TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Masan Consumer ghi nhận doanh thu 6 tháng đạt 15.637 tỷ đồng

14:41 28/07/2026

CTCP Hàng tiêu dùng Masan (Masan Consumer, mã MCH - sàn HOSE) ghi nhận doanh thu 7.165 tỷ đồng trong quý II, luỹ kế nửa đầu năm 2026 đạt 15.637 tỷ đồng.



Masan Consumer ghi nhận doanh thu 6 tháng đạt 15.637 tỷ đồng, tăng 13,6% so với cùng kỳ.

Masan Consumer tiếp tục duy trì đà tăng trưởng lợi nhuận khi lợi nhuận sau thuế công ty mẹ quý II đạt 1.471,44 tỷ đồng, tăng 11%. Lũy kế 6 tháng, doanh nghiệp thu về 3.249 tỷ đồng, tăng 11,6% so với cùng kỳ năm ngoái.

Đại diện doanh nghiệp cho biết, kết quả này phản ánh hiệu quả từ chiến lược phát triển bán lẻ, gia tăng sức cạnh tranh của thương hiệu và đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh.

Đối với trụ cột đầu tiên, nền tảng bán lẻ, từ độ phủ đến chiều sâu, riêng trong quý II, kênh bán lẻ truyền thống (GT) tăng trưởng 10,6% so với cùng kỳ, nối tiếp đà phục hồi được thiết lập trong quý I/2026 khi các chỉ số vận hành của Retail Supreme tiếp tục cải thiện:

Masan Consumer đang chuyển trọng tâm chiến lược từ mở rộng độ phủ sang nâng cao hiệu quả tại từng điểm bán. Doanh nghiệp tập trung tinh gọn lực lượng bán hàng, tối ưu hoạt động trưng bày và đưa các sản phẩm mới đến khoảng 30.000 điểm bán có lưu lượng khách lớn, qua đó cải thiện doanh thu trên mỗi điểm bán và biến Retail Supreme thành động lực tăng trưởng cho các thương hiệu chủ lực cũng như những ngành hàng còn nhiều dư địa phát triển.

Bên cạnh đó, kênh bán lẻ hiện đại và HORECA (nhà hàng, khách sạn và dịch vụ ăn uống) ghi nhận mức tăng trưởng lần lượt 28,9% và 29,7%, trong khi doanh thu từ thương mại điện tử tăng mạnh 202,3% nhờ quy mô kênh tiếp tục mở rộng.

Trụ cột thứ hai, nền tảng thương hiệu, củng cố sức hút với người tiêu dùng. Trong đó, kết quả các ngành hàng phản ánh ba đòn bẩy tăng trưởng: cao cấp hóa, gia tăng thị phần và động lực tăng trưởng mới.

Đối với cao cấp hoá, CHIN-SU ghi nhận doanh thu tăng 27% so với cùng kỳ nhờ tăng trưởng sản lượng hai chữ số; Omachi tăng trưởng 17,8% so với cùng kỳ nhờ sản lượng tăng trưởng ở mức trung bình một chữ số và đóng góp phần lớn doanh thu tăng thêm của ngành hàng. Thị phần giá trị của Omachi tăng 1,3% trong nửa đầu năm 2026.

Gia tăng thị phần, Nam Ngư đang lấy lại thị phần đã mất trong giai đoạn gián đoạn kênh GT năm 2025, giữ vai trò trụ cột tăng trưởng của ngành hàng Gia vị trong quý; Kokomi tăng 0,3% thị phần giá trị trong nửa đầu năm 2026 dù phân khúc mì phổ thông suy giảm, giữ vững nền tảng ngành hàng trong khi phân khúc cao cấp dẫn dắt tăng trưởng; Đồ uống đóng chai tăng trưởng trở lại 17,8% so với cùng kỳ nhờ sản lượng tăng cao một chữ số,một phần nhờ nền thấp của năm 2025 và nhu cầu tiếp tục cải thiện.

Với động lực tăng trưởng mới, Ngành hàng hóa mỹ phẩm (HPC) tiếp tục dẫn đầu tất cả các ngành hàng với mức tăng trưởng 32,5% so với cùng kỳ, chủ yếu nhờ tăng trưởng sản lượng; Kinh doanh quốc tế duy trì mức tăng trưởng 24,0% so với cùng kỳ tại các thị trường trọng điểm gồm Đông Nam Á, Liên minh châu Âu, Mỹ và Nhật Bản.

Thứ ba, trụ cột nền tảng số hoá thúc đẩy hiệu quả vận hành.

Bên cạnh tính hiệu tích cực trong kinh doanh, Masan Consumer tạo ra khoảng 2.000 tỷ đồng dòng tiền tự do trong 6 tháng đầu năm, nhờ khả năng sinh lời cao từ các thương hiệu mạnh, nhu cầu đầu tư vốn thấp và quản lý vốn lưu động chặt chẽ. Trong đó, riêng trong giai đoạn 2023 - 2025, MCH đã chi trả khoảng 32 nghìn tỷ đồng (~1,3 tỷ USD) cổ tức tiền mặt cho cổ đông, thuộc nhóm doanh nghiệp niêm yết có mức chi trả cổ tức cao nhất Việt Nam.

Mới đây, cổ phiếu MCH được thêm vào rổ chỉ số VN30 trong kỳ đánh giá tháng 7/2026, hiệu lực từ đầu tháng 8/2026.

Về cổ phiếu, tính tới 10h ngày 28/7, cổ phiếu MCH đã tăng 300 đồng lên 137.800 đồng/cổ phiếu.

Hà Trần *(t/h)*