

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Masan Group đạt doanh thu và lợi nhuận kỷ lục trong Quý 1/2016; Thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với VISSAN tạo nên chuỗi cung ứng đậm động vật hàng đầu để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016 – Công ty cổ phần Tập đoàn Masan (**HOSE: MSN**, “Masan” hoặc “Công ty”), một trong những Tập đoàn kinh tế tư nhân hàng đầu Việt Nam tập trung hoạt động trong lĩnh vực hàng tiêu dùng, vừa công bố kết quả kinh doanh cho Quý 1 năm 2016:

- **Doanh thu tăng gần 2,5 lần so với cùng kỳ năm trước:** Masan báo cáo doanh thu thuần Quý 1/2016 đạt 8.769 tỷ đồng, tăng 144,6% so với Quý 1/2015, trong đó Masan Nutri-Science (“MNS”) đóng góp 5.183 tỷ đồng vào kết quả hợp nhất. Kết quả kinh doanh trong mảng thực phẩm và đồ uống ổn định do kỳ nghỉ Tết đến sớm trong khi mảng kinh doanh bia đạt tốc độ tăng trưởng doanh thu thuần 163,7% so với Quý 1/2015. Masan Resources (“MSR”) đạt doanh thu thuần 806 tỷ đồng, ngang với năm ngoái, do giá vonfram thấp nhưng được bù đắp nhờ sản lượng kỷ lục trong giai đoạn này.
- **EBITDA (Lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao) kỷ lục, tăng 75,5%:** Masan báo cáo EBITDA đạt 1.632 tỷ đồng trong Quý 1/ 2016, tăng 75,5% so với cùng kỳ năm trước.
 - Biên lợi nhuận EBITDA của MNS tăng 185 điểm cơ bản, xác nhận việc Masan tập trung xây dựng thương hiệu đổi mới thông qua dòng sản phẩm Bio-zeem và chú trọng vào chuỗi giá trị thịt heo là đúng đắn.
 - Mảng kinh doanh bia của Masan Brewery tiếp tục mở rộng quy mô, lần đầu tiên đạt được EBITDA dương. Tuy nhiên, EBITDA tổng thể của mảng thực phẩm và đồ uống giảm do gia tăng các khoản đầu tư vào quảng cáo các sản phẩm mới được tung ra.
 - Masan Resources đạt tăng trưởng EBITDA 31,3%, nhờ vào sự gia tăng dần quy mô sản xuất của nhà máy chế biến hóa chất vonfram mới khánh thành và năng suất vận hành cao hơn.
- **Lợi nhuận thuần pro forma tăng 3,7 lần:** Lợi nhuận thuần pro forma, sau khi cộng lại khoản phân bổ lợi thế thương mại, đạt 584 tỷ trong Quý 1/2016, tăng 272,6% so với Quý 1/2015. Lợi nhuận thuần báo cáo (theo chuẩn kế toán Việt Nam), sau khi hạch toán khoản 190 tỷ đồng phân bổ lợi thế thương mại phát sinh từ các thương vụ M&A trong quá khứ, đạt 393 tỷ đồng trong Quý 1/2016, báo hiệu triển vọng tăng trưởng lợi nhuận tích cực trong toàn hệ thống Masan.
- **Lượng tiền mặt cao để hỗ trợ tăng trưởng trong mảng kinh doanh hàng tiêu dùng:** Vào ngày 31/3/2016, tiền mặt, tương đương tiền mặt và tài sản sinh lãi của Masan đạt tổng cộng 12.588 tỷ. Nếu tính khoản tiền mặt 450 triệu đô la Mỹ mà Singha chuẩn bị tiếp tục đầu tư vốn cổ phần vào mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Masan, thì lượng tiền mặt hợp nhất sẽ tăng lên 1,01 tỷ đô la Mỹ. Vị thế tiền mặt này còn được gia tăng thêm khoảng 400-450 triệu đô la Mỹ từ EBITDA trong năm nay.

Kết quả tài chính hợp nhất Quý 1/2016 của Masan⁽¹⁾

Tỷ VNĐ	Q1/2016	Q1/2015	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	8,769	3,584	144.6%
<i>Ngành hàng thực phẩm và đồ uống</i>	2,780	2,772	0.3%
<i>Chuỗi giá trị đậm động vật</i>	5,183	-	-
<i>Khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng⁽²⁾</i>	806	813	(0.8%)
EBITDA	1,632	930	75.5%
<i>Ngành hàng thực phẩm và đồ uống</i>	417	530	(21.3%)
<i>Chuỗi giá trị đậm động vật</i>	674	-	-
<i>Khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng</i>	449	342	31.3%
Lợi nhuận thuần (Pro forma) ⁽³⁾	584	157	272.6%
Lợi nhuận thuần (Chuẩn kế toán Việt Nam)	393	57	585.6%

⁽¹⁾ Các số liệu tài chính được dựa theo số liệu của Ban Giám đốc.

⁽²⁾ Theo báo cáo là 821 tỷ đồng trong Quý 1/2015, đã được điều chỉnh giảm theo Thông tư 200.

⁽³⁾ Số liệu pro forma, cho mỗi kỳ báo cáo và kỳ so sánh tương ứng, được tính toán bằng cách loại bỏ tác động của các khoản phân bổ lợi thế thương mại, tài sản hữu hình và tài sản vô hình phát sinh từ các thương vụ M&A của Tập đoàn trong quá khứ. Trong Quý 1/2016, chỉ riêng chi phí phân bổ lợi thế thương mại trước lợi ích cổ đông thiểu số đạt 190 tỷ đồng.

Masan tái xác nhận sự tự tin vào kế hoạch 2016 được phê chuẩn bởi Đại hội đồng Cổ đông Thường niên

- Tại Đại hội đồng Cổ đông Thường niên ngày 1/4/2016, các cổ đông của Masan Group đã thông qua mục tiêu doanh thu thuần kỷ lục 2 tỉ đô la Mỹ cho năm 2016, cao hơn khoảng 40% so với doanh thu thuần năm 2015.
- Dự báo tăng trưởng doanh thu 2016 gồm tăng trưởng 20% từ mảng kinh doanh đậm động vật, tăng trưởng 50% doanh thu từ mảng tài nguyên khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng, và tăng trưởng 15-20% từ mảng thực phẩm và đồ uống, chưa tính đến tiềm năng tăng trưởng từ quan hệ đối tác chiến lược với Singha.
- Ngoài triển vọng lợi nhuận được cải thiện trong tất cả các mảng kinh doanh cốt lõi, công ty liên kết của Masan là ngân hàng Techcombank có kế hoạch tăng trưởng hơn 70% lợi nhuận trước thuế, mang lại thêm nguồn lợi nhuận trong năm 2016.

Tỷ đồng	2015A	Kế hoạch 2016		Tăng trưởng (%)	
		Thấp	Cao	Thấp	Cao
Doanh thu thuần	30.628	42.000	45.000	37%	47%
Lợi nhuận thuần (Chuẩn kế toán Việt Nam) ⁽⁴⁾	1.478	1.900	2.000	29%	35%

⁽⁴⁾ Lợi nhuận thuần (chuẩn kế toán Việt Nam) là số liệu sau khi trừ đi lợi ích cổ đông thiểu số. Tuy nhiên, lợi nhuận thuần pro forma sẽ cao hơn đáng kể so với lợi nhuận thuần báo cáo. Số liệu pro forma được tính toán bằng cách loại trừ tác động của các sự kiện chỉ diễn ra một lần và của các khoản phân bổ lợi thế thương mại, tài sản hữu hình và tài sản vô hình phát sinh từ các thương vụ M&A của Tập đoàn trong quá khứ, và loại bỏ sự đóng góp từ các công ty đã bán đi trước kỳ báo cáo này. Trong năm 2016, chỉ riêng chi phí phân bổ lợi thế thương mại trước lợi ích cổ đông thiểu số đạt 750 tỷ đồng.

Phân tích hoạt động kinh doanh

Mảng kinh doanh đậm động vật: Xây dựng thương hiệu và phát triển mới, “mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng nhanh FMCG”, tiếp tục thúc đẩy kết quả mạnh mẽ trong Quý 1/2016

- Từ khi thành lập vào tháng 4/2015, MNS đã triển khai mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng nhanh FMCG vào mảng kinh doanh đậm động vật. Các trọng tâm then chốt bao gồm Nghiên cứu và phát triển sản phẩm, phát triển ra sản phẩm mới và xây dựng thương hiệu mạnh đầu tiên trên thị trường “Bio-zeem”. MNS tiếp tục đạt được sự tăng trưởng mạnh mẽ trong Quý 1/2016, đặc biệt là các sản phẩm thức ăn chăn nuôi heo nhờ dòng sản phẩm Bio-zeem. Ngoài ra, MNS tiếp tục hiện thực hóa các tiềm năng kết hợp và nâng cao hiệu quả hoạt động thông qua tích hợp các hoạt động kinh doanh của Proconco và Anco.
- **Kết quả tài chính nổi bật trong Quý 1/2016:** Tổng doanh thu thuần của Proconco và ANCO đạt 5.183 tỷ đồng trong Quý 1/2016, tăng 9,1% so với cùng kỳ năm trước.
 - **Xây dựng thương hiệu mạnh:** danh mục sản phẩm mạnh của MNS đạt mức tăng trưởng doanh số 21% trong Quý 1/2016 so với cùng kỳ năm ngoái, nhờ sự ra mắt thành công của dòng sản phẩm “Bio-zeem”.
 - **Tập trung vào thức ăn chăn nuôi heo:** doanh số thức ăn chăn nuôi heo trong Quý 1/2016 tăng 50% so với Quý 1/2015, giúp cải thiện biên lợi nhuận gộp do thức ăn chăn nuôi heo là ngành hàng có biên lợi nhuận gộp cao nhất trong ngành. Trong năm 2016, doanh số thức ăn chăn nuôi heo dự báo sẽ tăng trưởng trên 60%.
- **Biên lợi nhuận gia tăng:** Ngoài việc tận dụng các tiềm năng kết hợp giữa các nền tảng kinh doanh của Masan, việc tập trung mạnh hơn vào các sản phẩm thức ăn chăn nuôi có biên lợi nhuận cao hơn đã dẫn đến sự cải thiện đáng kể trong các chỉ số lợi nhuận.
 - **Biên lợi nhuận gộp tăng 292 điểm cơ bản:** Biên lợi nhuận gộp trong Quý 1/2016 của MNS tăng 292 điểm cơ bản lên mức 20,3% so với 17,4% trong Quý 1/2015. Lợi nhuận gộp trong Quý 1/2016 đạt 1.054 tỷ đồng, tăng 27,3% so với Quý 1/2015. Dự kiến, hơn 60% doanh thu trong năm 2016 sẽ đến từ các sản phẩm thức ăn cho heo, so với 54% trong năm 2015, giúp cải thiện hơn nữa biên lợi nhuận gộp.
 - **Biên lợi nhuận EBITDA tăng 185 điểm cơ bản:** EBITDA trong Quý 1/2016 đạt 674 tỷ đồng, tăng 27,1% so với năm trước, do lợi nhuận gộp được cải thiện và năng suất hoạt động cao hơn. Biên lợi nhuận EBITDA trong Quý 1/2016 đạt 13,0% so với 11,2% trong Quý 1/2015.
 - **Biên lợi nhuận thuần tăng 182 điểm cơ bản:** Lợi nhuận thuần đạt lên 560 tỷ đồng tăng 31,1% so với cùng kỳ năm trước, với biên lợi nhuận sau thuế tăng lên 10,8% so với 9,0%.
- Trong năm 2016, MNS sẽ tiếp tục đưa ra các phát triển mới và tạo ra những sản phẩm hiệu quả cho nông dân để nâng cao năng suất dựa trên các thương hiệu mạnh. Với công suất dự kiến tăng hơn 30% trong năm 2016, MNS đã chuẩn bị kỹ lưỡng để đạt mức tăng trưởng hơn 20% trong cả doanh thu và lợi nhuận.
- **MNS trở thành đối tác chiến lược của Công ty TNHH MTV Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản (VISSAN) để thiết lập nền tảng cung ứng đậm động vật tích hợp hàng đầu nhằm phục vụ người tiêu dùng Việt Nam tốt hơn:**
 - Thông qua quá trình đấu giá dành cho nhà đầu tư chiến lược trong tháng 3/2016, ANCO đã giành được quyền mua lại 14% cổ phần của VISSAN, công ty sở hữu thương hiệu thịt và các sản phẩm từ thịt lớn nhất Việt Nam, với doanh thu thuần năm 2015 đạt 3.775 tỷ đồng. Quan hệ hợp tác với Vissan phù hợp và nhất quán với sứ mệnh và chiến lược của Masan, và là một bước quan trọng để thay đổi toàn diện và thúc đẩy sự phát triển của ngành cung ứng đậm động vật Việt Nam thông qua hoạt động phát

triển thương hiệu, hệ thống phân phối và áp dụng các phương pháp quản lý tốt nhất trong ngành.

- **Các thông số giao dịch:** Tỷ lệ sở hữu 14% cổ phần của VISSAN được mua lại với giá 126.000 đồng mỗi cổ phiếu, để tiếp cận vị thế dẫn đầu, sức mạnh thương hiệu và mô hình kênh phân phối hiện đại hàng đầu của Vissan trong ngành hàng thịt trị giá 18 tỷ USD của Việt Nam. Xét về chuỗi giá trị tổng thể (thức ăn chăn nuôi, sự tham gia mẫn chắn nuôi heo sắp tới, và sản phẩm thịt có thương hiệu) chi phí đầu tư của Masan để phát triển nền tảng 3F (Feed – Farm – Food) hàng đầu Việt Nam tương đương với mức định giá 12 lần lợi nhuận, một mức hợp lý dành cho nền tảng hàng tiêu dùng, cơ hội tăng trưởng cao và cơ hội nâng cao lợi nhuận. Quan trọng hơn, giao dịch này cho phép MNS phục vụ trực tiếp người tiêu dùng theo “mô hình kinh doanh B2C (doanh nghiệp phục vụ người tiêu dùng)”.

Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống: tiến hành những bước đầu tiên để phục vụ tốt hơn cho 250 triệu người tiêu dùng trên thị trường Inland ASEAN

- **Cập nhật chiến lược thị trường Inland ASEAN:** Năm 2016 đánh dấu một cột mốc quan trọng cho mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống khi Masan mong muốn mở rộng thị trường ra nước ngoài và phục vụ tốt hơn cho 250 triệu người tiêu dùng trên thị trường Inland ASEAN bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào.
 - Thông qua đối tác chiến lược Singha, công ty đồ uống hàng đầu Thái Lan đang tăng trưởng nhanh trong mảng kinh doanh thực phẩm, Masan có thể ngay lập tức tiếp cận thị trường Thái Lan, thị trường giàu nhất và đông dân thứ hai trong khu vực Inland ASEAN, nơi Masan chuẩn bị ra mắt thử nghiệm sản phẩm nước mắm.
- **Doanh thu và lợi nhuận:** Chiến lược của Masan trong mảng thực phẩm và đồ uống có nhãn hiệu đã bắt đầu mang lại kết quả, thể hiện ở lực cầu mạnh trong Quý 4/2015. Doanh thu thuần trong Quý 1/2016 ổn định do kỳ nghỉ Tết 2016 đến sớm.
 - Mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Masan báo cáo doanh thu hợp nhất trong Quý 1/2016 đạt 2,780 tỷ đồng. Tết đến sớm khiến công ty mất đi doanh thu một tuần trong quý này.
 - Đối với Masan Consumer, biên lợi nhuận gộp trong Quý 1/2016 là 42%, nhờ ngành hàng thực phẩm tiện lợi đạt được biên lợi nhuận gộp kỷ lục trong Quý 1/2016.
 - Trong khi Masan Consumer tiếp tục đạt được biên lợi nhuận EBITDA cao ở mức hai con số, chỉ số này ở mảng kinh doanh bia cũng được cải thiện đáng kể với biên lợi nhuận EBITDA nằm ở mức trung bình một con số, giúp mảng kinh doanh bia lần đầu tiên có lợi nhuận.
 - Lợi nhuận thuần báo cáo của Masan Consumer đạt 314 tỷ đồng trong Quý 1/2016, do thu nhập tài chính thuần thấp hơn và đầu tư nhiều hơn vào marketing, đặc biệt là cho ngành hàng cà phê.
- **Triển vọng 2016:** Đối với năm tài chính 2016, mảng thực phẩm và đồ uống dự kiến sẽ đạt tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ hai con số nhờ các sản phẩm mới và hệ thống phân phối rộng hơn.
 - Cổ đông của Masan Consumer đã phê chuẩn mục tiêu doanh thu thuần năm 2016 từ 14.500 tỷ đồng đến 15.500 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng trưởng 10%-17%.
 - Đối với năm 2016, ngành hàng gia vị dự kiến sẽ tạo ra tốc độ tăng trưởng một chữ số trung bình nhờ các sản phẩm mới ra mắt trong ngành hàng nước chấm, trong khi ngành hàng thực phẩm tiện lợi dự kiến sẽ đạt tốc độ tăng trưởng một con số ở mức cao nhờ sự ra mắt của các nhãn hàng mới ở phân khúc phổ thông.

- Ngành hàng đồ uống không còn được dự báo sẽ tăng trưởng gần 20% trong năm 2016 sau thương vụ mua lại Công ty Nước khoáng Quảng Ninh, mặc dù kỳ vọng dành cho Vinacafe mang tính thận trọng hơn.
- Masan Brewery đạt doanh thu 381 tỷ đồng trong Quý 1/2016, tăng 163,7% so với Quý 1/2015, và dự kiến sẽ tăng gần gấp đôi doanh thu thuần trong năm 2016, nhờ nhà máy mới ở Hậu Giang và sự xâm nhập vào các tỉnh khác xung quanh TP.HCM.

Khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng: Mỏ vonfram lớn nhất thế giới⁽¹⁾ đạt lợi nhuận trong Quý 1/2016

- **Doanh thu thuần ổn định so với năm trước:** Masan Resources (“MSR”) đạt sản lượng kỷ lục trong Quý 1/2016 với toàn bộ sản lượng được bán hết, nhưng tổng doanh thu bị ảnh hưởng do giá hàng hóa thấp hơn. Nhà máy chế biến hóa chất vonfram tiếp tục gia tăng lên công suất thiết kế sau khi chính thức vận hành trong năm 2015, tạo điều kiện cho Masan Resources cung cấp các sản phẩm vonfram giá trị gia tăng cho mạng lưới bán hàng ngày càng rộng hơn. Nhờ đó, Masan Resources đạt doanh thu thuần 806 tỷ đồng, tương đương với quý 1 năm 2015. Nhà máy liên doanh bắt đầu hoạt động thương mại, giúp MSR chuẩn bị đạt mức tăng trưởng doanh thu gần 50% cho năm tài chính 2016, nhờ sản lượng dự kiến cao hơn ở toàn bộ bốn loại khoáng sản.
- **Nâng cao lợi nhuận thông qua cải thiện hiệu năng và kiểm soát chi phí:** Dự án Núi Pháo thuộc nhóm 25% các nhà sản xuất vonfram toàn cầu có chi phí sản xuất thấp nhất. MSR tiếp tục cải thiện hiệu năng hoạt động, đồng thời giảm nền tảng chi phí để đảm bảo vị thế vững chắc trong ngành công nghiệp vonfram toàn cầu có đường cong chi phí thấp nhất ngành để tận dụng môi trường giá cả đang cải thiện.
 - **EBITDA tăng 31,3%:** EBITDA của Masan Resource tăng 31,3% trong Quý 1/2016, nhờ sáng kiến cải thiện tỷ lệ thu hồi trong chế biến, tiếp tục nâng cao công suất hoạt động nhà máy và giảm chi phí vận hành thông qua sự kiểm soát chi phí chặt chẽ và liên tục.
 - **Gia tăng lợi nhuận thuần đáng kể:** Masan Resources báo cáo lợi nhuận phân bổ cho cổ đông đạt 11 tỷ đồng trong Quý 1/2016, tăng 100 tỷ đồng so với cùng kỳ năm 2015. Kết quả vượt trội của MSR đạt được nhờ mức sản lượng kỷ lục, doanh thu của tất cả bốn mặt hàng được sản xuất, hiệu suất cải thiện và cắt giảm chi phí, giúp bù đắp tác động của giá cả hàng hóa thấp hơn.
- **Triển vọng giá được cải thiện:** MSR chịu ảnh hưởng của sự biến động lớn trên thị trường trong năm 2015 do sự tái cân bằng kinh tế của Trung Quốc, dẫn đến nhu cầu hàng hóa toàn cầu suy giảm.
 - Giá hàng hóa trung bình của các sản phẩm MSR đã giảm 19%-50% trong quý đầu tiên của năm 2016 so với cùng kỳ năm 2015, trong đó mức giảm giá vonfram tham chiếu trung bình là 37%. Giá vonfram tham chiếu đã giảm xuống thấp đến 160 USD mỗi tấn trong quý cuối của năm 2015, nhưng đã ổn định ở mức trung bình 163 USD trong ba tháng đầu tiên của năm 2016, tăng lên 168 USD vào cuối quý này, phản ánh triển vọng thị trường phục hồi.
 - Sự tái cân bằng bên cung trên toàn cầu kết hợp với những nỗ lực của Trung Quốc nhằm ổn định giá cả hàng hóa bằng cách cắt giảm sản lượng và áp dụng chính sách môi trường chặt chẽ đã bắt đầu có kết quả. **Từ cuối Quý 1/2016, giá vonfram đã tiếp tục phục hồi lên mức 190 USD mỗi tấn.** Do đó, các nhà quan sát ngành vonfram dự

¹ Mỏ vonfram lớn nhất thế giới theo trữ lượng; trữ lượng quặng đã chứng minh và tiềm năng đạt 66 triệu tấn

đoán rằng thị trường đang tái cân bằng nhanh hơn dự kiến và sự tăng giá gần đây là dấu hiệu của một xu hướng tăng bền vững.

Techcombank: Lợi nhuận trước thuế trong Quý 1/2016 tăng 42,7% so với cùng kỳ năm ngoái, khẳng định vị trí dẫn đầu ngành.

- Techcombank đã hoàn thành các mục tiêu của mình để trở thành một trong những ngân hàng đầu tiên của Việt Nam hoàn tất chu kỳ trích lập dự phòng sau cuộc khủng hoảng tài chính, đồng thời khẳng định vị thế trên thị trường nhằm gia tăng thị phần trong bối cảnh ngành ngân hàng đang có những thuận lợi và nhiều chuyển biến tích cực.
- Kết quả đó có được nhờ việc Techcombank tập trung vào việc kiểm soát chi phí, đồng thời duy trì chính sách cho vay thận trọng
 - Lợi nhuận trước thuế Quý 1/2016 đạt 582 tỷ đồng, tăng 42,7% so với cùng kỳ năm ngoái, nhờ thu nhập lãi thuần tăng 8,3% và thu nhập thuần từ phí dịch vụ tăng 49,8%, ngay cả sau khi trích ngân sách chi phí dự phòng cao hơn.
 - Tỷ lệ nợ xấu của Techcombank được duy trì ở mức 2% vào cuối Quý 1/2016, thấp hơn mức 3% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, là kết quả từ chính sách cho vay thận trọng được Techcombank áp dụng nhất quán từ sau thời kỳ khó khăn của ngành ngân hàng.
 - Tỷ lệ an toàn vốn (CAR) đạt 14,6% vào cuối Quý 1/2016, cao hơn nhiều so với mức 9,0% theo quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Tỷ lệ vốn cấp 1 đạt gần 9,0%, thể hiện rõ thế mạnh của ngân hàng trong sử dụng vốn hiệu quả.
- Techcombank tiếp tục duy trì nền tảng huy động vốn và dịch vụ cá nhân vững mạnh, đồng thời giới thiệu những sản phẩm mới cho khách hàng và tạo thêm dòng thu nhập:
 - Techcombank tiếp tục tập trung vào hoạt động bán chéo sản phẩm (cross-selling) và bán thêm sản phẩm (up-selling) nhằm tối đa hóa việc cung cấp dịch vụ tài chính toàn diện với mỗi khách hàng, đồng thời mang lại lợi nhuận cao hơn. Hiện nay, mỗi khách hàng cá nhân sử dụng trung bình 2,3 sản phẩm của Techcombank, trong khi con số này đối với khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ ở mức cao hơn là 2,6. Trong 5 năm tới, Techcombank sẽ thực hiện những chương trình cụ thể để tăng số lượng sản phẩm trung bình trên mỗi khách hàng lên mức 4 sản phẩm, từ đó mang lại lợi nhuận cao hơn từ mỗi khách hàng.
 - Tính đến ngày 31/3/2016, Techcombank tiếp tục phục vụ khách hàng ở thị trường Việt Nam thông qua mạng lưới rộng lớn với 313 chi nhánh và phòng giao dịch, hơn 1.200 máy ATM và 1.595 điểm chấp nhận thẻ trên khắp cả nước.
- Techcombank đã tổ chức Đại hội đồng Cổ đông Thường niên vào ngày 23/4/2016. Theo đó, kế hoạch kinh doanh 2016 đã được thông qua với mục tiêu lợi nhuận thuần ấn tượng là 3.543 tỷ đồng, tăng 74% so với năm 2015, nhờ tăng trưởng tín dụng 18%.
- Sứ mệnh của Techcombank đến năm 2020 là trở thành ngân hàng số 1 tại Việt Nam với ROE đạt 20% và vốn hóa thị trường đạt khoảng 5 tỷ USD. Để đạt được mục tiêu này, ngân hàng kỳ vọng sẽ đạt mức tăng trưởng TOI (tổng thu nhập từ hoạt động) ít nhất 30% hàng năm và doanh thu từ phí đạt 30% TOI vào năm 2020.

GIỚI THIỆU TẬP ĐOÀN MASAN

Tập đoàn Masan là một trong những công ty hàng đầu của Việt Nam, tập trung vào các cơ hội tăng trưởng cao trong ngành tiêu dùng: thực phẩm, đồ uống, và trong chuỗi giá trị dinh dưỡng.

Tập đoàn Masan bao gồm Masan Consumer Holdings, sở hữu các thương hiệu được ưa thích nhất Việt Nam trong ngành hàng thực phẩm và đồ uống (Chin-su, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Kokomi, Vinacafe, Wake-up, Vĩnh Hảo và Sư Tử Trắng), và Masan Nutri-Science, là công ty với lĩnh vực kinh doanh nằm trong chuỗi giá trị dinh dưỡng lớn nhất của Việt Nam (với các thương hiệu Proconco và Anco). Các mảng kinh doanh khác của Tập đoàn Masan bao gồm Masan Resources, một trong những nhà sản xuất vonfram và khoáng chất công nghiệp chiến lược lớn nhất thế giới, và ngân hàng Techcombank, là ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu tại Việt Nam.

LIÊN HỆ:

(Dành cho Nhà đầu tư/ Chuyên viên phân tích)

Tanveer Gill

T: +848 6256 3862

E: tanveer@msn.masangroup.com

(Dành cho truyền thông)

Van Nguyen

T: +848 6256 3862

E: van.nguyen@msn.masangroup.com

Thông cáo báo chí này có những nhận định về tương lai trong các kỳ vọng, dự định hoặc chiến lược của Masan Group có thể liên quan đến những rủi ro và sự không chắc chắn. Những nhận định tương lai này, bao gồm cả những kỳ vọng của Masan Group, có chứa đựng những rủi ro, sự không chắc chắn và những yếu tố minh định hoặc tiềm ẩn, nằm ngoài tầm kiểm soát của Masan Group, có thể khiến cho kết quả thực tế trong hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoặc thành tích của Masan Group khác biệt rất lớn so với những nội dung được trình bày hoặc ngầm định trong các nhận định tương lai. Người đọc không nên xem những nhận định tương lai này là dự đoán, sự kiện sẽ xảy ra hoặc lời hứa về hiệu quả trong tương lai.