



Kết quả kinh doanh 9 tháng đầu năm 2018

Tháng 10/2018



KẾT QUẢ KINH DOANH HỢP NHẤT CỦA MASAN GROUP

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

KẾT QUẢ TÀI CHÍNH TIÊU BIỂU

(Nghìn tỷ đồng)	9 tháng 2017	9 tháng 2018	% Tăng trưởng	Quý 3/2017	Quý 3/2018	% Tăng trưởng
Doanh thu	27.5	26.6	(3)%	9.4	9.2	(3)%
MCH	8.9	11.9	33%	3.4	4.4	27%
MNS	14.6	10.0	(31)%	4.6	3.3	(28)%
MSR	3.9	4.7	19%	1.4	1.4	6%
EBITDA	6.2	7.7	24%	2.5	2.6	2%
Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông ¹	1.2	3.8	212%	0.8	0.7	(1)%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông ¹	1.2	2.3	90%	0.8	0.7	(1)%
Biên EBITDA	23%	29%	6%	27%	28%	1%
Biên lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông	4%	9%	4%	8%	8%	0%
EPS (đồng/cổ phiếu)	1,051	3,601	243%	655	710	8%
EPS hoạt động kinh doanh chính ³ (đồng/cổ phiếu)	1,048	1,983	89%	655	643	(2)%
KHÔNG BAO GỒM CÁC KHOẢN THU/CHI MỘT LẦN						
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông ¹ (nếu không tính MNS)	0.7	2.2	213%	0.6	0.7	25%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông (nếu không tính thay đổi một lần về tỷ lệ sở hữu tại TCB ²)	0.9	2.3	170%	0.6	0.7	34%

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông không bao gồm lợi nhuận một lần (không phải kinh doanh chính) là 1.472 tỷ đồng từ Techcombank nhờ vào kết quả phát hành vốn cổ phần với giá cao hơn giá ghi sổ của Công ty
- Giá định tỷ lệ sở hữu của Masan tại Techcombank trong Quý 3/2017 bằng tỷ lệ sở hữu tại Quý 3/2018
- EPS hoạt động kinh doanh chính được tính bằng cách lấy Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông trong năm như đã định nghĩa tại ghi chú số 1 và chia cho tổng số cổ phiếu (bao gồm cổ phiếu quỹ)

PHÂN TÍCH

Kết quả 9 tháng đầu năm 2018

- Doanh thu MNS giảm 3% do ảnh hưởng khủng hoảng giá heo
- Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty tăng 3 lần do khoản lợi nhuận một lần đến từ việc bán cổ phần của Công ty tại Techcombank. Nếu không tính đến khoản này, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính phân bổ cho Cổ đông của Công ty tăng 90% (đạt 9% biên lợi nhuận thuần) do quản lý chi phí quản lý và bán hàng (SG&A) hiệu quả và + giảm nợ vay: tỷ lệ SG&A trên doanh thu thuần giảm 350 điểm cơ bản và chi phí lãi vay giảm 10,5%.

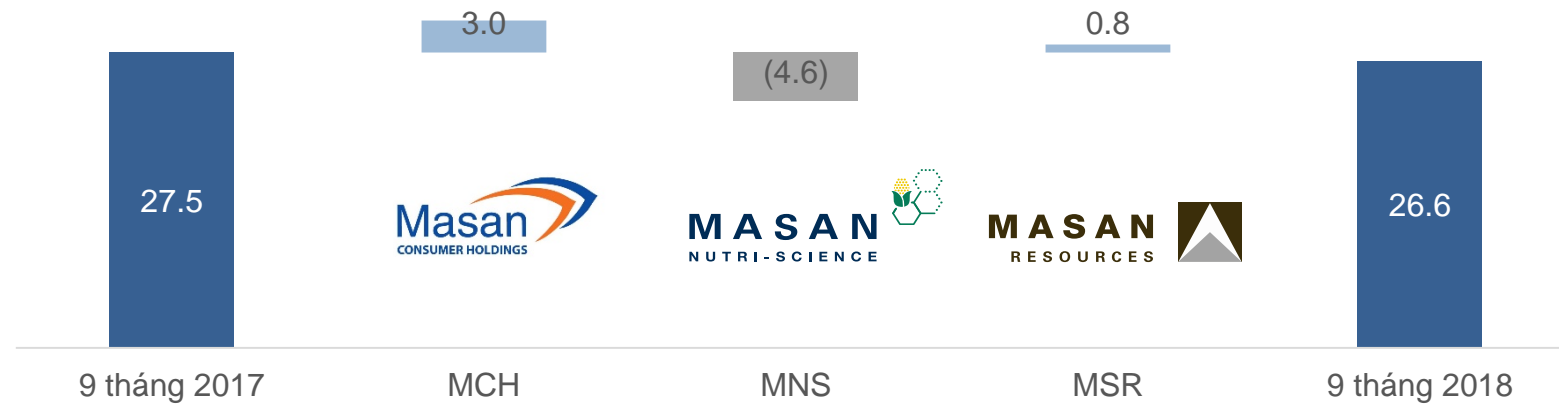
Kết quả Q3/2018

- Doanh thu thuần giảm 3% và lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty từ hoạt động kinh doanh chính giảm 1%; tuy nhiên, doanh thu MCH tăng trưởng gần 30% nhờ tung ra các sản phẩm mới và doanh thu MSR tăng trưởng 6% dù tồn kho của đồng tăng tương đương mức doanh thu là 650 tỷ đồng và dự tính sẽ bán hết tồn kho và ghi nhận doanh thu này trong Quý 4/2018
- Các lĩnh vực kinh doanh vẫn tiếp tục tăng trưởng nếu không kể đến các khoản thu/chi diễn ra một lần
 - Nếu không cộng doanh thu của MNS do ảnh hưởng khủng hoảng giá heo, doanh thu tăng hơn 20% và lợi nhuận thuần tăng 25%
 - Nếu điều chỉnh lại tỷ lệ sở hữu tại TCB², lợi nhuận thuần (bao gồm MNS) tăng trưởng trên 30%.

MCH: Tăng trưởng doanh thu + Vận hành hiệu quả giúp tăng lợi nhuận thuần

ĐỘNG LỰC THúc ĐẨY TĂNG TRƯỞNG DOANH THU

(nghìn tỷ đồng)

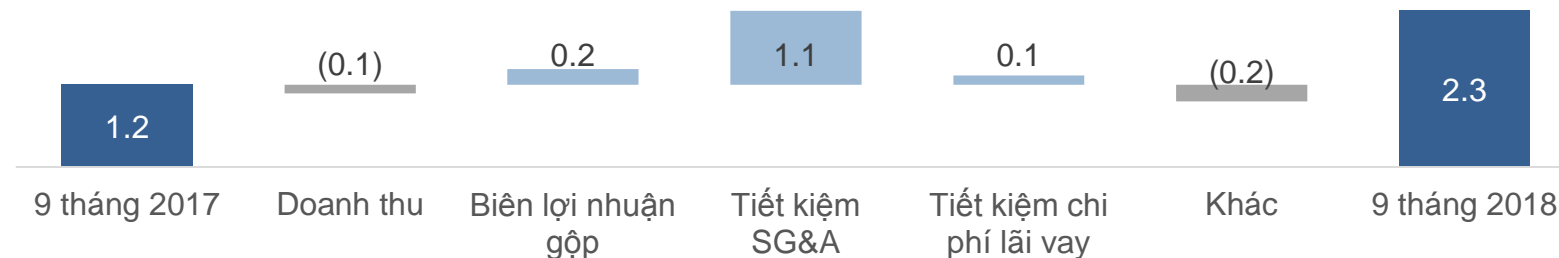


PHÂN TÍCH

- Doanh thu MCH tăng trên 30% do chiến lược “cao cấp hóa” các nhãn hiệu cốt lõi và tung ra các sản phẩm mới thành công
 - Đà tăng trưởng duy trì trên 20% trong Quý 3/2018
- MSR tiếp tục đạt kết quả kinh doanh khả quan
- Doanh thu MNS giảm trên 30% do khủng hoảng giá heo. **MNS sẽ phục hồi khi thị trường năm 2019 dự kiến sẽ tăng trưởng trên 10%**

LỢI NHUẬN THUẦN CỐT LỐI PHÂN BỔ CHO CỔ ĐÔNG TĂNG DẦN

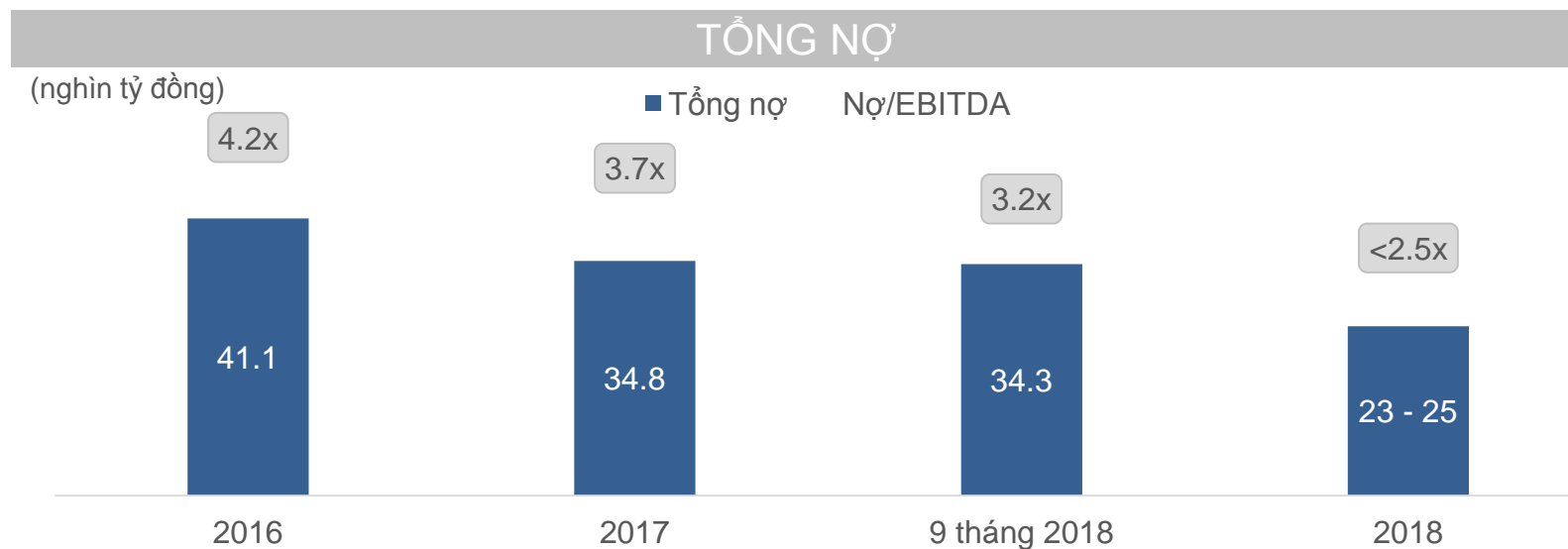
(nghìn tỷ đồng)



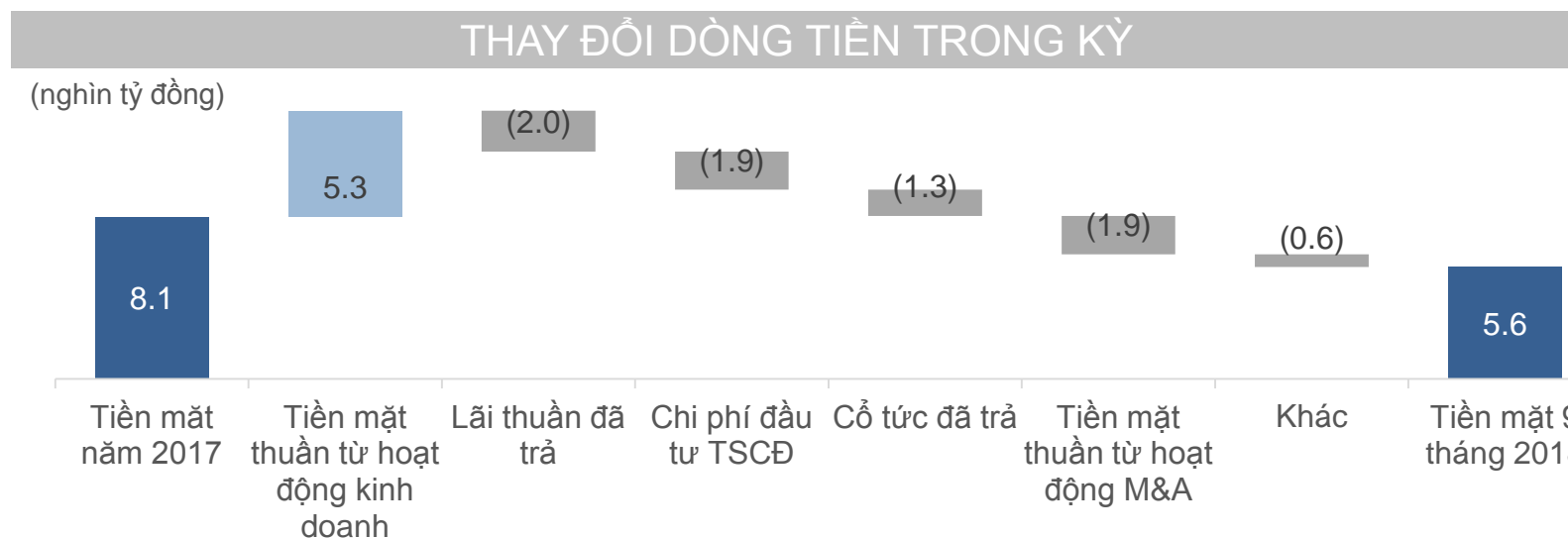
PHÂN TÍCH

- Giảm chi phí SG&A xuyên suốt các lĩnh vực kinh doanh:** Tỷ lệ chi phí SG&A hợp nhất trên doanh thu giảm 350 điểm cơ bản từ 19,6% trong 9 tháng đầu năm 2017 xuống còn 16,1% trong 9 tháng đầu năm 2018 do tăng doanh thu bán hàng + tối ưu hóa hoạt động bán hàng
- Phân bổ nguồn vốn:** Tiết kiệm 140 tỷ đồng từ việc giảm nợ vay và 90 tỷ đồng từ việc giảm cổ đông thiểu số.

Tiếp tục xây dựng cấu trúc tài chính vững mạnh



- ### PHÂN TÍCH
- **Tổng nợ sẽ giảm hơn 11.000 tỷ đồng trong Quý 4/2018**
 - Nợ/EBITDA cuối năm 2018 giảm còn dưới 2.5 lần
 - Tiết kiệm 1.000 tỷ đồng chi phí lãi vay mỗi năm sẽ được ghi nhận từ năm 2019 và tiết kiệm 200 tỷ đồng vào Quý 4/2018
 - Việc giảm đòn bẩy tài chính nằm trong chiến lược của Công ty nhằm đạt mức xếp hạng tín dụng tương đương với mức tín dụng dài hạn của Việt Nam là BB- trong 12 tháng tới



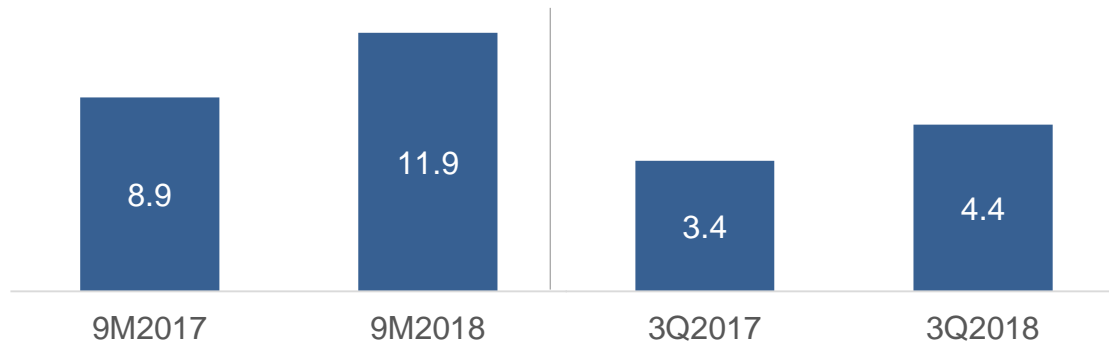
- ### PHÂN TÍCH
- **Dòng tiền hoạt động đạt 5.300 tỷ đồng**
 - **Chi phí đầu tư TSCĐ tăng 1.900 tỷ đồng** do đầu tư 800 tỷ đồng vào việc xây dựng nền tảng 3F (Từ trang trại đến bàn ăn), nâng cấp + mở rộng hoạt động của MSR và MCH với lần lượt là 800 tỷ đồng và 300 tỷ đồng

KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI TỪNG LĨNH VỰC KINH DOANH

MCH: Đà tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận duy trì trong Quý 3/2018

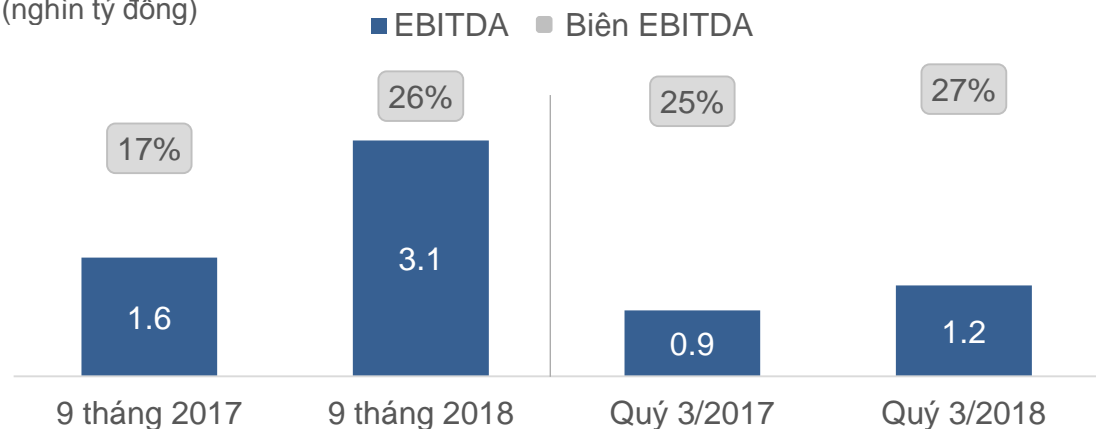
DOANH THU

(nghìn tỷ đồng)



EBITDA

(nghìn tỷ đồng)









KẾT QUẢ KINH DOANH NỔI BẬT QUÝ 3/2018

- **Doanh thu tăng 30%** do chiến lược “cao cấp hóa” mảng thực phẩm và mở rộng mảng đồ uống
 - **Hàng tồn kho tại nhà phân phối duy trì ở mức tối ưu** với mức tồn kho dưới 1 tháng
- **EBITDA tăng trưởng 40%** nhờ mô hình kinh doanh “kéo”
 - **Tối ưu Chi phí bán hàng:** tỷ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu khoảng 7% trong Quý 3/2018 so với khoảng 9% trong Quý 3/2017
 - **Tỷ lệ chi phí SG&A trên doanh thu trong Quý 4/2018 dự tính sẽ cao hơn tỷ lệ của 9 tháng 2018**, do Ban Điều hành đầu tư vào marketing để tung ra các sản phẩm mới trong Quý 4/2018 và đầu tư cho các hoạt động Tết để xây dựng nền tảng tăng trưởng cho năm 2019.

MCH: Tung ra các sản phẩm mới thành công trong lĩnh vực cốt lõi nhưng cũng cần đẩy mạnh thêm trong ngành thịt và bia

KẾT QUẢ NỔI BẬT TRONG QUÝ 3/2018 SO VỚI QUÝ 3/2017

					
<p><u>Gia vị</u> Doanh thu tăng trưởng 36% (đóng góp khoảng 40% vào doanh thu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Doanh thu sản phẩm cao cấp tăng trưởng trên 50% và đóng góp 10% doanh thu Sản lượng tăng 30% nhờ các nhãn hiệu cốt lõi – Nam Ngư, Chin-su Kênh phân phối hiện đại (MT) = kênh bán hàng chiến lược để chiến thắng tại thành thị 	<p><u>Mì ăn liền</u> Doanh thu tăng trưởng 32% (đóng góp khoảng 30% vào doanh thu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Doanh thu sản phẩm cao cấp tăng trưởng trên 60% và đóng góp 45% doanh thu Doanh thu của Mì ly Omachi tăng 3 lần so với khi tung vào Q3/2017 Tập trung giữ vững thị phần + tăng lợi nhuận trong phân khúc phổ thông và tiết kiệm 	<p><u>Đồ uống</u> Doanh thu tăng trưởng 38% (đóng góp khoảng 15% vào doanh thu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Nước tăng lực duy trì mức tăng trưởng trên 60% từ khi tung nhờ vào xây dựng thương hiệu mạnh + mở rộng hệ thống phân phối Điểm bán hàng tăng cho lĩnh vực đồ uống tăng từ 75.000 trong năm 2017 lên 130.000 hiện nay 	<p><u>Cà phê</u> Doanh thu tăng trưởng 17% (đóng góp khoảng 10% vào doanh thu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Cà phê phục hồi nhờ nhãn hiệu Vinacafé tăng trưởng 25% - được định vị là thương hiệu cao cấp Tăng cường đội ngũ R&D để đưa phát kiến sản phẩm mới nhằm duy trì mức tăng trưởng trên 15% 	<p><u>Thịt chế biến</u> Doanh thu giảm 28% (đóng góp khoảng 1% vào doanh thu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Hợp tác với Jinju Ham giúp MCH xây dựng nền tảng công nghệ cao trong phát triển sản phẩm trong ngành thịt chế biến Sản phẩm đầu tiên của cả hai công ty sẽ được tung ra vào Q4/2018 và tiếp tục phát triển các sản phẩm mới trong năm 2019. 	<p><u>Bia</u> Doanh thu giảm 22% (đóng góp khoảng 2% vào doanh thu)</p> <ul style="list-style-type: none"> Thay đổi chiến lược bán hàng – tập trung chiếm lĩnh các tỉnh thành mà thương hiệu được ưa chuộng Xây dựng kênh bán hàng tại hàng quán, xác định đây là kênh chiến lược để tiếp thị và xây dựng thương hiệu Thiết lập đội ngũ bán hàng riêng dày dặn kinh nghiệm.

CÁC PHÁT KIẾN SẢN PHẨM MỚI TRONG QUÝ 4/2018

CAO CẤP HÓA LĨNH VỰC THỰC PHẨM

- Cao cấp hóa thịt chế biến
- Nâng cấp các sản phẩm gia vị và mì ăn liền



MỞ RỘNG LĨNH VỰC ĐỒ UỐNG

- Đẩy mạnh thương hiệu nước khoáng Vivant
- Chiến lược tái tung cho cà phê Vinacafé + Nước tăng lực

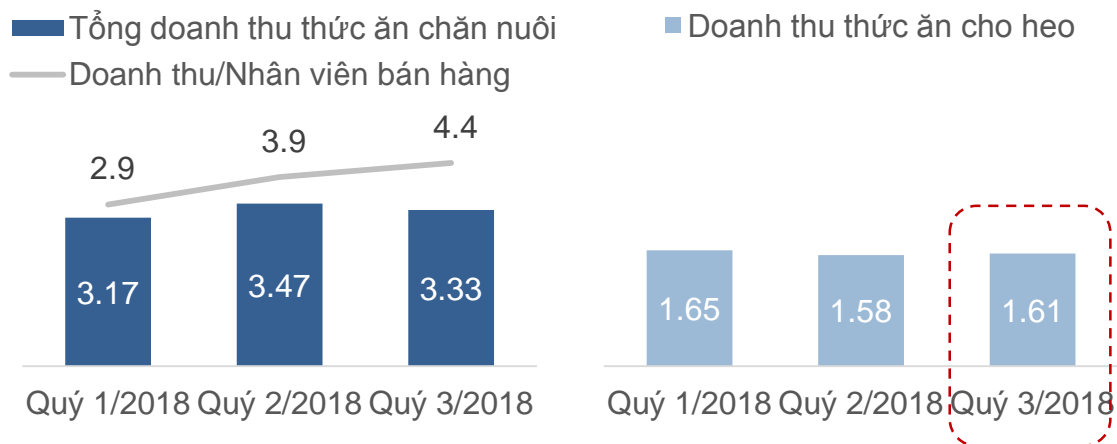


- Tăng đầu tư marketing lên khoảng 400 tỷ đồng trong Quý 4/2018 cho các đợt tung hàng mới (so với mức 740 tỷ đồng trong 9 tháng 2018)
- Các sản phẩm mới sẽ giúp duy trì mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận thuần hai chữ số trong năm 2019 và các năm tới.

MNS: Thức ăn cho heo cải thiện nhẹ trong Quý 3/2018

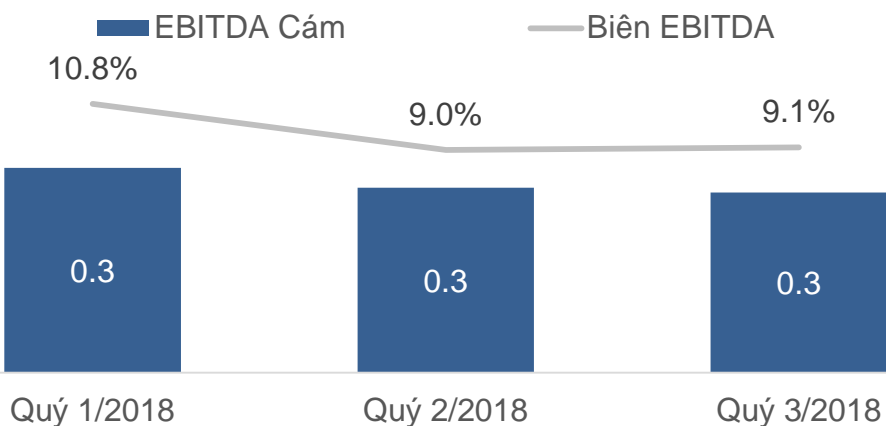
DOANH THU

(nghìn tỷ đồng)



EBITDA

(nghìn tỷ đồng)



CÁC KẾT QUẢ NỔI BẬT

- Doanh thu thức ăn cho heo cải thiện nhẹ trong Quý 3/2018 nhưng vẫn còn tới 2 quý để phục hồi hoàn toàn
- Hiệu quả vận hành giúp duy trì khả năng sinh lời với biên EBITDA đạt 9,1% trong bối cảnh khủng hoảng giá heo và giá nguyên liệu đầu vào tăng
 - Biên EBITDA giảm khoảng 2% so với Quý 1/2018 chủ yếu do giá nguyên vật liệu đầu vào tăng khoảng 9% trong 9 tháng đầu năm 2018, được bù đắp bởi
 - Hiệu quả bán hàng cải thiện: quan trọng nhất trong khủng hoảng, duy trì đội ngũ bán hàng tinh gọn và quản lý chi phí hiệu quả nhằm bảo vệ lợi nhuận. Điều này sẽ thúc đẩy biên EBITDA tăng lên hai chữ số trong năm 2019

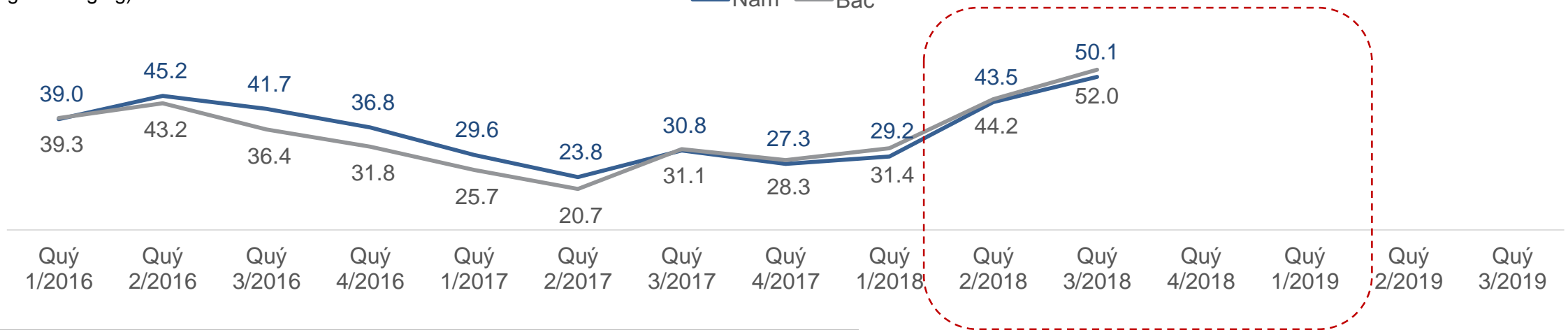


MNS: Thị trường thức ăn chăn nuôi kỳ vọng tăng trưởng trên 10% trong năm 2019

GIÁ HEO HƠI

(nghìn đồng/kg)

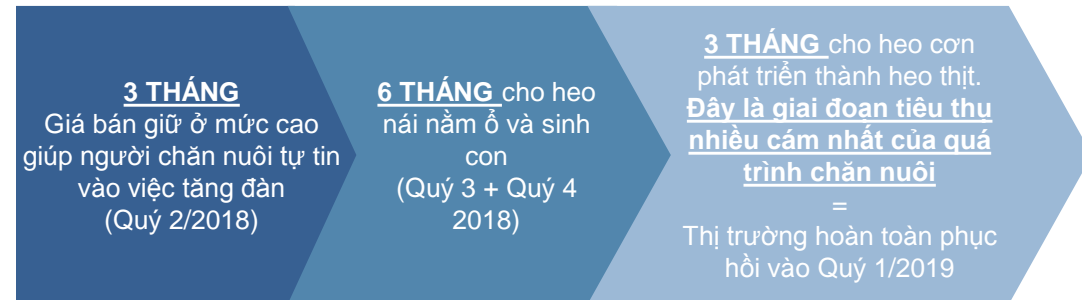
— Nam — Bắc



PHÂN TÍCH

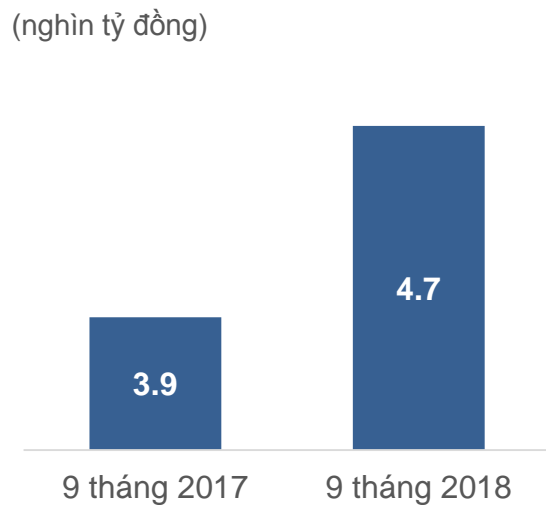
- Thị trường thức ăn chăn nuôi cần 6-9 tháng để phục hồi hoàn toàn
- Thị trường thức ăn chăn nuôi kỳ vọng hồi phục trên 10% trong năm 2019 chủ yếu đến từ các trang trại lớn
- Do đó, chiến lược để giành chiến thắng tại thị trường thức ăn chăn nuôi của chúng tôi là:
 - Tăng thị phần cả 2 hai dòng sản phẩm cao cấp và trung cấp
 - Chiếm lĩnh thị trường của các trang trại lớn với sản phẩm chuyên biệt (dự tính đóng góp 20% trong toàn bộ sản phẩm)

THỜI GIAN PHỤC HỒI CỦA THỊ TRƯỜNG THỨC ĂN CHĂN NUÔI BỊ CHẬM HƠN

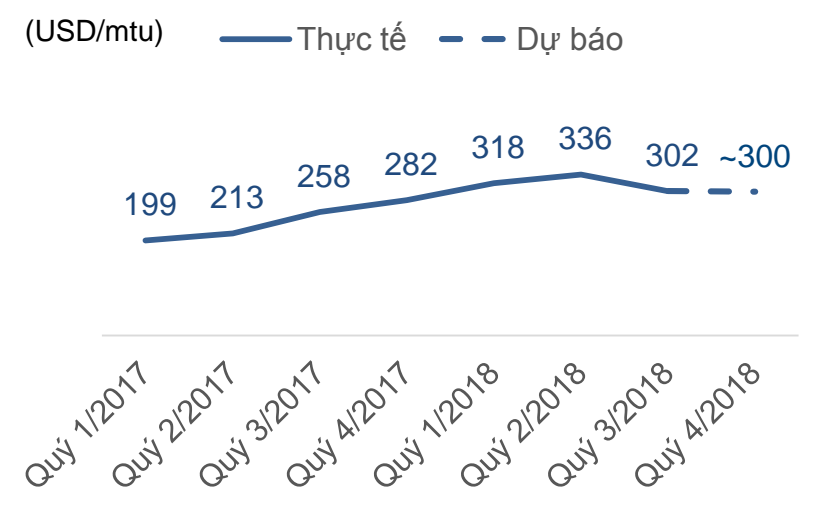


MSR: Cổ máy tạo ra dòng tiền vững mạnh

DOANH THU



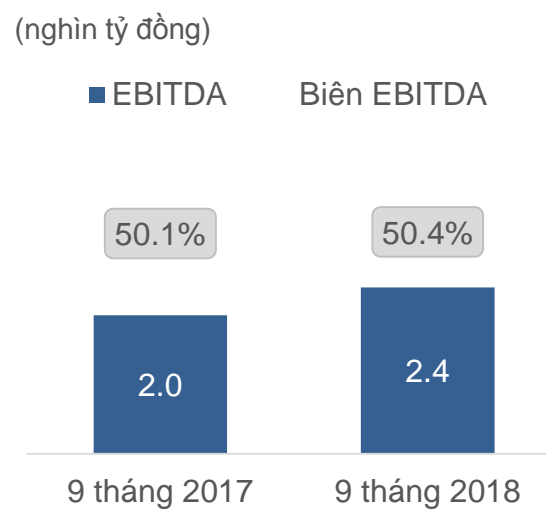
GIÁ VONFRAM



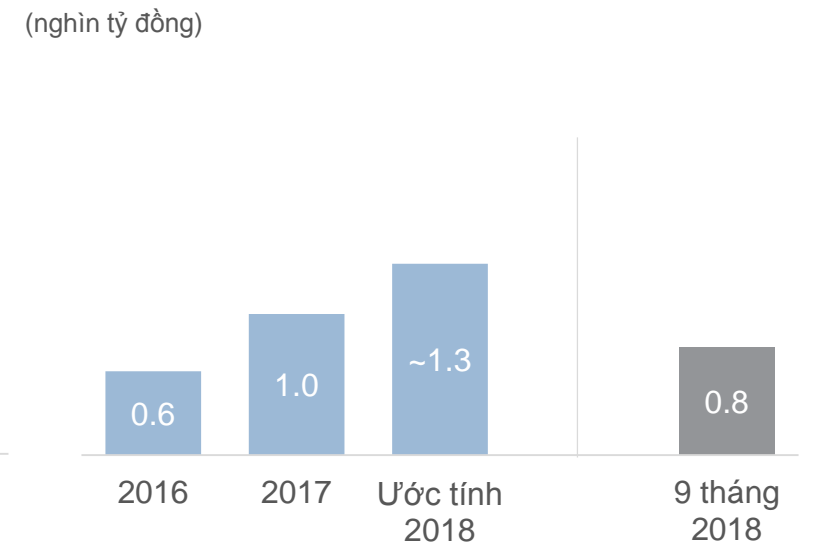
PHÂN TÍCH

- Doanh thu tăng trưởng khoảng 20%:** (i) giá vonfram tăng và (ii) giá thực bán cao hơn 6% trong 9 tháng năm 2018 so với 9 tháng năm 2017 chủ yếu do uy tín của chất lượng sản phẩm
- Dòng tiền tự do cải thiện + biên EBITDA được duy trì**
- Hiệu quả hoạt động: cải thiện tỷ lệ thu hồi =** tiến gần đến mức trên 70% trong Quý 4/2018
- Đà tăng giá vonfram có phần chững lại trong Quý 3/2018** do các yếu tố mùa vụ tại Châu Âu và sự bất ổn đến từ chiến tranh thương mại giữa Mỹ-Trung Quốc. Tuy nhiên, nhu cầu về vonfram vẫn rất lớn với nguồn cung toàn cầu rất hạn chế. Do một số mỏ vonfram ngoài Trung Quốc vừa đóng cửa, Ban Điều hành dự kiến giá vonfram sẽ tăng lên 300 USD/mtu trong Quý 4/2018.
- Xây dựng MSR trở thành nhà sản xuất hoá chất vonfram lớn nhất ngoài Trung Quốc**
 - Mua lại 49% của Liên doanh trong tháng 8/2018: kết quả tài chính cải thiện = biên lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông dự tính tăng 1% từ thời gian mua lại cho đến cuối năm 2018 hoặc 7% giả sử việc mua lại từ đầu năm
 - Công suất hoá chất vonfram tăng từ 7.500 tấn WO3 lên 12.000 tấn, là nền tảng để tăng gấp đôi thị phần.

EBITDA



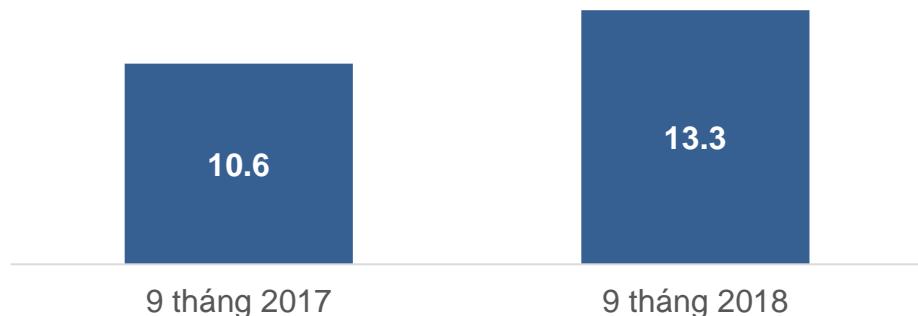
DÒNG TIỀN TỰ DO



TCB: Tiếp tục duy trì tỷ suất lợi nhuận (ROAE) hai chữ số

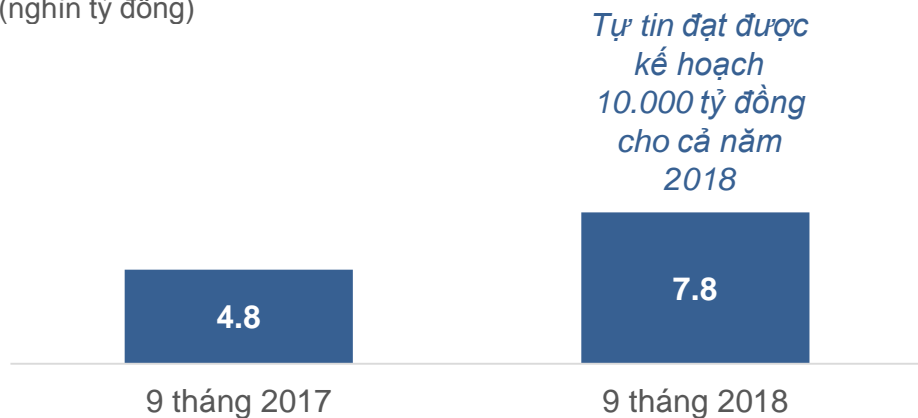
TỔNG THU NHẬP HOẠT ĐỘNG (“TOI”)

(nghìn tỷ đồng)



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

(nghìn tỷ đồng)




PHÂN TÍCH

- **TOI tăng trưởng 25%:** (i) thu nhập từ phí thuần và hoa hồng tăng 25% và (ii) thu nhập lãi thuần tăng 26%
- **Lợi nhuận trước thuế tăng trưởng trên 60%** giúp cho ROAE đạt hai chữ số 25% (bao gồm nguồn vốn mới từ việc phát hành cổ phiếu vào đầu năm)
- **Xây dựng bảng cân đối kế toán vững mạnh:**
 - Vào cuối 9 tháng 2018, TCB đạt hệ số an toàn vốn (CAR) là 14,33%, cao hơn 2,31% so với cùng kỳ năm trước nhờ vào vốn chủ sở hữu cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng tổng tài sản
 - 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.
- **Triển khai chiến lược “khách hàng là trọng tâm”:** tiếp tục cung cấp giải pháp thanh toán để đáp ứng 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 đang lưu thông.

Triển vọng cả năm 2018



Tăng trưởng doanh thu **25%**
Tăng trưởng EBITDA **50%**



Doanh thu giảm **20 - 30%**
EBITDA giảm **50%**



Tăng trưởng doanh thu **35-50%**
Tăng trưởng EBITDA **20-40%**



Duy trì Doanh thu

+

Đang trên đà đạt mục tiêu lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông Công ty từ hoạt động kinh doanh chính

3,3 – 3,4 nghìn tỷ đồng

và báo cáo lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông là

4,7 – 4,8 nghìn tỷ đồng

Tóm tắt các điểm chính

- **MCH tiếp tục duy trì đà tăng trưởng trên 20% nhờ chiến lược tung ra các sản phẩm mới thành công:** cao cấp hóa ngành thực phẩm + mở rộng ngành đồ uống. Tăng cường thêm đầu tư cho ngành thịt chế biến + bia.
- **MNS hồi phục trong năm 2019: Ngành thịt tươi sống** sẽ thúc đẩy tăng trưởng dài hạn + thị trường thức ăn chăn nuôi dự kiến **tăng trưởng trên 10%** trong năm 2019
- MSR sở hữu nền tảng công nghệ nhằm **tăng thị phần chế biến cận sâu (mid-stream) vonfram lên 2 lần**
- Tiếp tục xây dựng **nền tảng vận hành tinh gọn** thông qua việc đầu tư SG&A hiệu quả + giảm chi phí khuyến mãi
- **Có được cấu trúc tài chính vững mạnh: giảm hơn 11.000 tỷ đồng nợ vay** trong Quý 4/2018 để đạt tỷ lệ **Nợ/EBITDA dưới 2,5 lần** vào cuối năm 2018
- **TCB tiếp tục đạt ROAE trên 20%**
- **Dự kiến đạt được biên lợi nhuận thuần trên 10%** từ 2019 trở đi

Miễn trừ trách nhiệm

Tất cả các nhận định hoặc phát biểu trong phần trình bày này không phải là những dữ liệu ghi lại các sự kiện đã xảy ra, mà trong đó có bao hàm những “nhận định về tương lai”. Những nhận định này có thể có những từ ngữ như “dự đoán”, “tin tưởng”, “có thể”, “ước tính”, “dự kiến”, “dự phóng”, “kỳ vọng”, “dự định”, “kế hoạch”, “nhắm đến”, “sẽ” hoặc những từ ngữ tương tự. Tuy nhiên, đây không phải là những dấu hiệu duy nhất để xác định và nhận biết chúng. Toàn bộ các bài viết dự đoán về tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh, kế hoạch và triển vọng đều được xem là những nhận định về tương lai. Ngoài ra, chúng còn bao gồm cả những bài viết về chiến lược kinh doanh, triển vọng doanh thu và lợi nhuận (bao gồm, nhưng không giới hạn những dự phóng hoặc dự báo về tài chính hoặc hoạt động kinh doanh), dự án đã lên kế hoạch và các vấn đề khác trong tài liệu này mà không phải là những dữ kiện đã xảy ra. Những nhận định về tương lai và dự báo được trình bày trong báo cáo cũng tùy thuộc vào những rủi ro xác định và không xác định, những bất trắc nhất định và các yếu tố khác vốn có thể khiến kết quả tài chính, hiệu quả kinh doanh hoặc thành tích thực tế hoàn toàn khác biệt so với những nhận định về tương lai hoặc dự báo đó.

Những nhận định về tương lai này dựa trên niềm tin và giả định được chúng tôi xây dựng từ những thông tin có sẵn. Chúng tôi hoạt động tích cực trong lĩnh vực xây dựng, mua lại và quản lý các doanh nghiệp hàng đầu trong một số lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất của nền kinh tế Việt Nam. Triển vọng của Masan Group chủ yếu dựa trên diễn giải của chúng tôi về các yếu tố kinh tế quan trọng có ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam, đến lĩnh vực hoạt động kinh doanh và các doanh nghiệp của chúng tôi. Mặc dù chúng tôi tin rằng các giả định nền tảng của những nhận định về tương lai là hợp lý trong thời điểm hiện tại, nhưng bất kỳ giả định nào cũng đều có thể sai lệch trong thực tế khiến cho những nhận định về tương lai dựa trên giả định đó trở nên thiếu chính xác. Kết quả thực tế có thể sai biệt đáng kể so với những thông tin trong nhận định về tương lai do nhiều yếu tố, đa phần nằm ngoài tầm kiểm soát của chúng tôi. Do đó, các nhà đầu tư cần lưu ý không phụ thuộc quá nhiều vào những nhận định về tương lai được trình bày trong báo cáo này. Chúng chỉ có hiệu lực vào ngày lập báo cáo hoặc ngày tương ứng được nêu trong báo cáo, và Masan Group không có nghĩa vụ cập nhật hoặc sửa đổi công khai đối với bất kỳ nhận định nào, cho dù có xuất hiện những thông tin mới hoặc những sự kiện tương lai.