

Doanh thu hợp nhất Masan Group tăng gấp đôi trong Quý 1/2020

17:31 29/04/2020



Chiến lược cao cấp hóa và đô thị hóa của MCH tăng tốc với doanh số tăng trưởng 75% tại kênh bán lẻ hiện đại

Doanh thu thuần của MCH đạt mức tăng trưởng 22,4% vào Quý 1/2020, được thúc đẩy bởi tăng trưởng 59,7% của ngành hàng thực phẩm tiện lợi và tăng trưởng gấp 3 lần của ngành hàng thịt chế biến. Chiến lược cao cấp hóa và đô thị hóa của MCH tăng tốc với doanh số tăng trưởng 75% tại kênh bán lẻ hiện đại (MT).

Doanh thu Quý 1/2020 của VCM lần lượt tăng trưởng 40,3% so với Quý 1/2019 và 17,0% so với Quý 4/2019.

Mảng kinh doanh thịt của Masan MEATLife tiếp tục mở rộng quy mô, đạt doanh thu thuần 453 tỷ đồng vào Quý 1/2020, tăng trưởng 85% so với Quý 4/2019.

Doanh thu thuần của Masan Resources sụt giảm 10,4% do giá khoáng sản tiếp tục ở mức thấp vì tác động của đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, MSR kỳ vọng có thể bán đồng tồn kho từ Quý 2/2020 trở đi để thúc đẩy tăng trưởng doanh thu và tạo ra dòng tiền mặt tốt hơn.

Chủ tịch Tập đoàn Masan Group, ông Nguyễn Đăng Quang chia sẻ: “Thật sự, tôi đã không nghĩ rằng VinCommerce có thể chuyển đổi nhanh như vậy. Mức lỗ của VinCommerce trong Quý 1/2020 đã giảm một nửa và doanh thu tăng trưởng 40% so với Quý 1/2019. Nhiều ý kiến cho rằng đây chỉ là kết quả ngắn hạn do tác động của Covid-19, nhưng tôi tin rằng khó khăn và thách thức luôn là động lực để kích hoạt sự đổi mới. Covid-19 khiến lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam chuyển đổi cấu trúc nhanh chóng hơn theo hướng bán lẻ hiện đại để phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới và tốc độ của quá trình này sẽ ngoài sức tưởng tượng của chúng ta.

Với quy mô hoạt động và mối quan hệ hợp tác mật thiết với hàng trăm ngàn điểm bán lẻ truyền thống trên cả nước, Masan cùng các đối tác sẽ thúc đẩy xu hướng bán lẻ hiện đại nhằm mang đến những lợi ích tốt nhất và trải nghiệm vượt trội cho người tiêu dùng. Tôi muốn gửi lời cảm ơn đến đội ngũ lãnh đạo và toàn thể nhân viên Masan, đặc biệt là đội ngũ VinCommerce – những người đã tạo nên kỳ tích này.”

Trong kết quả hoạt động kinh doanh của Masan quý I/2020, có một điểm đáng chú ý là thương vụ mua cổ phần chi phối tại Bột giặt Net (NETCO) và tích hợp thành công vào thành viên Masan Consumer Holdings của Tập đoàn.

Điều này tạo cơ sở cho Masan thực hiện bước tiếp theo trong nửa cuối năm 2020 là tung ra các sản phẩm tiềm năng khác trong ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình. Trước mắt, Masan tận dụng các điểm bán của VinCommerce để đưa thương hiệu và sản phẩm của NETCO đến gần hơn với người tiêu dùng trên toàn quốc.

Ngành hàng Thực phẩm tiện lợi và Thịt chế biến đang được Masan tập trung vào chiến lược cao cấp hóa danh mục hiện có, đồng thời chú trọng xây dựng các giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh. Ban điều hành dự đoán người tiêu dùng sẽ ngày càng chuyển sang sử dụng thực phẩm đóng gói, chế biến sẵn thay vì ăn tại hàng quán sau dịch Covid-19.

PV