

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Masan Group Tiếp Tục Tăng Trưởng Ấn Tượng Trong Môi Trường Hoạt Động Khó Khăn

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 7 năm 2012 – Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (**HOSE: MSN, “Masan Group”**) báo cáo kết quả kinh doanh quý 2 năm 2012. Tình hình kết quả kinh doanh của toàn Masan Group vào quý 2 và nửa năm 2012 như sau:

- Quý 2 năm 2012 tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận pro forma lần lượt là 56,7% và 52,9%⁽¹⁾; và
- Hai quý đầu năm 2012 tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận pro forma lần lượt là 37,7% và 36,9%⁽¹⁾.

Q2-12 Lợi nhuận thuần						
Triệu đồng	Q2-2012	Q2-2011	Tăng trưởng	6T-2012	6T-2011	Tăng trưởng
Masan Group Pro Forma	884.040	578.046	52,9%	1.518.636	1.109.597	36,9%
⁽¹⁾ Masan Consumer ^{(1)(b)}	704.877	477.474	47,6%	1.169.998	845.999	38,3%
Techcombank	451.757	484.898	(6,8%)	1.222.822	1.074.491	13,8%

⁽¹⁾ (a) Cộng lại khoản phân bổ lợi thế thương mại từ việc tái cấu trúc sở hữu của Masan Group ở Ngân hàng Techcombank cho năm 2011 và 2012 và giả sử Masan Group nắm giữ 30,6% lợi ích kinh tế của Techcombank kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2011, (b) cộng lại phân bổ lợi thế thương mại và tài sản vô hình từ thương vụ mua lại công ty Vinacafe Biên Hòa cho năm 2012.

Phân Tích Hoạt Động Kinh Doanh

Masan Consumer

Chiến dịch tung các sản phẩm mới thành công đã dẫn đến tăng trưởng doanh thu ấn tượng của quý 2 và nửa đầu năm 2012 lần lượt là 56,7% và 37,7%: Doanh thu thuần quý 2 và hai quý đầu năm 2012 lần lượt là 2.371 tỉ đồng và 3.908 tỉ đồng so với 1.513 tỉ đồng và 2.839 tỉ đồng vào cùng kì năm ngoái.

- Tăng cường danh mục sản phẩm trong ngành gia vị và thực phẩm tiện lợi với mục tiêu tăng khối lượng thị phần nước mắm lên mức 80% và khối lượng thị phần mì ăn liền từ trong khoảng 25-30% vào cuối năm.
 - Kokomi là sản phẩm mì ăn liền ở phân khúc bình dân đã giành được tăng trưởng đáng chú ý khi nắm bắt được khoảng 12% thị phần trong vòng 6 tháng ra mắt sản phẩm. Đồng thời, Omachi tiếp tục thống trị ngành hàng cao cấp với khối lượng tăng trưởng khoảng 40% so với cùng kì năm ngoái. Do đó, Masan Consumer củng cố thị phần mì ăn liền với mức tăng 25% so với 16% của cuối năm tháng 12 năm 2011.
 - Ra mắt sản phẩm Nam Ngư Siêu tiết kiệm, thuộc phân khúc sản phẩm nước mắm bình dân, sẽ là động lực chính để củng cố thị trường nước mắm không nhãn hiệu và đạt được mục tiêu khối lượng thị phần là 80%.
 - Ra mắt sản phẩm Chin-Su Nam Ngư như một phần chiến lược của Masan Consumer nhằm nâng cấp giá trị ngành hàng bằng cách chuyển đổi người tiêu dùng sử dụng

các sản phẩm ở phân khúc trung cấp lên phân khúc cao cấp, cụ thể là thương hiệu Chin-su.

- Ra mắt sản phẩm đồng nhãn hiệu cà phê hòa tan đầu tiên, “Wake-up Saigon”, thể hiện sự hội nhập thành công của Vinacafe vào nền tảng hoạt động của Masan Consumer.
 - Khách hàng mục tiêu là thị trường nông thôn vẫn còn nhiều tiềm năng.
- Kế hoạch ra mắt những sản phẩm mới trong ngành hàng mì ăn liền và cà phê hòa tan vào nửa cuối năm 2012 vẫn đang theo đúng lộ trình.

Techcombank

Đạt được mức tăng trưởng cao về lợi nhuận sau thuế là 13,8% trong nửa đầu năm 2012: Doanh thu sau thuế hai quý đầu năm 2012 là 1.223 tỉ đồng so với 1.074 tỉ đồng cùng kỳ năm ngoái.

- Giảm chi phí tài trợ vốn thông qua việc ra mắt các sản phẩm kết hợp và bán chéo sản phẩm cho các khách hàng hiện tại nhằm đẩy mạnh tăng trưởng thu nhập lãi thuần đạt mức 18,7% mặc dù tình hình tín dụng còn nhiều khó khăn.
 - Cải thiện tăng trưởng thu nhập lãi thuần là một bước quan trọng trong việc tăng lợi nhuận của Techcombank so với cùng kỳ năm 2011.
- Tăng cường khả năng thanh khoản để giữ vị thế trong việc tiếp tục củng cố thị phần.
 - Tăng trưởng tiền gửi đạt mức 9,1% so với tỉ lệ tăng trưởng tiền gửi của hệ thống ngân hàng là 6,5%.

Masan Resources

Đẩy mạnh hoạt động xây dựng và tiến độ khai thác khoáng sản nhằm đưa nhà máy vào chạy thử nghiệm trong quý 1 năm 2013:

- **Cập nhật hoạt động xây dựng**
 - Các hoạt động xây dựng được đẩy mạnh tối đa với sự đầu tư thêm 67 triệu đô la Mỹ chi phí vốn trong nửa đầu năm 2012.
 - Tiến độ thi công đáng kể trong công việc đổ nền bê tông và đóng kèo, SMP (dựng cột, làm cơ khí và đường ống) và lắp đặt các thiết bị quan trọng.
 - Giảm thiểu rủi ro của các chất thải xây dựng thoát ra trước khi bắt đầu vào mùa mưa bằng việc xây các bức tường đập đang trong giai đoạn gần hoàn thành.
- **Cập nhật hoạt động khai thác**
 - Nhà thầu đã có những tiến triển đáng kể với việc bóc tầng đất phủ mỏ và tiếp cận được với mỏ quặng.

Những Kế Hoạch Kinh Doanh Chiến Lược

Techcombank tăng cường xây dựng nền tảng ngân hàng hàng đầu với việc tuyển dụng thêm các nhà quản lý cấp cao.

- Techcombank đã có những tiến triển đáng kể trong việc phát triển thêm các chi nhánh ở khu vực phía Nam nhằm tăng huy động. Gần đây việc tuyển dụng những chuyên gia quản lý quan hệ và phát triển kinh doanh từ Ngân hàng Sacombank là nhằm mục đích đẩy nhanh quá trình này.
- Đẩy mạnh khả năng quản lý rủi ro với việc tuyển dụng ông Anil Parimoo vào vị trí Giám Đốc Quản Lý Rủi Ro. Ông Anil đã có trên 25 năm kinh nghiệm trong ngành Ngân hàng, nơi ông thực hiện vai trò quản lý cấp cao tại American Express và ngân hàng Danamon (Indonesia).

- Tuyển dụng ông Vinod Kumar vào vị trí Giám Đốc Marketing để thực hiện tầm nhìn của Techcombank trong quá trình trở thành nền tảng ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam. Ông Vinod đã có trên 25 năm kinh nghiệm tại các tổ chức tài chính hàng đầu như VISA (Châu Á Thái Bình Dương), Standard Chartered (Singapore) và Samba Financial Group (Saudi Arabia), nơi ông giữ vị trí quan trọng trong việc phát triển các thương hiệu sản phẩm tài chính hàng đầu.
- Để đẩy nhanh hiệu quả và cải thiện quy trình lẫn tăng lợi nhuận, Techcombank đã bổ nhiệm ông Rajeev de Roy với vai trò Giám Đốc Khối Vận Hành. Ông Rajeev đã có hơn 30 năm kinh nghiệm trong ngành ngân hàng bao gồm Standard Chartered.

Masan Consumer tiếp tục chuyển hóa chức năng R&D để đạt được năng lực ở tầm quốc tế nhằm đảm bảo sự phát triển các sản phẩm có nhiều tính sáng tạo trong các ngành hàng hiện hữu và ngành hàng mới.

- Được dẫn dắt bởi ông Keir Steinke với 25 năm làm lãnh đạo tại Unilever, Masan Consumer đã tăng cường thêm đội ngũ quản lý R&D trong việc cho ra các ngành hàng mới và nâng cấp bao bì.
- Bộ phận R&D hoàn tất việc tuyển dụng các chuyên viên chủ chốt để đảm bảo quá trình phát triển và chức năng chuyên môn tuân theo các tiêu chuẩn quốc tế.

Masan Group tiếp tục đơn giản hóa cơ cấu vốn trước khi niêm yết ở nước ngoài vào năm 2013/2014

- Masan Group tận dụng điều kiện thị trường còn khó khăn và nguồn tiền mặt dồi dào để thực hiện giao dịch trái phiếu chuyển đổi trị giá 222 triệu đô la Mỹ ở mức giá thấp hơn 25% so với giá thị trường (80.000 đồng mỗi cổ phiếu). Điều này không chỉ giúp giảm số nợ hiện tại, mà còn làm giảm số lượng cổ phiếu bị pha loãng khoảng 58 triệu cổ phiếu. Masan Group hiện có 687,3 triệu cổ phiếu đang lưu hành và 778,0 triệu cổ phiếu pha loãng.
- Ngoài ra, Masan Group đã có thể hạn chế chuyển nhượng một phần lớn cổ phần của các cổ đông trong 18 tháng nhằm tránh việc giá cổ phiếu biến động và giúp Masan Group thực hiện việc niêm yết ở nước ngoài.

Triển Vọng Kinh Doanh

Định hướng lợi nhuận dự phóng của Ban Điều Hành là:

- Cuối năm 2012 lợi nhuận sau thuế là 130-170 triệu đô la Mỹ sau lợi ích cổ đông thiểu số;
 - Cuối năm 2012 lợi nhuận thuần hợp nhất là 160-220 triệu đô la Mỹ trước lợi ích cổ đông thiểu số;
- Cuối năm 2013 lợi nhuận hợp nhất sau thuế là 320-390 triệu đô la Mỹ trước lợi ích cổ đông thiểu số; và
- Cuối năm 2014 lợi nhuận thuần hợp nhất là 580-650 triệu đô la Mỹ trước lợi ích cổ đông thiểu số.

Những chỉ số này chỉ dựa trên các ước tính của Ban Điều Hành, dựa trên các giả định, phương pháp và các yếu tố khác được Ban Điều Hành xem là hợp lý vào thời điểm hiện tại và có thể thay đổi mà không cần bất kì thông báo thêm từ Ban Điều Hành hoặc Masan Group.

GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

Là một trong những công ty lớn nhất trong khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam, Masan Group tập trung xây dựng các doanh nghiệp dẫn đầu thị trường dựa trên tiềm năng tiêu dùng và tài nguyên thiên nhiên của Việt Nam. Chúng tôi có nhiều thành tích trong hoạt động xây dựng, mua lại và quản lý các nền tảng hoạt động kinh doanh có quy mô lớn bao gồm Masan Consumer, Techcombank và Masan Resources. Chúng tôi cam kết duy trì vị thế của một Tập đoàn lớn mạnh thuộc khu vực kinh tế tư nhân tại Việt Nam xét về quy mô, lợi nhuận và thu nhập cho cổ đông; và là một đối tác có tiềm năng tăng trưởng cũng như nhà tuyển dụng hàng đầu ở Việt Nam.

LIÊN HỆ:

Masan Group

Danny Lê

T: +84 8 6256 3862

E: danny@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 vận hành, 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 suất trong tương lai.