

Đối diện với thách thức từ vĩ mô, Masan vẫn tăng trưởng và kinh doanh hiệu quả nhờ những sáng kiến

17:56 28/07/2023

Kết thúc nửa đầu năm 2023, Masan tiếp tục đà tăng trưởng vững bền, doanh thu thuần đạt 37.315 tỷ đồng tăng 3,6% so với cùng kỳ.

Ngày 28/7/2023, tại TP.HCM, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan công bố báo cáo tài chính chưa kiểm toán của nửa đầu năm 2023.

“Đáp ứng vận nhu cầu của người tiêu dùng luôn là kim chỉ nam cho các hành động của chúng tôi. Người tiêu dùng bắt đầu nhìn nhận và tưởng thưởng cho chúng tôi vì những phát kiến luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm như: Chương trình hội viên, các mô hình bán lẻ, sản phẩm FMCG. Tôi tin chắc rằng, những “cơn gió thuận chiều” của nửa cuối năm nay sẽ là nền tảng vững chắc, mang lại những tăng trưởng đột phá cho năm 2024.”- Tiến sĩ Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch Tập đoàn Masan chia sẻ.



Masan công bố báo cáo tài chính chưa kiểm toán nửa đầu năm 2023 - The CrownX tăng trưởng 8% doanh thu và 32% EBITDA so với cùng kỳ. Ảnh: Masan

Điểm nhấn vĩ mô

Quý 2 năm 2023, thách thức từ điều kiện kinh tế vĩ mô tác động tiêu cực đến niềm tin của cả người tiêu dùng và doanh nghiệp. Mặc dù tăng trưởng GDP Việt Nam đạt mức 4,1%, tăng nhẹ từ mức 3,3% của quý trước đó, mức tăng này còn khiêm tốn so với mục tiêu tăng trưởng 6,5% của Chính phủ đề ra cho cả năm 2023. Chính vì thế, tâm lý chung của cả doanh nghiệp và người tiêu dùng vẫn thận trọng trong 6 tháng đầu năm 2023.

Có tới 82,3% doanh nghiệp tham gia khảo sát dự kiến kết quả hoạt động kinh doanh suy giảm trong nửa cuối 2023; chỉ số niềm tin của người tiêu dùng đạt mức thấp nhất trong 12 tháng qua. Hệ quả là hầu hết các doanh nghiệp FMCG và bán lẻ tại Việt Nam đều có kết quả kinh doanh giảm so với cùng kỳ năm ngoái.



Masan Consumer đạt tăng trưởng doanh thu ấn tượng so với cùng kỳ.

Ảnh: Masan

Cụ thể, doanh thu của TCX ghi nhận 26.835 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2023 và 13.535 tỷ đồng trong quý 2 năm 2023, lần lượt tăng 3,1% và 7,6% so với cùng kỳ. EBITDA của TCX đạt 3.507 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2023 và 1.976 tỷ đồng trong quý 2 năm 2023, lần lượt tăng 10,3% và 28,3% so với cùng kỳ năm ngoái.

Điểm nhấn kết quả kinh doanh



Mặc dù tâm lý người tiêu dùng suy yếu ảnh hưởng đến năng suất bán hàng, doanh thu của WCM ghi nhận mức tăng trưởng 1,5% so với cùng kỳ trong nửa đầu năm 2023 và 2,5% so với cùng kỳ trong quý 2 năm 2023 trong khi lợi nhuận được bảo vệ phần lớn.

Doanh thu thuần của WCM đạt 14.517 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2023 và 7.182 tỷ đồng trong quý 2 năm 2023, tăng lần lượt 1,5% và 2,5% so với cùng kỳ năm ngoái. WCM đã mở thêm 152 cửa hàng WinMart+ và 2 siêu thị WinMart mới trong 6 tháng đầu năm 2023, nâng tổng số điểm bán lên 3.511 địa điểm trên toàn quốc cho cả siêu thị mini và siêu thị.



WCM tiếp tục cải thiện biên lợi nhuận gộp lên 24,8% trong quý 2 năm 2023, tăng 270 điểm cơ bản so với biên nhuận gộp 22,1% trong quý 1 năm 2023. Do đó, biên EBITDA của WCM tăng 120 điểm cơ bản lên 2,2% trong quý 2 năm 2023, từ mức 1% trong quý 1 năm 2023. Đáng chú ý, trong tháng 6 năm 2023, biên EBITDA của WCM đạt 3,6%, cho thấy khả năng sinh lời cải thiện liên tục và mạnh mẽ bất chấp việc gia tăng mở cửa hàng và nhu cầu của người tiêu dùng yếu hơn.

106 cửa hàng WIN, nơi người tiêu dùng thành thị có thể tiếp cận 60% nhu cầu tiêu dùng hàng ngày, đã đạt mức tăng trưởng doanh số bán hàng 4% so với cùng kỳ năm ngoái. Điều này là minh chứng cho hiệu quả của mô hình siêu thị mini tại khu vực thành thị.

MCH đạt mức trưởng doanh thu ấn tượng so với cùng kỳ 11,6% trong nửa đầu năm 2023, và 21,7% trong quý 2 năm 2023 trên cơ sở LFL và mang lại mức tăng biên lợi nhuận gộp bền vững lên 43,5% trong 6 tháng đầu năm 2023.



Doanh thu thuần của MCH ghi nhận mức tăng trưởng 4,7% lên 12.940 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2023 so với cùng kỳ. Song song với đó, tăng trưởng quý 2 năm 2023 đạt mức 13,0% lên 6.675 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái. Trên cơ sở LFL, so với cùng kỳ, doanh thu thuần trong nửa đầu 2023 tăng 11,6% và 21,7% trong quý 2 năm 2023.

Các ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, và sản phẩm chăm sóc cá nhân, gia đình (HPC) ghi nhận mức tăng trưởng lần lượt là 21,3%, 7,8%, và 52,1% trong 6

tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ. Trong quý 2 năm 2023, các ngành hàng này ghi nhận tốc độ tăng trưởng doanh thu lần lượt là 29,8%, 24,6%, và 73,6% so với cùng kỳ.

Biên lợi nhuận gộp của MCH liên tục mở rộng và đạt 45,0% trong quý 2 năm 2023, tăng 530 điểm cơ bản từ mức 39,7% trong quý 2 năm 2022. Biên EBITDA của MCH đã tăng lên 25,0% trong quý 2 năm 2023, tăng ~150 điểm cơ bản từ 23,5% của quý 2 năm 2022.

Doanh thu MML tăng lên 3.303 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2023, tăng 70,2% từ mức 1.941 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2022. Trên cơ sở LFL, doanh thu tăng 22,2% trong nửa đầu năm 2023 nhờ doanh số cao hơn trên tất cả các phân khúc sản phẩm của MML.



Các cửa hàng PLH bên ngoài chuỗi cửa hàng/siêu thị WCM có doanh thu tăng trưởng khả quan.

Đối với thịt chế biến, doanh thu tăng 45,5% lên 1.108 tỷ đồng trong nửa đầu năm 2023 do sản lượng tăng mạnh. MML đã thu hẹp khoảng cách giá với chợ truyền thống thông qua chương trình giá độc quyền cho hội WIN đối với sản phẩm thịt có thương hiệu. Doanh thu hàng ngày của các sản phẩm MML trong chuỗi siêu thị/cửa hàng WCM đã tăng 30% lên 1,55 triệu đồng vào tháng 6 năm 2023 nhờ doanh số tăng.

Kết thúc nửa đầu năm 2023, Masan tiếp tục đà tăng trưởng vững bền, doanh thu thuần đạt 37.315 tỷ đồng tăng 3,6% so với cùng kỳ.

