mãi và lợi ích mới cho người tiêu dùng bên cạnh chương trình hiện hành trong nửa đầu năm 2025. Chương trình Hội viên WIN mới sẽ được triển khai trên toàn quốc trong nửa cuối năm 2025.
 - Thí điểm dịch vụ ngân hàng đại lý để hiện thực hóa chiến lược Point-of-Life.
- **MML** dự kiến sẽ mang về doanh thu từ 8.250 tỷ đồng đến 8.749 tỷ đồng, tăng trưởng từ 8% đến 14% so với cùng kỳ. Kết quả này sẽ đạt được trên hành trình liên tục chuyển đổi để trở thành công ty chế biến thịt của MML và việc hợp tác sâu hơn với WinCommerce.
 - Nâng cao giá trị thành phẩm của mỗi heo nuôi thịt lên 10 triệu đồng/con, tương đương mức tăng trưởng ~10% so với cùng kỳ năm trước bằng cách tối đa hóa tỷ lệ sử dụng.
 - Tiếp tục đầu tư vào mảng thịt chế biến với mục tiêu đóng góp doanh số 36-37% vào cơ cấu doanh số của MML.
 - Ra mắt "Meat Corner" bên trong chuỗi WCM, hướng tới mục tiêu gia tăng thị phần doanh số thịt chế biến trong chuỗi WCM từ 16,6% lên 20% trong năm 2025. Hướng đến mục tiêu là 40% trong dài hạn.
- **PLH** đặt mục tiêu đạt mức tăng trưởng từ 1.910 tỷ đồng đến 2.200 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng trưởng so với cùng kỳ từ 18% đến 36%, bằng cách thúc đẩy tăng trưởng LFL và cải thiện biên lợi nhuận.
 - Cải thiện tăng trưởng doanh số trên cùng cửa hàng (SSSG) với chiến dịch tiếp thị tại địa phương, chương trình khuyến mãi trên toàn quốc, tích hợp vào Hội viên WIN và triển các dự án theo mùa vụ khác.
 - Đổi mới thương hiệu và triển khai các mô hình cửa hàng mới để xác định các giá trị riêng biệt giúp thu hút khách hàng hiện tại và khách hàng mới.
- **MHT** dự kiến doanh thu đạt tăng trưởng LFL từ 3% đến 19% so với cùng kỳ năm trước sau khi tách HCS. MHT đặt mục tiêu đạt doanh thu từ 6.487 tỷ đồng đến 7.487 tỷ đồng, lợi nhuận được cải thiện nhờ giá hàng hóa tăng.
 - Mở rộng hoạt động khai thác và cải thiện khả năng thu hồi.
 - Tiếp tục tối ưu hóa chi phí hoạt động.
 - Tối đa hóa doanh số bán đồng và các sản phẩm phụ.
 - Khám phá các giải pháp thay thế chiến lược để giảm đòn bẩy.

Kết quả tài chính hợp nhất³ quý III/2024**Kết quả kinh doanh (1/2)**

Tỷ đồng	4Q2024	4Q2023	Tăng	FY2024	FY2023	Tăng
Doanh thu thuần	22.666	20.782	9,1%	83.178	78.252	6,3%
<i>The Crown X</i>	17.076	15.980	6,9%	62.408	57.684	8,2%
<i>Masan Consumer Corporation</i>	8.942	8.493	5,3%	30.897	28.241	9,4%
<i>WinCommerce</i>	8.557	7.653	11,8%	32.961	30.054	9,7%
<i>Masan MEATLife</i>	2.204	1.778	24,0%	7.650	6.984	9,5%
<i>Phuc Long Heritage</i>	417	374	11,5%	1.621	1.535	5,6%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	3.868	3.188	21,3%	14.336	14.093	1,7%
Lợi nhuận gộp	7.062	5.768	22,4%	24.656	22.121	11,5%
<i>The Crown X</i>	6.232	5.834	6,8%	21.804	20.106	8,4%
<i>Masan Consumer Corporation</i>	4.176	4.017	4,0%	14.405	12.974	11,0%
<i>WinCommerce</i>	2.269	1.949	16,4%	8.134	7.240	12,3%
<i>Masan MEATLife</i>	616	318	93,6%	1.962	1.053	86,4%
<i>Phuc Long Heritage</i>	282	243	16,1%	1.061	993	6,9%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	381	(385)	-199,0%	893	784	13,8%
EBITDA	4.580	3.170	44,5%	15.921	13.343	19,3%
<i>The Crown X</i>	3.202	2.489	28,7%	9.580	8.111	18,1%
<i>Masan Consumer Corporation</i>	2.593	2.427	6,9%	8.333	7.505	11,0%
<i>WinCommerce</i>	550	242	127,6%	1.298	694	87,0%
<i>Masan MEATLife</i>	233	102	128,4%	647	266	143,5%
<i>Phuc Long Heritage</i>	89	49	82,9%	290	255	13,9%
<i>Masan High-Tech Materials</i>	619	(146)	-524,4%	1.785	1.550	15,2%
<i>Techcombank</i>	732	928	-21,1%	4.333	3.826	13,2%
Lợi nhuận/Chi phí tài chính thuần	51	(970)	-105,2%	(3.857)	(5.724)	-32,6%
<i>Thu nhập tài chính</i>	1.968	644	205,3%	4.044	2.405	68,1%
<i>Chi phí tài chính</i>	(1.917)	(1.615)	18,7%	(7.900)	(8.130)	-2,8%
Thu nhập / (Chi phí) khác	(710)	55	-1396,2%	(736)	213	-446,2%
Thuế TNDN	(1.110)	(431)	157,5%	(1.752)	(693)	152,9%
LNST trước phân bổ Cổ đông thiểu số	1.546	517	199,0%	4.272	1.870	128,0%
LNST sau phân bổ Cổ đông thiểu số	691	50	1282,0%	1.999	419	377,5%

³ Các số liệu tài chính dựa trên các số liệu quản lý chưa được soát xét và phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam. Để ngắn gọn và đơn giản, phân tích phân khúc chỉ bao gồm các mảng kinh doanh hiện có và không hiển thị tất cả các mảng kinh doanh của Masan (chẳng hạn như WinEco, Mobicast, v.v.) nhưng tác động tài chính của chúng được phản ánh trong số liệu tài chính hợp nhất của Masan.

Bảng cân đối kế toán

Tỷ đồng	FY2024	FY2023
Tiền và các khoản tương đương tiền⁴	19.226	16.919
Nợ vay	65.549	69.572
Nợ ngắn hạn	26.724	28.030
Nợ dài hạn	38.825	41.542
Tổng tài sản	147.585	147.383
Tổng vốn chủ sở hữu	40.752	38.237
Total Equity Excluding MI	30.242	26.560
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (triệu cổ phiếu)	1.438	1.431

Các chỉ số tài chính tiêu biểu

Tỷ đồng	FY2024	FY2023
Net Debt to EBITDA⁵	2,9x	3,9x
ROAA	3%	1%
ROAE	5%	2%
FFO⁶ to Debt	11%	4%
LTM FCF⁷	9.580	7.454
Vòng quay tiền mặt	44	63
Số ngày tồn kho ⁸	75	90
Số ngày phải thu ⁹	8	12
Số ngày phải trả	38	39
CAPEX	(3.099)	(2.229)

⁴ Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn 3 đến 12 tháng) và các khoản phải thu liên quan đến hoạt động ngân quỹ và đầu tư (bao gồm các khoản phải thu có lãi suất nhất định).

⁵ Tỷ lệ nợ ròng/EBITDA sử dụng "Tiền mặt và các khoản tương đương tiền" như chú thích 8.

⁶ FFO: Tiền từ hoạt động thuần trong 12 tháng gần nhất ("LTM") được tính từ EBITDA và loại trừ đóng góp từ TCB, điều chỉnh cho chi phí tài chính thuần và điều chỉnh cho thuế thu nhập doanh nghiệp trong giai đoạn báo cáo.

⁷ 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.

⁸ Số ngày tồn kho được tính bằng cách lấy số dư tồn kho cuối kỳ chia cho Giá vốn hàng bán LTM.

⁹ Số ngày phải thu và phải trả được tính dựa trên số dư không bao gồm số dư không liên quan đến hoạt động kinh doanh chia cho Doanh thu LTM và COGS LTM tương ứng.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Masan” hoặc “Tập đoàn”) tin vào triết lý “doing well by doing good”. Sứ mệnh của Tập đoàn là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ vượt trội cho 100 triệu người dân Việt Nam và trên thế giới, 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 hàng ngày của đại đa số người dân.

Các Công ty thành viên và liên kết của Tập đoàn Masan là những Công ty dẫn đầu các lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh, thịt có thương hiệu, bán lẻ, chuỗi F&B, dịch vụ tài chính, viễn thông và sản xuất vật liệu công nghiệp có giá trị gia tăng. Đây là những lĩnh vực đang tăng trưởng cao của nền kinh tế Việt Nam.

Dành cho Nhà đầu tư/Chuyên viên phân tích

Dương Hoàng Phú

T: +84 28 6256 3862

E: ir@msn.masangroup.com

Dành cho Truyền thông

Phạm Văn

T: +84 28 6256 3862

E: pr@msn.masangroup.com

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

