

# Masan lãi hơn 700 tỷ đồng trong quý 3, hoàn thành 130% kế hoạch lợi nhuận năm 2024

09:46 24/10/2024

Tác giả: Đang cập nhật

**Báo cáo tài chính chưa kiểm toán của CTCP Tập đoàn Masan (Masan Group, HoSE: MSN) cho biết, Masan lãi 701 tỷ đồng trong quý 3, hoàn thành 130% kế hoạch lợi nhuận năm 2024.**

Cụ thể, quý 3/2024, WinCommerce và Masan MEATLife đã đạt lợi nhuận sau thuế dương và là động lực then chốt giúp tối đa hóa giá trị cho cổ đông. Xu hướng này sẽ tăng tốc hơn nữa khi chúng tôi tiếp tục thực hiện các phát kiến chiến lược trong trung hạn.

Masan Consumer tiếp tục đà tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận hai con số và đang bước vào giai đoạn tăng tốc khi các xu hướng cao cấp hóa, đổi mới sản phẩm và tiêu dùng bên ngoài gia đình tăng lên.

"Với đà này, tôi tin rằng Masan sẽ tiến gần đến kế hoạch lợi nhuận sau thuế theo kịch bản tích cực là 2.000 tỷ đồng. Chúng tôi đã và đang tập trung kết hợp toàn bộ nền tảng tiêu dùng bán lẻ của mình, hướng đến mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận hợp nhất hai chữ số cho năm 2025."

Tiến sĩ Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch Tập đoàn Masan chia sẻ.

Trong quý 3/2024, doanh thu thuần của Masan Group đạt 21.487 tỷ đồng, tăng 6,6% so với mức 20.155 tỷ đồng trong quý 3/2023, nhờ sự tăng trưởng bền vững từ các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ giúp bù đắp lại hoạt động tái cấu trúc mảng gà trang trại của MML và hoạt động kinh doanh bị gián đoạn tạm thời của MHT.

EBITDA đạt 4.233 tỷ đồng trong quý III/2024, tăng 13,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Mức tăng đáng kể này được thúc đẩy bởi đà tăng trưởng lợi nhuận tích cực của tất cả các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ.

Lợi nhuận sau thuế sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI) đạt 701 tỷ đồng trong quý3/2024, tăng 1.349,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Kết quả tích cực này là thành quả của khả năng sinh lời mạnh mẽ xuyên suốt các mảng kinh doanh tiêu dùng bán lẻ, và 788 tỷ đồng cải thiện nhờ chi phí lãi vay ròng giảm và việc không phát sinh chi phí do biến động tỷ giá hối đoái.

Masan đã phòng ngừa rủi ro 100% khoản vay USD dài hạn kể từ đầu năm, điều này đã giúp cho Masan giữ vững được kết quả kinh doanh (P&L) trước những tác động tiêu cực của biến động tỷ giá giúp LNST sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI) tăng 511 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái. Chi phí lãi vay ròng cải thiện 277 tỷ đồng so với cùng kỳ trong quý III/2024 nhờ dòng tiền từ hoạt động kinh doanh và nguồn vốn tăng thêm trong kỳ.



*Masan lãi hơn 700 tỷ đồng trong Quý III, hoàn thành 130% kế hoạch lợi nhuận năm 2024.*

### **Tiêu dùng, bán lẻ duy trì đà tăng trưởng tích cực cả doanh thu và lợi nhuận**

Masan Consumer Corporation (UpCOM: MCH) đạt mức tăng trưởng doanh thu 10,4% so với cùng kỳ trong quý 3/2024, đạt 7.987 tỷ đồng. Con số tích cực này được đóng góp bởi chiến lược cao cấp hóa được triển khai trong ngành hàng Thực phẩm tiện lợi và gia vị giúp đạt tăng trưởng lần lượt 11% và 6,7% so với cùng kỳ; và hoạt động đổi mới trong ngành hàng đồ uống và chăm sóc gia

đình & cá nhân giúp đạt tăng trưởng lần lượt 18,8% và 12,4% so với cùng kỳ.

MCH tiếp tục duy trì biên lợi nhuận gộp ở mức cao là 46,8%, cao hơn 20 điểm cơ bản so với quý III/2023 nhờ triển khai chiến lược cao cấp hóa trong ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi thông qua việc kết hợp các sản phẩm có biên lợi nhuận cao và chiến lược giá phù hợp tại các danh mục sản phẩm phụ quan trọng, trong khi chi phí vật liệu và bao bì tăng.

MCH có chiến lược giảm các hoạt động xúc tiến thương mại để đầu tư vào các hoạt động có tỷ suất hoàn vốn (ROI) cao hơn như phát triển kênh mới và tiếp thị xây dựng thương hiệu, giúp tối ưu hóa chi phí hoạt động trên doanh thu thêm 70 điểm cơ bản. Theo đó, biên lợi nhuận sau thuế (LNST) sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI margin) ghi nhận 25,9%, tăng 90 điểm cơ bản so với cùng kỳ năm ngoái. Hàng tồn kho tại các nhà phân phối duy trì ở mức ổn định là 14 ngày.

WinCommerce (“WCM”) ghi nhận doanh thu tăng trưởng 9,1% so với cùng kỳ năm ngoái trong quý 3/2024, đạt 8.603 tỷ đồng trên toàn mạng lưới, được đóng góp chủ yếu bởi các mô hình cửa hàng mới WIN (phục vụ người mua sắm ở thành thị) và WinMart+ Rural (phục vụ cho người mua sắm ở nông thôn), đạt mức tăng trưởng LFL so với cùng kỳ lần lượt là 12,5% và 11,5%.

Tính đến tháng 9 năm 2024, WCM vận hành 3.733 cửa hàng WCM, mở rộng thêm 60 cửa hàng mới kể từ quý 2/2024. Công tác mở cửa hàng mới đã và đang được đẩy mạnh trở lại. Tăng trưởng LFL tiếp tục được cải thiện, các mô hình cửa hàng mới với giá trị khác biệt và vượt trội cho khách hàng giúp WCM linh hoạt hơn trong việc lựa chọn địa điểm mở cửa hàng.

Các siêu thị WinMart đạt lợi nhuận hoạt động (EBIT) dương trong khi tăng trưởng doanh thu không thay đổi, chủ yếu nhờ tỷ lệ hao hụt được cải thiện. Masan MEATLife (“MML”) ghi nhận mức tăng EBIT 43 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái và tăng 105 tỷ đồng so với cùng kỳ cho LNST trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) trong quý 3/2024. Đây là quý thứ ba liên tiếp MML báo cáo EBIT dương và quý đầu tiên đạt NPAT Pre-MI dương (20 tỷ đồng) kể từ năm 2023. Kết quả tích cực này được thúc đẩy bởi doanh số mảng thịt chế biến tăng lên đồng thời được hưởng lợi từ giá thị trường thịt gà và thịt lợn cao hơn.

Trong quý 3/2024, doanh thu mảng thịt bao gồm thịt lợn tươi, thịt gà và thịt chế biến tăng 13,6% so với cùng kỳ trong khi doanh thu mảng trang trại giảm 28,2% so với cùng kỳ trong quý 3/2024 do MML triển khai chiến lược tái cấu trúc mảng gà trang trại và tập trung hơn vào chuỗi giá trị ở hạ nguồn. Nhờ đó, doanh thu của MML tăng nhẹ 1,7% so với cùng kỳ lên 1.936 tỷ đồng trong quý 3/2024.

MML tiếp tục sứ mệnh cách mạng hóa thị trường thịt chế biến đang phát triển của Việt Nam bằng các sản phẩm thơm ngon, tốt cho sức khỏe, chất lượng cao, với hai thương hiệu mạnh là Ponnice và Heo Cao Bồi. Hai thương hiệu này đã đạt được ~50% thị phần trong thị trường sản phẩm xúc xích tiệt trùng.

Việc triển khai những đổi mới sản phẩm giúp đóng góp 130 tỷ đồng, là động lực chính cho mức tăng trưởng 19,4% so với cùng kỳ trong quý 3/2024 của mảng thịt chế biến. Theo đó, trọng tâm chiến lược là đa dạng hóa các sản phẩm để mở rộng cơ hội tiêu dùng.

Việc sử dụng thịt lợn để làm thịt chế biến đã tăng từ 5,8% trong quý 3/2023 lên 7,4% trong quý 3/2024, phù hợp với chiến lược của MML nhằm tăng biên lợi nhuận gộp chung và tăng cường phát triển liên kết theo chiều dọc.

Việc tái cấu trúc mảng trang trại là nỗ lực của doanh nghiệp nhằm giảm thiểu rủi ro trong thị trường trang trại đầy biến động, đồng thời duy trì mảng này ở quy mô phù hợp để đảm bảo nguồn cung nguyên liệu thô không bị gián đoạn cho nhu cầu sản xuất thịt trong nước.

Doanh thu thuần của Phúc Long Heritage (“PLH”) tăng 12,8% so với cùng kỳ năm ngoái lên 425 tỷ đồng trong quý 3/2024, chủ yếu nhờ đóng góp từ 21 cửa hàng mới ngoài WCM được mở trong cùng quý. PLH hiện vận hành 174 cửa hàng trên toàn quốc. Doanh thu LFL hàng ngày của các cửa hàng PLH ngoài WCM duy trì mức tăng trưởng ổn định trong, tăng 2% so với quý 2/2024.

#### **Quý 4 tiến gần đến kế hoạch lợi nhuận tích cực của năm 2024**

Đạt 2.726 tỷ đồng LNST trước phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Pre-MI) và 1.308 tỷ đồng LNST sau phân bổ cổ đông thiểu số (NPAT Post-MI) trong 9 tháng năm 2024, MSN đã hoàn thành 130,8% kế hoạch LNST kịch bản cơ sở được cổ đông phê duyệt vào đầu năm. Ban lãnh đạo sẽ tiếp tục cải thiện kết quả kinh doanh trong quý 4/2024 với kỳ vọng tiến gần đến kế hoạch lợi nhuận tích cực của năm 2024.

Trọng tâm quý 4, tiếp tục tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận với trọng tâm là mảng kinh doanh

tiêu dùng bán lẻ cốt lõi. Masan sẽ tối ưu hóa chương trình Hội viên WIN để tạo ra giá trị cho doanh nghiệp và các thương hiệu đối tác của Masan; giảm nợ hơn nữa để cải thiện bảng cân đối kế toán và giảm chi phí tài chính; giảm sở hữu ở các lĩnh vực kinh doanh ngoài ngành trong khi vẫn duy trì chiến lược phân bổ vốn chặt chẽ.

Với mảng hàng tiêu dùng của MCH sẽ đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng doanh thu trong quý 4/2024 bằng cách tiếp tục thực hiện chiến lược cao cấp hóa các ngành hàng gia vị và thực phẩm tiên lợi, thực hiện các đổi mới trong ngành hàng đồ uống, chăm sóc gia đình & cá nhân và cà phê hòa tan, đồng thời tinh giản các SKU hoạt động kém hiệu quả để tối ưu hóa lợi nhuận.

Bán lẻ WCM tiếp tục đạt LNST dương, đẩy mạnh tăng trưởng LFL đồng thời tăng tốc độ mở cửa hàng để đạt ~100 cửa hàng mở mới mỗi quý. WCM sẽ tiếp tục củng cố vị thế ở khu vực nông thôn với mô hình WinMart+ Rural đã chứng minh thành công.

Mảng thịt của MML đầu tư thêm vào nguồn lợi nhuận dài hạn từ mảng thịt chế biến để đạt được lợi nhuận bền vững. Chuối trà và cà phê Phúc Long thuộc PLH tập trung cải thiện tăng trưởng LFL và tích hợp vào chương trình hội viên WIN để tối ưu hóa biên lợi nhuận. Cuối cùng, MHT hoàn tất thương vụ bán HCS để giảm đòn bẩy tài chính, bán lượng đồng tồn kho, tối ưu hóa chi phí và cải thiện hiệu quả hoạt động.

**Bảo Châu**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/public/index.php/masan-lai-hon-700-ty-dong-trong-quy-iii-hoan-thanh-130-ke-hoach-loi-nhuan-nam-2024>