

## Quý I: Masan Consumer đạt lợi nhuận 780 tỷ đồng

15:48 24/04/2018

Ngày 24/4, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (HNX-UpCoM: MCH, Masan) đã công bố kết quả kinh doanh cho quý I/2018 với mức tăng khoảng 6,5 lần, nhờ doanh thu và biên lợi nhuận tăng cao.



Cụ thể, Masan Consumer đạt lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông của công ty là 780 tỷ đồng trong quý I. Trong đó, doanh thu thuần của MCH tăng trưởng 74,9% lên 3.496 tỷ đồng trong quý I so với mức 1.999 tỷ đồng trong quý I/2017. Mức tăng trưởng này đến từ phân khúc cao cấp và áp dụng các phát kiến cho các sản phẩm mới trong ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và thịt chế biến.

Hàng tồn kho được duy trì ở mức tối ưu là 2-3 tuần, bằng cuối năm 2017. Ngoài ra, MCH đã giảm bớt các chi phí khuyến mãi và đầu tư trọng tâm vào marketing để xây dựng các thương hiệu mạnh. Kết quả là EBITDA tăng 347,0% lên 1.005

tỷ đồng trong quý I so với 225 tỷ đồng trong quý I/2017. Bằng việc đầu tư trọng tâm vào marketing, MCH hiện trở thành một trong ba công ty quảng cáo lớn và hiệu quả nhất Việt Nam.

Tăng trưởng ngành hàng gia vị đến từ sự phục hồi của những nhãn hiệu trụ cột và việc tạo ra thị hiếu tiêu dùng trong phân khúc cao cấp cùng các phát kiến mới được tung ra trong 2017. Đơn cử như doanh thu thuần của ngành hàng gia vị trong quý I tăng trưởng 104,8% lên 1.565 tỷ đồng. Trong đó, nhãn hiệu Nam Ngư và Chin-su tiếp tục đóng góp vào tăng trưởng doanh thu, tăng trưởng sản lượng và đóng góp 74% tăng trưởng. Đáng chú ý là người tiêu dùng đang bắt đầu chuyển sang sử dụng các sản phẩm cao cấp hơn, được thể hiện qua tăng trưởng 323% nước mắm Chin-su so với mức tăng trưởng 78% của nước mắm Nam Ngư.

Doanh thu từ nước tương Chin-su (tăng 136%) tăng nhanh hơn Tam Thái Tử (tăng 29%). Ngoài ra, sản phẩm nước mắm cao cấp mới như “Nam Ngư Phú Quốc”, “Nam Ngư Nhãn Vàng” và “Chin-su Mặn Mà” đã giúp cho thị phần nước mắm của công ty tăng thêm được 1,5% trong quý I so với quý I/2017.

Doanh thu ngành hàng thực phẩm tiện lợi cũng tăng 63,7% lên 976 tỷ đồng trong quý I so với 596 tỷ đồng trong quý I/2017. Mức tăng trưởng trở lại này đến từ doanh thu bán hàng của Omachi, “Mì ly Omachi với cây thịt thật”. Việc tung sản phẩm mới phục vụ giới trẻ và thâm nhập vào ngành “mì nấu” sẽ là những động lực mới giúp thúc đẩy tăng trưởng, kỳ vọng doanh thu thực phẩm tiện lợi sẽ đạt khoảng 4.500 tỷ đồng trong năm 2018.

Đà tăng trưởng của xúc xích “Heo Cao Bồi”, một trong những ngành hàng tăng trưởng nhanh nhất của MCH. Sau giai đoạn tăng trưởng khoảng 6 lần trong năm 2017, doanh thu ngành hàng này được kỳ vọng sẽ tăng gấp đôi trong năm 2018. Sản phẩm xúc xích tiết trùng cao cấp dự kiến sẽ tung vào nửa đầu năm 2018 sẽ tiếp tục khẳng định vị thế của nhãn hiệu trong ngành hàng và giúp mở rộng danh mục sản phẩm snack từ thịt. Ngoài ra, công ty liên doanh mới với đối tác từ Hàn Quốc vào quý II sẽ tiếp tục đẩy mạnh tăng trưởng bằng việc áp dụng các công nghệ mới từ đối tác. Dự kiến doanh thu từ thịt chế biến sẽ tăng lên hơn 500 tỷ đồng trong 2018.

Ngành hàng cà phê của MCH (không bao gồm Wake-Up 247 do thuộc lĩnh vực đồ uống) ghi nhận doanh thu 298 tỷ đồng trong quý I, tăng 79,5% so với 166 tỷ đồng trong quý I/2017.

Ngoài ra, doanh thu thuần của lĩnh vực đồ uống đạt 514 tỷ đồng trong quý I, tăng 41,7% so với quý I/2017, chủ yếu đến từ tăng trưởng doanh thu 75,7% của

nước tăng lực lên 358 tỷ đồng trong quý I so với 204 tỷ đồng trong quý I/2017. Tăng trưởng của nước tăng lực đến từ việc mở rộng hệ thống phân phối toàn quốc và thương hiệu mạnh Wake-Up 247. Nhãn hiệu nước tăng lực mới “Compact” được tung vào tháng 4/2018 sẽ góp phần thúc đẩy tăng trưởng thị phần trong ngành hàng tăng trưởng nhanh này. Nhìn chung, lĩnh vực đồ uống kỳ vọng sẽ- đem lại doanh thu 3.000 tỷ đồng trong 2018...

**PV**