TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

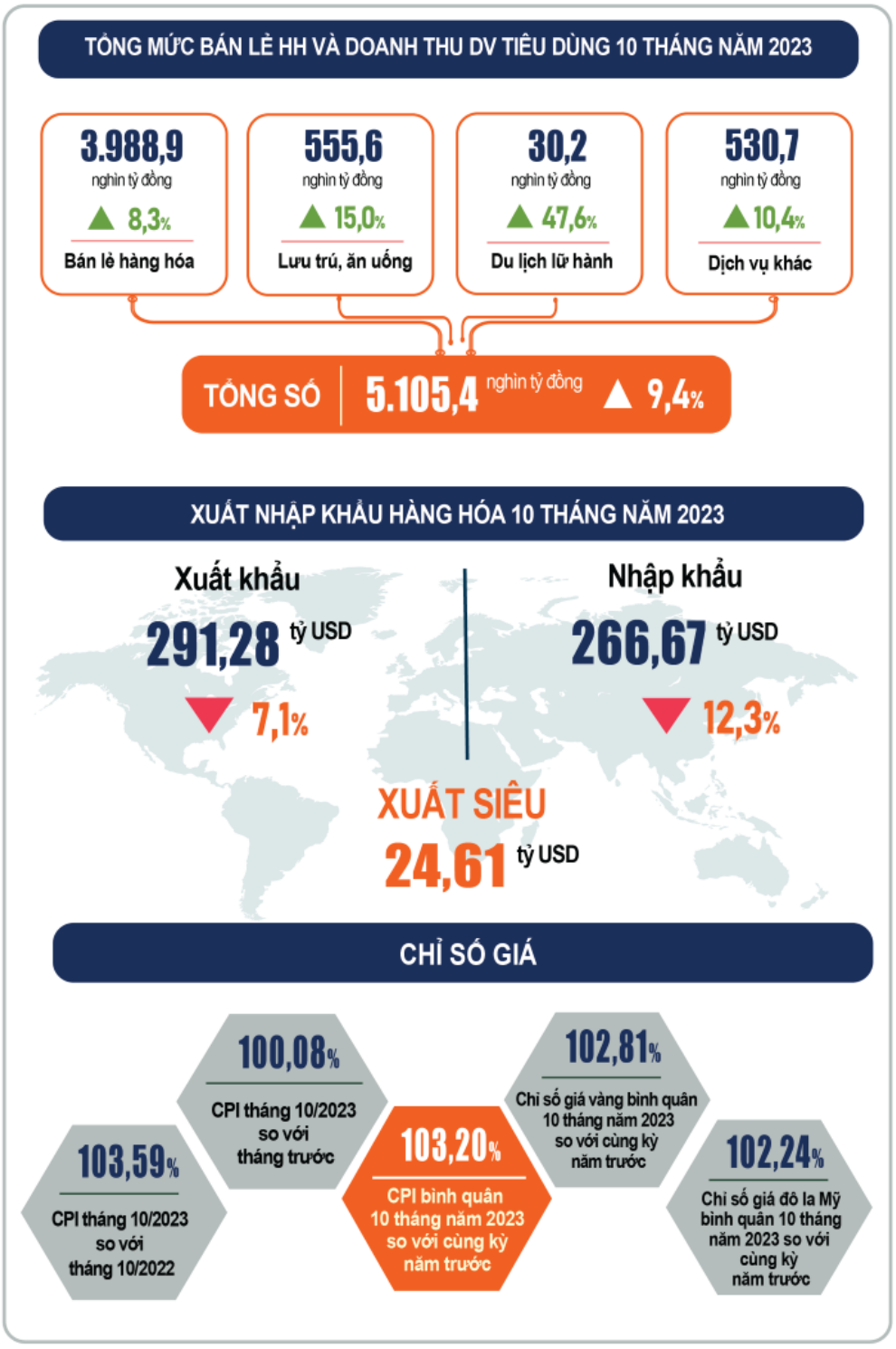
Masan Consumer tăng trưởng bứt phá trong bối cảnh thách thức của vĩ mô

14:25 15/11/2023

Hơn ¾ chặng đường 2023 đã qua với nhiều thách thức từ vĩ mô trong và ngoài nước kéo theo hệ quả là nhu cầu tiêu dùng trong nước suy yếu. Trong bối cảnh đó, ngành bán lẻ hàng tiêu dùng thiết yếu tại Việt Nam vẫn vững vàng, đón nhận nhiều tin tích cực. Đơn cử như Masan Consumer (Công ty thành viên của Tập đoàn Masan) vẫn đạt được chỉ số kinh doanh ấn tượng.

Góp phần vào đà phục hồi của ngành bán lẻ

Theo cập nhật từ Tổng cục Thống kê, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng 10 ước đạt 536,3 nghìn tỷ đồng, tăng 1,5% so với tháng trước và tăng 7% so với cùng kỳ năm trước do nhu cầu tiêu dùng các vật phẩm văn hóa, giáo dục, đồ dùng gia đình tăng khá cao và dịch vụ lưu trú, ăn uống, du lịch lữ hành tiếp tục duy trì xu hướng tích cực. Tính chung 10 tháng năm 2023, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng theo giá hiện hành ước đạt 5.105,4 nghìn tỷ đồng, tăng 9,4% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2022 tăng 20,8%), nếu loại trừ yếu tố giá tăng 6,9% (cùng kỳ năm 2022 tăng 16,7%).



Tổng mức bán lẻ hàng hóa tháng 10

Đóng góp vào sự tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hóa, theo báo cáo tài chính MSN, quý 3/2023 tiếp tục là 1 quý bùng nổ của Masan Consumer. Công ty đã đạt mức tăng trưởng doanh thu ấn tượng 10,5% trong 9 tháng đầu năm 2023, và 8,7% trong quý 3 năm 2023 so với cùng kỳ.

Riêng trong quý 3/2023, biên lợi nhuận gộp ghi nhận mức cao nhất trong lịch sử là 45,6% giúp thúc đẩy biên EBITDA lên mức 26%. Đây là thành quả của việc Masan Consumer sở hữu các thương hiệu mạnh, chiến lược phân bổ hợp lý sản phẩm có tỷ suất lợi nhuận cao, khả năng tối ưu chi phí nguyên vật liệu, và các kế hoạch dựa trên cung & cầu sản phẩm hợp lý.

Masan Consumer ghi nhận tăng trưởng hầu hết tại các ngành hàng, đặc biệt là các ngành hàng gia vị, sản phẩm chăm sóc cá nhân, gia đình (HPC), và thực phẩm tiện lợi ghi nhận mức tăng trưởng lần lượt là 21%, 8,3%, và 39,4% trong 9 tháng đầu năm 2023 so với cùng kỳ.



Khu vực rau củ rất phong phú tại siêu thị WinMart

Thương hiệu mạnh phủ sóng thị trường trong và ngoài nước

Trong Đại hội đồng Cổ đông tháng 4/2023, ông Trương Công Thắng - Tổng Giám đốc Masan Consumer cho biết, mục tiêu của Masan trong 5 năm tới (2023-2027) là đạt doanh thu từ 80.000-100.000 tỷ đồng, trong đó 85% từ nội địa và 15% xuất khẩu.

Trong lộ trình lâu dài đưa ẩm thực Việt Nam ra với thế giới Masan Consumer sẽ theo đuổi các tiêu chuẩn cao nhất về vệ sinh an toàn thực phẩm, sức khỏe người tiêu dùng. "Nếu một công ty có thể đưa thực phẩm Việt Nam ra ngoài thế giới thì chúng ta có thể làm điều đó tốt nhất", ông Trương Công Thắng tự tin

nói.

Theo ghi nhận, Masan Consumer hiện đang đẩy mạnh chiến lược “Go Global - mang thương hiệu Việt Nam ra thế giới”, hướng đến hai mục tiêu quan trọng. Một là năm 2027, đóng góp 15% doanh số đến từ hoạt động kinh doanh quốc tế. Hai là phát triển Chin-Su - thương hiệu gia vị hàng đầu Việt Nam, trở thành thương hiệu quốc tế mang gia vị Việt ra thế giới.

Trong một năm tập trung cho chiến lược "Go Global", thương hiệu Chin-Su của đơn vị này đã đạt được những kết quả tích cực. Tháng 3/2023, trong lần ra mắt tại Foodex Japan, bộ gia vị Chin-Su ngay lập tức chiếm “spotlight” và thu hút thực khách xứ sở hoa anh đào. Chỉ hơn 1 tháng kể từ sự kiện, bộ gia vị đã chính thức lên kệ các siêu thị Nhật và nhận được sự chào đón nhiệt tình của người dân cùng những đánh giá cao từ các chuyên gia ẩm thực. Sau Nhật Bản, tháng 5/2023, “cơn bão” mang tên gia vị Chin-Su cũng tiếp tục “càn quét” Seoul Food và được người dân Hàn Quốc hết lời khen ngợi.



Masan Consumer tham gia hội chợ xuất khẩu TP.HCM

Đối với thị trường nội địa, mới đây, Masan Consumer đã “trình làng” lẩu tự sôi bắp bò riêu cua Omachi. Song song với đó, doanh nghiệp này còn bắt tay với Phở Thìn Bờ Hồ - hàng phở gia truyền có tuổi đời gần 70 năm, phát triển dòng sản phẩm ăn liền mới mang tên Phở Story. Lần đầu tiên trên thị trường, một thương hiệu tiêu dùng hàng đầu kết hợp với một hàng phở gia truyền để ra mắt sản phẩm tiện lợi mới.

Việc liên tục ra mắt thành công sản phẩm mới tại thị trường nội địa cũng như quốc tế không chỉ đánh dấu một bước tiến mới của Masan Consumer, mà còn góp phần khẳng định vị thế hương vị Việt Nam trên bản đồ ẩm thực thế giới. Ngoài ra, cùng với những tích cực từ vĩ mô giúp cho tâm lý tiêu dùng tích cực hơn trong thời gian tới, đơn vị này sẽ tăng tốc mạnh mẽ hơn nữa, bứt phá các mục tiêu đề ra trong năm 2023 và xa hơn nữa là năm 2024, 2025.

Thái Sơn