CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN ***MASAN CONSUMER CORPORATION*** -------	**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** **THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM** **Independence - Freedom - Happiness** ----------
Số: 12116 /2025/CV-MSC No: /	*Tp. Hồ Chí Minh, ngày 11 tháng 12 năm 2025* *……, day ... month ... year ……*

CÔNG BỐ THÔNG TIN BẤT THƯỜNG
EXTRAORDINARY INFORMATION DISCLOSURE

Kính gửi: Ủy ban chứng khoán Nhà nước
Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh

To: State Securities Commission
Hanoi Stock Exchange
Hochiminh Stock Exchange

1. Tên tổ chức/*Name of organization:* **CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN**

- Mã chứng khoán/*Stock code:* **MCH**

- Địa chỉ/*Address:* Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh

- Điện thoại liên hệ/*Tel.:* 028. 62555660 Fax: 028. 38109463

- E-mail: yen@msn.masangroup.com/ information@msc.masangroup.com

- Website: *https://masanconsumer.com/*

2. Nội dung thông tin công bố/*Contents of disclosure:*

- Dữ liệu điện tử Bản cáo bạch niêm yết tại HOSE và các Phụ lục đính kèm của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan.
The electronic data of the Listing Prospectus at HOSE, together with its Appendices of Masan Consumer Corporation.

3. Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty vào ngày 11/12/2025 tại đường dẫn https://masanconsumer.com//*This information was published on the company's website on 11 December 2025, as in the link https://masanconsumer.com/:*

Chúng tôi xin cam kết các thông tin công bố trên đây là đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung các thông tin đã công bố/*We hereby certify that the information provided is true and correct and we bear the full responsibility to the law.*

CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN
Digitally signed by CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN
DN: C=VN, S=HỒ CHÍ MINH, L=Phường Sài Gòn, CN=CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN, OID.0.9.2342.19200300.100.1.1=MST:0302017440
Reason: I am the author of this document
Location:
Date: 2025.12.11 17:21:58+07'00'
Foxit PDF Reader Version: 2025.1.0

**** Tài liệu đính kèm/Attached documents:***
Bản cáo bạch niêm yết tại HOSE và các Phụ lục đính kèm/*Listing Prospectus at HOSE and its Appendices.*

Đại diện tổ chức
Organization representative
Người UQ CBTT
Person authorized to disclose information
(Ký, ghi rõ họ tên, chức vụ, đóng dấu)
(Signature, full name, position, and seal)

M.S.D.N:0302017440-C.T.C.P
CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN
P. SÀI GÒN - TP. HỒ CHÍ MINH

Đỗ Thị Hoàng Yến

SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN CẤP ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN CHỈ CÓ NGHĨA LÀ VIỆC NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN ĐÃ THỰC HIỆN THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT LIÊN QUAN MÀ KHÔNG HÀM Ý ĐẢM BẢO GIÁ TRỊ CỦA CHỨNG KHOÁN. MỌI TUYÊN BỐ TRÁI VỚI ĐIỀU NÀY LÀ BẤT HỢP PHÁP.

QUYỂN 1/2

BẢN CÁO BẠCH

CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

(Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0302017440 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 31/05/2000 và thay đổi lần thứ 53 ngày 04/09/2025)

Masan consumer

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN TP.HCM

(Quyết định đăng ký niêm yết số: 1189/QĐ-SGDHCM do Sở GDCK TP.HCM cấp ngày 10/12/2025...)

TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VIETCAP

Vietcap

BẢN CÁO BẠCH NÀY VÀ CÁC PHỤ LỤC SẼ ĐƯỢC CUNG CẤP TẠI:

CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

Trụ sở chính: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại: +84 28 6255 5660
Email: info@msc.masangroup.com
Website: www.masanconsumer.com

Từ ngày 11/12/2025

PHỤ TRÁCH CÔNG BỐ THÔNG TIN

Bà Đỗ Thị Hoàng Yến
Chức vụ tại tổ chức đăng ký niêm yết: Người phụ trách quản trị, Thư ký công ty, Người được ủy quyền công bố thông tin
Số điện thoại: +84 90 999 1023

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VIETCAP

Trụ sở chính: Tầng 15, Tháp tài chính Bitexco, Số 2 Hải Triều, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại: +84 28 3914 3588 Fax: +84 28 3914 3209 Website: www.vietcap.com.vn

(Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0302017440 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 31/05/2000 và thay đổi lần thứ 53 ngày 04/09/2025)

Masan consumer

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN TP.HCM

Tên cổ phiếu:	Cổ phiếu Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
Loại cổ phiếu:	Cổ phiếu phổ thông
Mã cổ phiếu:	MCH
Mệnh giá:	10.000 đồng/cổ phiếu
Tổng số lượng niêm yết:	1.067.620.746 cổ phiếu
Tổng giá trị niêm yết theo mệnh giá:	10.676.207.460.000 đồng

TỔ CHỨC TƯ VẤN:

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VIETCAP

Vietcap

Trụ sở chính: Tầng 15, Tháp tài chính Bitexco, Số 2 Hải Triều, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại: +84 28 3914 3588
Fax: +84 28 3914 3209
Website: www.vietcap.com.vn

TỔ CHỨC KIỂM TOÁN:

CÔNG TY TNHH KPMG VIỆT NAM
Địa chỉ: Tầng 10, Tòa nhà Sunwah, Số 115 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Số điện thoại: +84 28 3821 9266
Số fax: +84 28 3821 9267

MỤC LỤC

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH 1

1. Tổ chức đăng ký niêm yết 1
2. Tổ chức tư vấn 1

II. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO 2

1. Rủi ro về kinh tế 2
2. Rủi ro về luật pháp 6
3. Rủi ro đặc thù 7
4. Rủi ro quản trị công ty 14
5. Rủi ro biến động giá cổ phiếu sau khi niêm yết 15
6. Rủi ro khác 15

III. CÁC KHÁI NIỆM 16

IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT 19

1. Thông tin chung về Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan 19
2. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan 21
3. Cơ cấu tổ chức của Công ty (và cơ cấu trong Tập đoàn Masan) 25
4. Cơ cấu quản trị và bộ máy quản lý của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan 28

4.1. Đại Hội Đồng Cổ Đông 29

4.2. Hội Đồng Quản Trị 29

4.3. Ủy Ban Kiểm Toán 30

4.4. Ban Tổng Giám Đốc, Giám đốc tài chính và Kế Toán Trưởng 31

5. Thông tin về công ty mẹ, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức đăng ký niêm yết, những công ty mà Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần, phần vốn góp chi phối trong các năm 2023, 2024 và tính đến thời điểm 30/09/2025 32

5.1. Công ty mẹ của Công ty 32

5.2. Công ty con trực tiếp của Công ty 33

5.3. Công ty con gián tiếp của Công ty 37

5.4. Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức đăng ký niêm yết 46

5.5. Công ty liên kết của Công ty 48

6. Thông tin về quá trình tăng, giảm vốn điều lệ của Công ty 49
7. Thông tin về các khoản góp vốn, thoái vốn lớn của Tổ chức đăng ký niêm yết tại các doanh nghiệp khác trong năm 2023, 2024 và tính đến thời điểm hiện tại 56

8. Thông tin về chứng khoán đang lưu hành 57
8.1. Cổ phiếu phổ thông 57
8.2. Cổ phiếu ưu đãi 58
8.3. Các loại chứng khoán khác 58
9. Thông tin về tỷ lệ sở hữu nước ngoài 58
10. Hoạt động kinh doanh 58
10.1. Đặc điểm hoạt động kinh doanh 59
10.2. Tài sản 81
10.3. Thị trường hoạt động 87
10.4. Báo cáo tình hình đầu tư, hiệu quả đầu tư, hiệu quả sản xuất kinh doanh, cung cấp dịch vụ trong các lĩnh vực hoạt động chính 87
10.5. Các hợp đồng lớn 90
10.6. Các khách hàng, nhà cung cấp lớn 99
10.7. Vị thế của Công ty trong ngành 103
10.8. Hoạt động Marketing 117
10.9. Quyền sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế 118
10.10. Chính sách nghiên cứu và phát triển 119
10.11. Chiến lược kinh doanh 122
10.12. Trường hợp Tổ chức đăng ký niêm yết hoạt động trong lĩnh vực ngành nghề kinh doanh có điều kiện, nêu thông tin về việc đáp ứng các điều kiện kinh doanh theo quy định pháp luật liên quan 128
11. Chính sách đối với người lao động 128
11.1. Số lượng và cơ cấu lao động trong Công ty 128
11.2. Chế độ làm việc 130
11.3. Chính sách đào tạo 130
11.4. Chính sách lương, thưởng, trợ cấp / phúc lợi 130
11.5. Quy chế phát hành cổ phiếu cho người lao động 131
12. Chính sách cổ tức 131
13. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ chức đăng ký niêm yết 133
14. Các thông tin, nghĩa vụ nợ tiềm ẩn, tranh chấp kiện tụng liên quan tới Tổ chức đăng ký niêm yết có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính của Tổ chức đăng ký niêm yết và việc niêm yết cổ phiếu 134
15. Thông tin về cam kết của Tổ chức đăng ký niêm yết, người đại diện theo pháp luật của tổ chức đăng ký niêm yết không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xoá án tích 134
16. Thông tin về việc tổ chức đăng ký niêm yết, người đại diện theo pháp luật của tổ chức đăng

ký niêm yết không bị xử lý vi phạm trong thời hạn 02 năm tính đến thời điểm đăng ký niêm yết do thực hiện hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động về chứng khoán và thị trường chứng khoán quy định tại Điều 12 Luật Chứng khoán năm 2019 và Khoản 5 Điều 1 Luật số 56/2024/QH15 134

V. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘN KINH DOANH, TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH VÀ DỰ KIẾN KẾ HOẠCH 135

1. Kết quả hoạt động kinh doanh 135

1.1. Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh của Công ty 135

1.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh trong hai năm gần nhất 141

2. Tình hình tài chính 144

2.1. Các chỉ tiêu tài chính cơ bản 144

2.2. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu 162

3. Ý kiến của Tổ chức kiểm toán đối với Báo cáo tài chính của Tập đoàn 165

3.1. Ý kiến Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2023 165

3.2. Ý kiến Báo cáo tài chính riêng năm 2023 165

3.3. Ý kiến Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 165

3.4. Ý kiến Báo cáo tài chính riêng năm 2024 165

3.5. Ý kiến Báo cáo tài chính hợp nhất giữa niên độ cho kỳ 6 tháng kết thúc ngày 30/06/2025 166

3.6. Ý kiến Báo cáo tài chính riêng giữa niên độ cho kỳ 6 tháng kết thúc ngày 30/06/2025 166

4. Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức 166

4.1. Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức 166

4.2. Căn cứ để đạt kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức nêu trên 167

4.3. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức 168

VI. THÔNG TIN VỀ CỔ ĐÔNG SÁNG LẬP, CỔ ĐÔNG LỚN, THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, BAN TỔNG GIÁM ĐỐC, BAN KIỂM SOÁT, KẾ TOÁN TRƯỞNG 170

1. Thông tin về cổ đông sáng lập 170

2. Thông tin về cổ đông lớn 170

2.1. Đối với cổ đông lớn là cá nhân 170

2.2. Đối với cổ đông lớn là tổ chức 170

2.3. Các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết với cổ đông, người đại diện theo ủy quyền của cổ đông sở hữu trên 10% tổng số cổ phần phổ thông và những người có liên quan của họ 171

2.4. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức đăng ký niêm yết 178

2.5. Lợi ích liên quan của cổ đông lớn tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức đăng ký niêm yết hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức

đăng ký niêm yết *179*

3. Thông tin về thành viên Hội đồng quản trị, Ủy ban Kiểm toán, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng 179

3.1. Hội đồng quản trị *179*

3.2. Ủy ban Kiểm toán *193*

3.3. Ban Tổng Giám đốc, Giám đốc tài chính và Kế toán trưởng *193*

VII. CỔ PHIẾU ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT 208

1. Loại cổ phiếu 208

2. Mệnh giá 208

3. Mã cổ phiếu 208

4. Tổng số cổ phiếu đăng ký niêm yết 208

5. Số lượng cổ phiếu bị hạn chế chuyển nhượng theo quy định của pháp luật hoặc của tổ chức đăng ký niêm yết 208

6. Phương pháp tính giá 209

6.1. Phương pháp so sánh theo chỉ số P/B *216*

6.2. Phương pháp so sánh theo chỉ số P/E *218*

6.3. Phương pháp bình quân giá thị trường *219*

6.4. Giá tham khảo theo các phương pháp *221*

7. Các loại thuế có liên quan (thuế thu nhập và các thuế khác liên quan đến chứng khoán niêm yết) 221

7.1. Thuế liên quan đến Tổ chức đăng ký niêm yết *221*

7.2. Thuế liên quan đến hoạt động giao dịch chứng khoán *222*

7.3. Các loại thuế khác *224*

VIII. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN TỚI VIỆC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT 225

1. Tổ chức tư vấn 225

2. Tổ chức kiểm toán 226

IX. CÁC THÔNG TIN QUAN TRỌNG KHÁC CÓ THỂ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CỦA NHÀ ĐẦU TƯ 227

X. GIỚI THIỆU NHỮNG VĂN BẢN PHÁP LUẬT LIÊN QUAN ĐẾN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT 228

XI. NGÀY THÁNG, CHỮ KÝ, ĐÓNG DẤU CỦA ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT, TỔ CHỨC TƯ VẤN 230

XII. PHỤ LỤC 231

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

1. Tổ chức đăng ký niêm yết

CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

Ông **DANNY LE**	Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng quản trị, người đại diện theo pháp luật
Ông **TRƯƠNG CÔNG THẮNG**	Chức vụ: Tổng Giám đốc, người đại diện theo pháp luật
Ông **HUỲNH VIỆT THẮNG**	Chức vụ: Giám đốc Tài chính
Bà **PHAN THỊ THÚY HOA**	Chức vụ: Kế toán trưởng
Ông **TRƯƠNG NHẬT QUANG**	Chức vụ: Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản cáo bạch này là chính xác, trung thực và cam kết chịu trách nhiệm về tính trung thực, chính xác của những thông tin và số liệu này. Trong phạm vi trách nhiệm và thông tin được biết, chúng tôi đảm bảo không có thông tin hoặc số liệu sai sót mà có thể gây ảnh hưởng đối với các thông tin trong Bản cáo bạch.

2. Tổ chức tư vấn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VIETCAP

Bà **TÔN MINH PHƯƠNG**	Chức vụ: Tổng Giám đốc, người đại diện theo pháp luật

Bản cáo bạch này là một phần của hồ sơ đăng ký niêm yết cổ phiếu do Công ty Cổ phần Chứng khoán Vietcap tham gia lập trên cơ sở Hợp đồng số 09/2024/HD-IB.Vietcap ngày 01 tháng 12 năm 2024 với Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan. Trong phạm vi trách nhiệm và thông tin được biết, chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trong Bản cáo bạch này đã được thực hiện một cách hợp lý và cẩn trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan cung cấp.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

II. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

CTCP Hàng tiêu dùng Masan được thành lập với mục tiêu trở thành một trong những công ty hàng tiêu dùng hàng đầu Việt Nam, sản xuất kinh doanh các sản phẩm thuộc nhóm hàng thực phẩm tiện lợi như mì ăn liền, gia vị, đồ uống, v.v. Đặc thù ngành nghề và phạm vi hoạt động dẫn đến kết quả sản xuất kinh doanh của Tập đoàn chịu ảnh hưởng từ các nhân tố sau:

1. Rủi ro về kinh tế

Yếu tố vĩ mô của nền kinh tế đóng vai trò quan trọng trong quá trình tăng trưởng của doanh nghiệp. Hiệu quả hoạt động và triển vọng kinh doanh đặt ra yêu cầu doanh nghiệp phải thích nghi kịp thời với sự biến động của các yếu tố từ môi trường kinh doanh. Rủi ro về kinh tế được xác định là loại rủi ro hệ thống tạo ra từ yếu tố vĩ mô, trong đó các yếu tố cơ bản tác động đến hoạt động kinh doanh là i) tốc độ tăng trưởng kinh tế; ii) tỷ lệ lạm phát và iii) lãi suất. Phân tích môi trường vĩ mô nền kinh tế nhằm dự phòng mức độ tác động của yếu tố rủi ro đến chiến lược tăng trưởng và đảm bảo sự vận hành mô hình kinh doanh.

Tốc độ tăng trưởng kinh tế

Tốc độ tăng trưởng kinh tế là một trong những nhân tố quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến tốc độ tăng trưởng của hầu hết các ngành, lĩnh vực của nền kinh tế. Tăng trưởng kinh tế nói chung sẽ làm tăng nhu cầu tiêu dùng xã hội, thúc đẩy sự gia tăng của sản lượng công nghiệp và giúp cho các doanh nghiệp mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm của mình, ảnh hưởng tích cực đến hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

Từ sau khi chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào ngày 11/01/2007, nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu với nền kinh tế thế giới. Sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam ngày càng gắn kết chặt chẽ với xu thế phát triển chung của thế giới. Từ đó đến nay, Việt Nam đã tham gia và đàm phán những Hiệp định đa phương và song phương với các quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới, điển hình là hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực giữa 10 nước ASEAN và 06 nước đối tác (RCEP), các Hiệp định thương mại tự do (FTA), v.v. Những Hiệp định này sẽ là cơ hội để Việt Nam hội nhập và nền kinh tế ngày càng tăng trưởng.

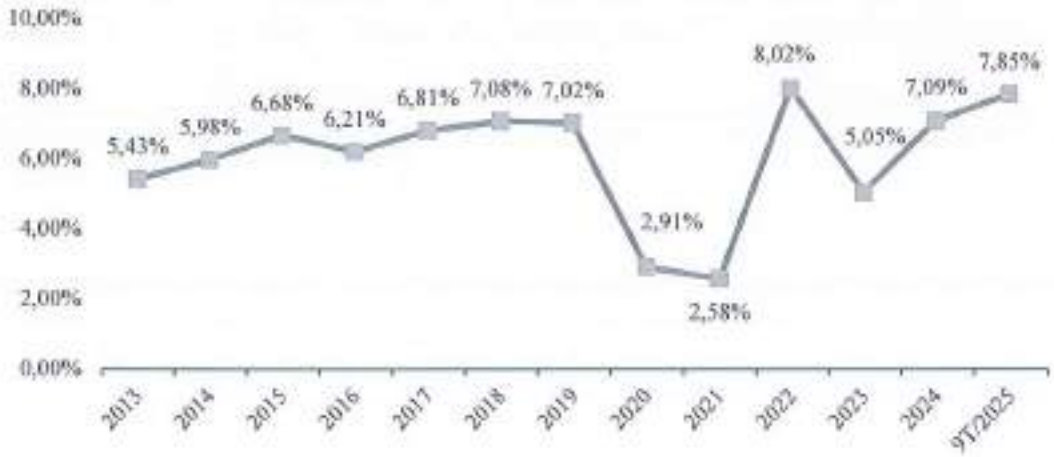
GDP năm 2024 tăng 7,09% so với năm 2023[1] (Cục Thống kê). Trong bối cảnh tình hình kinh tế, chính trị thế giới biến động khó lường, đây được xem là mức tăng trưởng tích cực. Các chỉ tiêu thống kê của Cục Thống kê cũng cho thấy tình hình kinh tế vĩ mô trong nước tiếp tục ổn định, cung cầu hàng hóa thiết yếu được bảo đảm, hoạt động mua sắm hàng hóa, tiêu dùng nội địa duy trì tăng trưởng; xuất khẩu hàng hóa tiếp tục đạt mức tăng cao; ngành du lịch phục hồi mạnh mẽ. Khu vực nông, lâm

[1] Cục Thống kê, T1/2025, "https://www.gso.gov.vn/bai-top/2025/01/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2024/"

nghiệp và thủy sản tiếp tục là trụ đỡ vững chắc của nền kinh tế với mức tăng trưởng ổn định, bảo đảm tiêu dùng trong nước và đáp ứng nhu cầu của khu vực và thế giới[2].

Theo số liệu của Cục Thống kê – Bộ Tài chính, 9 tháng đầu năm 2025 GDP tăng 7,85% so với cùng kỳ năm trước[3], tiệm cận tới kịch bản mục tiêu 8%. Trong đó, nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,83% (đóng góp 5,36%), công nghiệp và xây dựng tăng 8,69% (đóng góp 43,05%), và dịch vụ tăng 8,49% (đóng góp 51,59%). Đây là cơ sở quan trọng cho thấy nền kinh tế Việt Nam tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực, hỗ trợ nhu cầu tiêu dùng trong nước trong trung và dài hạn. Tuy nhiên trong ngắn hạn, do các biến động tiêu cực từ chính sách thuế quan của Mỹ và xuất khẩu gây ảnh hưởng đến tâm lý người tiêu dùng, tăng trưởng chung của các ngành hàng FMCG có thể bị giảm tốc.

Hình 1: Tăng trưởng GDP Việt Nam giai đoạn 2013 – 9T/2025



Nguồn: Cục Thống kê

Rủi ro lạm phát

Lạm phát là yếu tố vĩ mô có thể tác động đến tất cả chủ thể trong nền kinh tế, ảnh hưởng không nhỏ đến nền kinh tế nói chung và Tập đoàn nói riêng. Rủi ro lạm phát tăng sẽ dẫn đến tăng chi phí sản xuất kinh doanh trong khi giá hàng hóa lại bị ảnh hưởng bởi nhu cầu thị trường.

Ngược lại, giảm phát cũng tiềm ẩn rủi ro đối với các doanh nghiệp trong nền kinh tế, đi kèm với sự suy giảm nhu cầu thị trường và đình trệ chi tiêu của toàn bộ nền kinh tế.

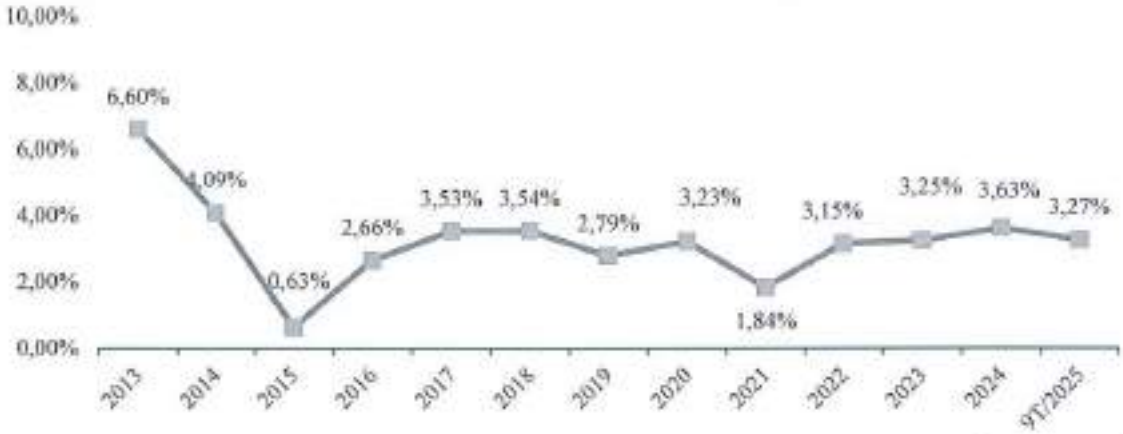
Trong năm 2024, thị trường hàng hóa thế giới có nhiều biến động do ảnh hưởng bởi các yếu tố chính trị, kinh tế, xã hội của các quốc gia. Cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn ngày càng gay gắt, xung đột quân sự Nga – Ukraine và tại dải Gaza kéo dài, bất ổn leo thang trên Biển Đỏ. Kinh tế thế giới tiếp tục trải qua giai đoạn khó khăn, tăng trưởng chậm, triển vọng phát triển trong ngắn hạn và trung

[2] Tạp chí Ngân hàng, T1/2025, "https://tapchinganhang.gov.vn/nam-2024-nen-kinh-te-viet-nam-dat-muc-tang-truong-709-15095-15095.html&link=autochanger"
[3] Cục Thống kê, T9/2025, "https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/10/buc-tranh-tang-truong-kinh-te-cua-viet-nam-9-thang-nam-2025/"

hạn còn nhiều thách thức, lãi suất ngân hàng của các nước vẫn ở mức khá cao. Biến đổi khí hậu, thiên tai, dịch bệnh tác động nặng nề, đặc biệt tình trạng nắng nóng, hạn hán vì hiện tượng El Nino dẫn đến nguy cơ mất an ninh lương thực tiềm ẩn tại một số quốc gia và khu vực. Lạm phát toàn cầu đang có biểu hiện đi ngang sau một thời gian giảm nhanh nhưng trước bức tranh kinh tế khó đoán định khiến xu hướng nới lỏng chính sách tiền tệ của các nền kinh tế lớn vẫn chưa rõ rệt. Trong nước, Chính phủ, Thủ tướng đã chủ động triển khai nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy tăng trưởng, kiểm soát lạm phát. Theo đó, giá hàng hoá và dịch vụ trên thị trường không có biến động bất thường và lạm phát được duy trì trong tầm kiểm soát, bình quân năm 2024, CPI tăng 3,63% so với năm 2023 (Cục Thống kê). Bước sang 9 tháng đầu năm 2025, lạm phát tiếp tục duy trì trong tầm kiểm soát với CPI bình quân tăng 3,27% so với cùng kỳ, trong đó lạm phát cơ bản tăng 3,19%. Một số nhóm hàng hóa ghi nhận mức tăng cao, đặc biệt là nhóm thuốc và vật liệu y tế, vật liệu xây dựng (cát, đá, gạch), cùng với biến động tăng của giá nhiên liệu thế giới; trong khi nhóm bưu chính, viễn thông ghi nhận xu hướng giảm[4].

Nếu tỷ lệ lạm phát của Việt Nam và toàn cầu tăng cao thì chi phí của Tập đoàn, bao gồm chi phí nguyên vật liệu, chi phí trả lương người lao động, chi phí nhiên liệu, chi phí vận chuyển, chi phí xây dựng, chi phí bảo trì, chi phí tài chính và chi phí quản lý khác dự kiến sẽ tăng. Nếu Tập đoàn không thể chuyển các chi phí và phí tổn gia tăng này vào giá bán cho khách hàng hoặc tối ưu các hoạt động vận hành khác, thì các chi phí đó sẽ có thể ảnh hưởng bất lợi đáng kể đến tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh của Tập đoàn. Hơn nữa, tỷ lệ lạm phát và mức lãi suất cho vay cao cũng có thể ảnh hưởng bất lợi đến nền kinh tế Việt Nam, môi trường kinh doanh và niềm tin của người tiêu dùng nói chung, do đó ảnh hưởng bất lợi đáng kể đến công việc kinh doanh, tình hình tài chính, và kết quả hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

Hình 2: Tỷ lệ lạm phát hàng năm của Việt Nam giai đoạn 2013 – 9T/2025



Nguồn: Cục Thống kê

[4] Cục Thống kê, T9/2025, "https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/10/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-gia-thang-chin-quy-iii-va-9-thang-nam-2025/"

Rủi ro lãi suất

Bên cạnh lạm phát, lãi suất có ý nghĩa quan trọng tác động tăng trưởng kinh tế mà Tập đoàn phải luôn theo dõi và cập nhật thường xuyên để hoạch định chiến lược đầu tư phù hợp. Đa số doanh nghiệp đều sử dụng vốn vay từ ngân hàng để bổ sung cho hoạt động kinh doanh. Lãi suất cho vay hình thành nên chi phí vốn và là chi phí đầu vào của quá trình sản xuất kinh doanh; có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Nếu lãi suất cho vay của các ngân hàng thương mại tăng sẽ khiến cho chi phí đầu vào và giá thành sản phẩm tăng lên, khiến lợi nhuận suy giảm, dẫn đến phát sinh lỗ. Khi đó, các doanh nghiệp sẽ có xu hướng cắt giảm và thu hẹp quy mô hoạt động. Vì vậy, cắt giảm lãi suất sẽ là động lực cho doanh nghiệp giảm chi phí và giá thành, đồng thời tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Hơn thế, lãi suất thấp là động lực cho các doanh nghiệp mở rộng đầu tư và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh, kích thích tăng trưởng kinh tế vĩ mô.

Theo báo cáo đánh giá kết quả điều hành chính sách tiền tệ năm 2024 của NHNN, trong điều hành lãi suất, NHNN tiếp tục giữ nguyên các mức lãi suất điều hành trong bối cảnh lãi suất thế giới vẫn neo ở mức cao, tạo điều kiện cho TCTD tiếp cận nguồn vốn từ NHNN với chi phí thấp, qua đó có điều kiện để hỗ trợ nền kinh tế. NHNN cũng đã chỉ đạo các TCTD tiết giảm chi phí hoạt động để giảm lãi suất cho vay. Theo báo cáo lãi suất của các ngân hàng thương mại, mặt bằng lãi suất cho vay giảm khoảng 0,96%/năm so với cuối năm 2023. Tại cuối năm 2024, lãi suất cho vay bình quân của ngân hàng thương mại trong nước đối với các khoản cho vay mới và cũ còn dư nợ ở mức 6,7 - 9%/năm. Lãi suất cho vay ngắn hạn bình quân bằng VND đối với lĩnh vực ưu tiên khoảng 3,8%/năm, thấp hơn mức lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa theo quy định của NHNN (4%/năm). Lãi suất cho vay USD bình quân của ngân hàng thương mại trong nước đối với các khoản cho vay mới và cũ còn dư nợ ở mức 4,1 - 5%/năm đối với ngắn hạn; 6 - 7%/năm đối với trung và dài hạn[5].

Theo kết quả điều tra xu hướng kinh doanh các tổ chức tín dụng Quý 4/2025 của Ngân hàng Nhà nước, các tổ chức tín dụng nhận định, thanh khoản của hệ thống ngân hàng trong Quý 3/2025 tiếp tục duy trì trạng thái "tốt". Theo ước tính của các tổ chức tín dụng, trong nửa cuối năm 2025, mặt bằng lãi suất huy động vốn VND duy trì ổn định trong khi mặt bằng lãi suất cho vay VND tiếp tục xu hướng giảm nhẹ đối với cả lãi suất cho vay ngắn hạn và lãi suất cho vay trung, dài hạn. Đây là yếu tố thuận lợi, giúp Tập đoàn tiếp cận nguồn vốn với chi phí hợp lý hơn, tạo tiền đề cho kế hoạch đầu tư và mở rộng sản xuất. Tuy nhiên, biến động lãi suất trong tương lai, nếu đi theo chiều hướng tăng trở lại, có thể làm gia tăng chi phí tài chính, ảnh hưởng đến lợi nhuận và khả năng cạnh tranh của Tập đoàn.

Sự thay đổi về mặt bằng lãi suất sẽ ảnh hưởng đến chi phí tài chính và hiệu quả hoạt động kinh doanh, lợi nhuận của Tập đoàn. Tuy nhiên, các chính sách điều hành hiện tại và nỗ lực giảm lãi suất của NHNN sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho Tập đoàn tiếp cận nguồn vốn vay với lãi suất hợp lý, tạo tiền đề cho các kế hoạch đầu tư và mở rộng trong tương lai của Tập đoàn.

---

[5] Bộ Tài chính, T12/2024, "https://mof.gov.vn/webcenter/portal/btcvn/pages_r/l/tin-bo-tai-chinh?dDocName= MOFUCM338912"

Rủi ro về tỷ giá

Theo NHNN, để chủ động thích ứng trước diễn biến khó lường của thị trường quốc tế và định hướng tiếp tục thắt chặt chính sách tiền tệ, tăng lãi suất của FED và các Ngân hàng Trung ương trên thế giới, ngày 17/10/2022, NHNN Việt Nam ban hành Quyết định số 1747/QĐ-NHNN quy định về tỷ giá giao ngay giữa đồng Việt Nam với các ngoại tệ của các tổ chức tín dụng được phép. Theo đó, biên độ tỷ giá giao ngay giữa đồng Việt Nam (VND) và đô la Mỹ (USD) được điều chỉnh từ +/- 3% lên +/- 5%.

Tính đến ngày 30/09/2025, đồng Việt Nam đã mất giá khoảng 3,5% so với USD. NHNN vẫn đang áp dụng chính sách tỷ giá linh hoạt, vừa theo sát diễn biến thị trường, vừa can thiệp khi cần thiết để đảm bảo ổn định và củng cố dự trữ ngoại hối.

Trong năm 2025, NHNN khẳng định rằng tỷ giá trong năm sẽ phải chịu nhiều áp lực, đặc biệt từ các chính sách kinh tế của Mỹ. Việc Mỹ tăng thuế nhập khẩu dự kiến sẽ tiếp tục tác động mạnh đến dòng vốn toàn cầu và gây áp lực lên tỷ giá tại các nền kinh tế đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

Hiện nay, mảng xuất khẩu chỉ chiếm một phần rất nhỏ (4,2% tổng doanh thu hợp nhất của Tập đoàn năm 2024). Phần lớn hoạt động kinh doanh của Tập đoàn được giao dịch bằng đồng nội tệ (Việt Nam đồng), do đó, mức độ ảnh hưởng trực tiếp từ biến động tỷ giá đến doanh thu của Tập đoàn không đáng kể. Tuy nhiên, biến động tỷ giá lại ảnh hưởng đáng kể đến chi phí đầu vào nguyên vật liệu, do một phần nguyên liệu của Tập đoàn phải nhập khẩu. Trường hợp VND mất giá, chi phí sản xuất có thể gia tăng, tạo áp lực lên biên lợi nhuận. Ngược lại, sự mất giá này cũng có thể hỗ trợ hoạt động xuất khẩu, nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm của Tập đoàn tại thị trường quốc tế.

Về hướng chính sách trung hạn, ngày 17/09/2025, Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED) thông báo hạ lãi suất cho vay qua đêm 25 điểm cơ bản, đưa biên độ xuống 4,0-4,25%, đồng thời công bố lộ trình điều chỉnh, dự kiến giảm thêm tổng cộng 50 điểm cơ bản trong hai cuộc họp cuối năm (tháng 10 và tháng 12). Ngoài ra, cơ quan này dự báo sẽ hạ thêm 25 điểm cơ bản vào năm 2026 và 25 điểm cơ bản nữa vào năm 2027. Động thái hạ lãi suất của FED giúp giảm áp lực tỷ giá USD/VND, kích thích tăng trưởng và tiêu dùng tại một số thị trường nước ngoài, tăng sức cạnh tranh của các mặt hàng tiêu dùng Việt Nam, góp phần ổn định chi phí nhập khẩu và gián tiếp hỗ trợ hoạt động xuất khẩu của Tập đoàn[6].

2. Rủi ro về luật pháp

Rủi ro về luật pháp là rủi ro phát sinh do việc không áp dụng kịp thời, không phù hợp các văn bản pháp luật trong quá trình triển khai hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

Là một công ty cổ phần, trở thành công ty đại chúng, và đang giao dịch trên UPCoM nên CTCP Hàng tiêu dùng Masan bị chi phối bởi các văn bản pháp luật do Nhà nước quy định, trong đó trọng yếu là Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Luật An toàn thực phẩm, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản pháp luật khác liên quan đến các ngành nghề hoạt động của Công ty.

[6] Báo Điện tử Chính phủ, Tháng 09/2025, "https://baochinhphu.vn/fed-ha-lai-suat-lan-dau-trong-nam-2025-102250918071833311.htm"

Hiện nay, hệ thống pháp luật của nước ta vẫn đang tiếp tục phát triển, nhiều văn bản pháp luật mới liên tục được ban hành và nhiều văn bản pháp luật được sửa đổi, các văn bản hướng dẫn thi hành vẫn chưa hoàn chỉnh, đồng bộ và đang trong giai đoạn hoàn thiện nên còn nhiều sửa đổi bổ sung dẫn đến có nhiều sự thay đổi và có thể phát sinh bất cập, ít nhiều sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

Ngoài ra, Tập đoàn hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng, chủ yếu bao gồm thực phẩm và đồ uống nên sẽ phải chịu sự điều chỉnh của các luật và quy định liên quan đến an toàn thực phẩm, các tiêu chuẩn và quy chuẩn ngành. Các luật và quy định này nhằm đảm bảo sức khoẻ và an toàn cho người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, Tập đoàn còn tham gia hoạt động xuất khẩu thực phẩm, do đó sẽ bị ảnh hưởng bởi các rủi ro pháp lý liên quan đến các quy định của luật pháp nước ngoài như thuế nhập khẩu, kiểm định chất lượng sản phẩm, vệ sinh an toàn thực phẩm.

Do vậy, để hạn chế tối đa những rủi ro phát sinh liên quan đến yếu tố pháp lý trong quá trình hoạt động, Tập đoàn chủ động áp dụng các biện pháp sau:

- Nội bộ: Tập đoàn duy trì đội ngũ luật sư và chuyên viên pháp lý chuyên trách, thường xuyên cập nhật quy định mới tại các thị trường xuất khẩu, trực tiếp tham gia tư vấn và giám sát xuyên suốt chuỗi phát triển sản phẩm cho đến khi đến tay người tiêu dùng và trong suốt vòng đời sản phẩm.
- Bên ngoài: Tập đoàn lựa chọn các đối tác phân phối, khách hàng tại thị trường xuất khẩu có uy tín và sở hữu đội ngũ pháp lý mạnh để đồng hành trong việc đảm bảo tuân thủ quy định. Đồng thời, Tập đoàn duy trì liên kết chặt chẽ với các luật sư và chuyên gia hàng đầu trong và ngoài nước nhằm đảm bảo tiếp cận tư vấn pháp lý kịp thời, đặc biệt liên quan đến quy định an toàn thực phẩm theo đặc thù từng quốc gia, vùng lãnh thổ.

3. Rủi ro đặc thù

Rủi ro về thị trường

CTCP Hàng tiêu dùng Masan hoạt động trong 03 ngành hàng tiêu dùng chính bao gồm ngành thực phẩm (ngành hàng gia vị, ngành hàng thực phẩm tiện lợi), ngành đồ uống (ngành hàng đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, ngành hàng cà phê) và ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (HPC). Các sản phẩm của Tập đoàn được phân phối trên khắp mọi miền của Việt Nam và đang mở rộng xuất khẩu đến các thị trường nước ngoài như Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và một số nước Châu Âu (EU).

Đối với thị trường trong nước, theo báo cáo được Cục Thống kê công bố ngày 06/01/2025, tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng Quý 4/2024 tăng 9,3% so với cùng kỳ năm trước và tính chung năm 2024 tăng 9,0%. Sự phục hồi tiêu dùng mạnh mẽ trong 2024 đã mang lại nhiều thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của Tập đoàn. Theo báo cáo của Nielsen, trong năm 2024, miền Trung ghi nhận tốc độ phục hồi nổi bật so với miền Nam và miền Bắc. Trong năm 2024, ngành Nông nghiệp và Công nghiệp phía Bắc chịu nhiều thiệt hại nặng nề sau bão Yagi, ngành hàng tiêu dùng do vậy

cũng ít nhiều chịu ảnh hưởng[7].

Đối với thị trường xuất khẩu, các thay đổi từ các yếu tố địa chính trị và kinh tế như các căng thẳng thương mại giữa các quốc gia lớn cùng sự biến động trong chính sách thương mại quốc tế có thể tạo ra những biến động lớn đối với giá cả và ảnh hưởng đến các chiến lược phát triển kinh doanh của Tập đoàn, ảnh hưởng đến khả năng dự báo doanh thu và lập kế hoạch kinh doanh của Tập đoàn. Gần đây, sau các đề nghị đàm phán giữa Việt Nam và Mỹ, Mỹ đã chấp thuận mức thuế nhập khẩu mới là 20% đối với hàng hóa sản xuất tại Việt Nam, đồng thời áp mức 40% với các sản phẩm được cho là chuyển tải từ nước thứ ba qua Việt Nam nhằm ngăn ngừa gian lận thương mại. Tuy nhiên, doanh thu của Tập đoàn xuất khẩu sang Mỹ chỉ chiếm khoảng dưới 1% tổng doanh thu, cho thấy rủi ro từ các chính sách thuế quan mới là không đáng kể. Tập đoàn hiện vẫn chủ yếu tăng trưởng dựa trên thị trường nội địa, nơi nhu cầu tiêu dùng đang phục hồi mạnh mẽ và là động lực phát triển bền vững trong trung và dài hạn.

Để giảm thiểu tác động của biến động thị trường, Tập đoàn luôn chú trọng theo dõi sự biến động về nhu cầu mua hàng hóa, dịch vụ và những thay đổi dài hạn trong hành vi tiêu dùng hàng ngày. Trong những giai đoạn kinh tế gặp nhiều khó khăn, nhu cầu tiêu dùng có thể suy giảm và ảnh hưởng tiêu cực lên doanh số bán hàng của Tập đoàn. Bên cạnh đó, Tập đoàn cũng liên tục phát triển các sản phẩm mới phù hợp với những thay đổi trong thị hiếu của người tiêu dùng.

Rủi ro về cạnh tranh

Việt Nam có ngành công nghiệp thực phẩm và nước giải khát mang tính cạnh tranh cao và ngày càng gia tăng với sự tham gia của nhiều công ty trong và ngoài nước. CTCP Hàng tiêu dùng Masan với các thương hiệu mạnh như Vinacafé, Omachi, Kokomi, CHIN-SU, Tam Thái Tử, Nam Ngư, nước tăng lực Wake-Up 247, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, v.v. cạnh tranh chủ yếu trên cơ sở giá trị thương hiệu, giá cả, chất lượng sản phẩm, mạng lưới phân phối và kết hợp sản phẩm.

Mặc dù Tập đoàn cạnh tranh chủ yếu với các nhà sản xuất trong nước nhưng với sự tham gia của công ty đối thủ cạnh tranh quốc tế trên thị trường Việt Nam cũng làm tăng sự cạnh tranh trong thị trường thực phẩm và đồ uống cơ bản tại Việt Nam. Cạnh tranh thường khiến cho các bên tham gia thị trường phải tăng cường nghiên cứu và phát triển, chi phí quảng cáo và hoạt động khuyến mại hoặc tham gia vào các hành vi bán phá giá.

Tập đoàn có thể phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, tăng cường hoạt động xúc tiến và tiếp thị và hạ giá bán của các sản phẩm để duy trì hoặc đạt được thị phần. Các chi phí hoặc giảm giá như vậy có thể làm giảm lợi nhuận và ảnh hưởng xấu đến kết quả hoạt động của Tập đoàn. Do vậy, Tập đoàn đặt mục tiêu đáp ứng nhu cầu ngày càng thay đổi của người tiêu dùng khi người tiêu dùng bắt đầu đặt ra yêu cầu khắt khe hơn về chất lượng cũng như sự đa dạng của sản phẩm, tạo ra các sản phẩm có chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu thị trường và gia tăng sức cạnh tranh.

[7] NIQ, T06/2024, "https://nielseniq.com/global/vi/insights/analysis/2024/danh-gia-nganh-hang-fmcg-viet-nam-2024-xu-huong-va-co-hoi-tuong-lai/"

Rủi ro về nguồn nhân lực

Tính chất của ngành sản xuất là cần lực lượng lớn lao động lành nghề. Sự biến động về nguồn cung ứng lao động sẽ tạo ra rủi ro về thiếu hụt nhân lực. Tập đoàn luôn chuẩn bị sẵn sàng giảm thiểu rủi ro về nguồn nhân lực bằng cách chăm sóc tốt điều kiện làm việc và phúc lợi cho người lao động, thường xuyên chăm lo đào tạo nâng cao trình độ tay nghề của đội ngũ nhân viên. Tuyển dụng, phát triển, bồi dưỡng và đào tạo các cấp quản lý.

Các cán bộ quản lý cấp cao của Tập đoàn thường xuyên được đào tạo hoặc tự đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ nâng cao năng lực quản lý. Trong năm 2024, Tập đoàn đã triển khai nhiều chương trình đào tạo, với thời lượng trung bình khoảng 12 giờ mỗi người cho đội ngũ cán bộ quản lý cấp cao, phần lớn là các cá nhân có nhiều năm kinh nghiệm trong ngành và gắn bó với Tập đoàn trong nhiều năm. Nội dung đào tạo tập trung vào việc phát triển kỹ năng lãnh đạo và làm việc nhóm thông qua các chương trình như "Xây Dựng Đội Ngũ Hiệu Suất Cao" (Building a High Performance Team), Chương trình Đào Tạo Đào Tạo Viên (Train-the-Trainer Program) và Phát Triển Kỹ Năng Thuyết Trình Hiệu Quả (High Impact Presentation Skill Development Program), các chương trình giúp nhân viên nâng cao khả năng lãnh đạo, chia sẻ kiến thức và giao tiếp tự tin[8], v.v. Đồng thời, bộ phận nhân sự và các phòng ban chuyên môn của Tập đoàn có mời các chuyên gia hàng đầu đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn như lớp tập huấn về kiến thức pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân của Việt Nam và một số nước trên thế giới; lớp đào tạo về cách thức, kiến thức xây dựng về quản trị rủi ro; phát triển nhân tài, v.v. Ngoài ra, các chính sách lương, thưởng, phúc lợi, điều kiện làm việc cũng luôn được Tập đoàn chú tâm duy trì nhằm đem lại môi trường làm việc tốt và hiệu quả nhất cho các cán bộ nhân viên.

Rủi ro về nguyên liệu đầu vào

Hoạt động sản xuất và kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Tập đoàn đòi hỏi nguồn nguyên liệu đầy đủ và ổn định. Do đó, Tập đoàn chịu rủi ro về biến động giá nguyên liệu và các rủi ro khác.

Khối lượng sản xuất và chi phí sản xuất của Tập đoàn phụ thuộc vào khả năng duy trì nguồn cung ổn định và đầy đủ nguyên liệu (ví dụ như dầu ăn, cá, đậu tương, nước mắm nguyên liệu, ớt, bột mì, đường, cà phê và ngũ cốc) và vật liệu đóng gói cho các sản phẩm với mức giá có thể chấp nhận được. Nguyên liệu được Tập đoàn mua ở trong nước và nhập khẩu trực tiếp từ nước ngoài hoặc thông qua các nhà cung cấp khác. Do nguồn cung nguyên liệu phụ thuộc vào cả biến động cung cầu trong nước và quốc tế, Tập đoàn không thể đảm bảo rằng tình trạng thiếu hụt nguyên liệu sẽ không xảy ra.

Bên cạnh đó, Tập đoàn có thể bị ảnh hưởng bất lợi bởi biến động về giá của nguyên vật liệu. Giá nguyên liệu có thể biến động do ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài như điều kiện thời tiết, môi trường, biến động giá cả hàng hóa, tiền tệ và những thay đổi trong chính sách của Nhà nước liên quan tới lĩnh vực nông nghiệp. Tập đoàn dự đoán giá nguyên vật liệu sẽ tiếp tục biến động và có thể dẫn đến sự gia tăng không lường trước được về chi phí sản xuất và đóng gói. Nếu Tập đoàn không thể

[8] BCTN Năm 2024 của CTCP HTD Masan

quản lý các chi phí này cũng như tăng giá bán các sản phẩm lên tương ứng thì hoạt động chính, kết quả kinh doanh cũng như triển vọng của Tập đoàn sẽ bị ảnh hưởng bất lợi và đáng kể.

Để giảm thiểu ảnh hưởng các rủi ro về nguyên vật liệu, Tập đoàn luôn theo dõi tình hình biến động giá cả trên thị trường trong nước và thế giới để có kế hoạch kinh doanh phù hợp. Tập đoàn cũng không phụ thuộc vào một nhà cung cấp nào mà sử dụng nhiều nhà cung cấp khác nhau trong và ngoài nước để tránh rủi ro tập trung. Với vị thế là doanh nghiệp lớn trong ngành hàng tiêu dùng, phục vụ nhu cầu hàng ngày, Tập đoàn có thể tối ưu giá bán để giảm thiểu rủi ro ảnh hưởng bất lợi đến biên lợi nhuận.

Rủi ro liên quan đến mạng lưới phân phối

Tập đoàn dựa rất nhiều vào quan hệ với mạng lưới các nhà phân phối để tiêu thụ sản phẩm. Các sản phẩm của Tập đoàn chủ yếu được giới thiệu đến người tiêu dùng thông qua 05 kênh bán hàng chính bao gồm: kênh bán hàng truyền thống (các nhà phân phối sỉ), kênh bán hàng hiện đại (siêu thị và cửa hàng tiện lợi), kênh HORECA (nhà hàng, khách sạn, trường học và bệnh viện), kênh thương mại điện tử và kênh xuất khẩu. Trong đó kênh bán hàng hiện đại bao gồm hệ thống bán lẻ WinCommerce với hơn 4.100 siêu thị và cửa hàng tiện lợi mang thương hiệu WinMart và WinMart+ (WinCommerce thuộc sở hữu của CTCP Tập đoàn Masan).

Nhằm đảm bảo chất lượng và tính hợp pháp của các sản phẩm thì Tập đoàn luôn thực hiện việc xuất khẩu qua các kênh phân phối chính ngạch, các nhà cung cấp dịch vụ xuất khẩu uy tín nhằm đảm bảo các sản phẩm của Tập đoàn đáp ứng đủ các quy định về chất lượng và luật pháp liên quan.

Trong trường hợp các công ty đối thủ của Tập đoàn chào mời các điều kiện thuận lợi hơn hoặc các ưu đãi lớn hơn cho các nhà phân phối, các nhà phân phối này có thể lựa chọn chấm dứt các hợp đồng phân phối với Tập đoàn. Trong trường hợp quan hệ của Tập đoàn với số lượng lớn các nhà phân phối bị xấu đi do các hành động của các công ty đối thủ, tình hình kinh doanh, tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của Tập đoàn sẽ bị ảnh hưởng. Tuy việc có sự cạnh tranh trong mạng lưới phân phối là rủi ro chung của tất cả các công ty cùng ngành, Tập đoàn vẫn luôn tích cực mở rộng mạng lưới phân phối để tăng sức cạnh tranh và giảm thiểu các rủi ro có thể phát sinh từ việc cạnh tranh thị phần.

Rủi ro về các vấn đề an toàn thực phẩm và các trách nhiệm tiềm tàng với các sản phẩm

Tập đoàn hoạt động kinh doanh thực phẩm và đồ uống, một số sản phẩm của Tập đoàn là hàng hoá dễ hư hỏng cần được lưu trữ và giao hàng trong môi trường có kiểm soát nhiệt độ, do đó chất lượng sản phẩm có thể bị ảnh hưởng. Bên cạnh đó, để sản xuất hàng hoá, Tập đoàn phải thu mua nguyên vật liệu từ các nhà cung cấp trên thị trường như cá cơm, nước mắm cốt, v.v. Bất kỳ sự hiện diện của các chất gây ô nhiễm bên ngoài, hoá chất, bất kỳ tác nhân hay phản ứng trong các giai đoạn khác nhau của quá trình mua sắm, sản xuất, vận chuyển và lưu trữ đều có thể gây ra rủi ro nhiễm khuẩn chéo cho các sản phẩm của Tập đoàn. Ngoài việc tuân thủ các quy định của chính phủ và trải qua các cuộc thanh tra, kiểm định, Tập đoàn thường xuyên thực hiện kiểm tra tại nhà máy sản xuất và kiểm tra nguyên vật liệu, liên tục cải tiến quy trình, lắp đặt và cải tiến các hệ thống kiểm soát chất lượng

của riêng mình và đào tạo, kiểm tra nhân viên của Tập đoàn về các tiêu chuẩn sản xuất và vận chuyển mới nhằm hạn chế rủi ro nhiễm bẩn.

Tập đoàn có thể gặp rủi ro bị khiếu nại liên quan đến tình trạng nhiễm bẩn sản phẩm (bao gồm yếu tố chủ quan trong hoạt động quản lý sản xuất của Tập đoàn hoặc khách quan do các bên phân phối, bảo quản hoặc do người tiêu dùng) và có thể phải thu hồi sản phẩm hoặc rút khỏi thị trường. Tập đoàn không thể đảm bảo sẽ không phải đối mặt với các khiếu nại hoặc kiện tụng về sự an toàn và chất lượng của các sản phẩm. Trong trường hợp cần thiết, Tập đoàn sẽ chủ động thực hiện các biện pháp phù hợp như thu hồi sản phẩm nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và duy trì uy tín thương hiệu trên thị trường.

Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh của Tập đoàn cũng có thể bị ảnh hưởng bất lợi đáng kể do việc công bố các phát hiện mang tính tiêu cực của ngành, các báo cáo nghiên cứu hoặc quan ngại về sức khoẻ liên quan đến sản phẩm của Tập đoàn hoặc một dòng sản phẩm thực phẩm, đồ uống dù rằng ở Việt Nam hay ở nước ngoài. Những công bố tiêu cực sẽ làm ảnh hưởng đến nhu cầu hoặc tâm lý của khách hàng, ảnh hưởng đến nhu cầu thị trường và kết quả kinh doanh trong ngắn hoặc trung hạn.

Hiện tại, doanh thu từ hoạt động kinh doanh của Tập đoàn phần lớn đến từ ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, các sản phẩm đồ uống, cà phê và hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình. Bất kỳ yếu tố nào ảnh hưởng bất lợi trọng yếu đến việc tiêu thụ của các sản phẩm này có thể ảnh hưởng bất lợi đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động kinh doanh và triển vọng của Tập đoàn một cách riêng rẽ hoặc toàn bộ. Doanh thu của các mặt hàng trên có thể bị ảnh hưởng bất lợi bởi nhiều yếu tố, bao gồm nhưng không giới hạn bởi việc tăng hoặc phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt, những thay đổi về mặt pháp lý, sự gián đoạn về nguồn nguyên liệu, hoạt động sản xuất hoặc phân phối, hoạt động tiếp thị không hiệu quả hoặc hành động phá giá từ một hoặc nhiều đối thủ cạnh tranh và sự thay đổi thị hiếu của các khách hàng.

Để hạn chế rủi ro này, Tập đoàn luôn chú trọng đầu tư nghiên cứu sản phẩm mới, tìm kiếm nhu cầu mới để cung cấp cho thị trường và duy trì sản lượng bán hàng cũng như doanh thu. Bên cạnh đó, Tập đoàn xây dựng quy trình giải quyết khiếu nại và thành lập bộ phận chăm sóc khách hàng và đường dây nóng để giải quyết các khiếu nại. Những trường hợp khiếu nại qua đại lý được Tập đoàn trực tiếp phối hợp với đại lý là đầu mối tiếp nhận giải quyết; hoặc thông qua bên bán hàng trong siêu thị hoặc trực tiếp giải quyết trong một số trường hợp cần thiết hoặc khách hàng khiếu nại trực tiếp. Quy trình xử lý được thực hiện theo thứ tự như sau: tiếp nhận khiếu nại, thu thập thông tin sản phẩm, tìm hiểu nguyên nhân và thông báo kết quả cho khách hàng. Tất cả các sản phẩm bán ra thị trường của Tập đoàn đều được chứng nhận chất lượng sản phẩm và được các cơ quan có thẩm quyền chấp thuận theo quy định tại từng thời điểm.

Rủi ro không duy trì hình ảnh thương hiệu tích cực có thể tác động tiêu cực đến hoạt động kinh doanh, kết quả tài chính và hình ảnh thương hiệu của Tập đoàn

Sự thành công của Tập đoàn phụ thuộc vào việc các sản phẩm mà Tập đoàn sản xuất và phân phối có hình ảnh thương hiệu tích cực với khách hàng và người tiêu dùng, trong đó phải kể đến thương hiệu

như Vinacafé, Omachi, Kokomi, CHIN-SU, Tam Thái Tử, Nam Ngư, Wake-Up 247, NET, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, v.v. đã trở nên quen thuộc trong mỗi gia đình của người Việt. Ngoài ra, các vấn đề về sản phẩm nhái, giả, trên thực tế hoặc theo hình dung, hoặc bị cáo buộc về sản phẩm lỗi hoặc nhiễm bẩn, thậm chí ngay cả khi cáo buộc này là sai hoặc không có cơ sở, có thể làm xấu đi hình ảnh của các thương hiệu bị ảnh hưởng và có thể làm cho các khách hàng và người tiêu dùng chọn sản phẩm khác. Tập đoàn có thể phải chịu trách nhiệm nếu việc tiêu thụ sản phẩm của Tập đoàn gây thương tích hoặc bệnh tật.

Do vậy, bên cạnh các biện pháp quản lý hình ảnh tích cực của sản phẩm, Tập đoàn cũng có các chính sách thu hồi sản phẩm và/hoặc đổi lại sản phẩm đạt chất lượng tốt cùng loại cho khách hàng nếu sản phẩm bị lỗi cảm quan, lỗi sản xuất, v.v.

Nhằm giải quyết kịp thời và nhanh chóng các khiếu nại, thắc mắc của khách hàng và người tiêu dùng liên quan đến các vấn đề về sản phẩm, Tập đoàn đã xây dựng một kênh đường dây nóng (1800 6068, có in trên bao bì sản phẩm) và hòm thư điện tử (mch-hotline@msc.masangroup.com), hoạt động liên tục để khách hàng có thể liên hệ trực tiếp. Đồng thời, Tập đoàn cũng phối hợp chặt chẽ với các đại lý, nhà phân phối trong quá trình giải quyết các khiếu nại của khách hàng và người tiêu dùng liên quan đến chất lượng sản phẩm.

Theo Cẩm nang giải quyết khiếu nại khách hàng do Tập đoàn ban hành nội bộ, quy trình tiêu chuẩn được áp dụng như sau:

- Tiếp nhận và ghi nhận khiếu nại: tất cả khiếu nại được tiếp nhận qua kênh đường dây nóng, hòm thư điện tử hoặc phản ánh tại điểm bán và ghi nhận đầy đủ thông tin.
- Phân loại và xử lý: khiếu nại được phân loại theo tính chất (sản phẩm lỗi, bao bì, hạn sử dụng, dịch vụ, v.v.) và chuyển đến bộ phận phụ trách.
- Phản hồi và giải quyết: Tập đoàn có thời hạn xử lý, phản hồi rõ ràng tới khách hàng, đồng thời thực hiện đổi trả hoặc bồi hoàn theo quy định trong trường hợp khiếu nại hợp lệ.
- Theo dõi và lưu hồ sơ: toàn bộ quá trình được lưu hồ sơ, theo dõi để rút kinh nghiệm và cải thiện quy trình.

Rủi ro về nhận diện thương hiệu và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ

Nhận diện thương hiệu là điều rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của Tập đoàn. Trong bất kỳ trường hợp nào mà quyền sở hữu trí tuệ của Tập đoàn bị xâm phạm sẽ ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động kinh doanh và triển vọng của Tập đoàn.

Sự thành công của Tập đoàn phụ thuộc một phần vào khả năng của Tập đoàn trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, như nhãn hiệu hàng hóa cho các thương hiệu, bao gồm cả Vinacafé, Omachi, Kokomi, CHIN-SU, Tam Thái Tử, Nam Ngư, Wake-Up 247, NET, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, v.v. Tập đoàn đã đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cho các sản phẩm của Tập đoàn, tiếp tục việc gia hạn nhãn hiệu hàng hóa đối với các chứng nhận đã hết hạn và thực hiện đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cho các sản phẩm mới. Tập đoàn không thể đảm bảo rằng tất cả các hồ sơ đăng ký nhãn hiệu đã nộp hoặc sẽ nộp sẽ được chấp thuận hoặc bất kỳ nhãn hiệu hiện tại hoặc tương lai cũng có thể sẽ không được công nhận,

làm mất hiệu lực hoặc bị tác động bởi các đối thủ cạnh tranh. Trong trường hợp hồ sơ đăng ký nhãn hiệu bị từ chối hoặc sản phẩm không được cấp phép lưu hành, Tập đoàn sẽ rà soát, hoàn thiện và đề nghị xem xét lại hồ sơ, hoặc khi cần thiết, điều chỉnh chiến lược thương hiệu và áp dụng các biện pháp thay thế phù hợp. Đồng thời, Tập đoàn tăng cường quản lý, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ hiện có và phối hợp chặt chẽ với cơ quan chức năng để xử lý hành vi xâm phạm, duy trì uy tín và vị thế thị trường.

Bất kỳ sự xâm phạm hoặc lạm dụng như hàng giả, hàng nhái từ các đối thủ cạnh tranh sẽ làm suy yếu vị thế cạnh tranh và uy tín sản phẩm, qua đó ảnh hưởng tiêu cực đến Tập đoàn. Trong trường hợp các bên thứ ba giả mạo sản phẩm của Tập đoàn một cách bất hợp pháp, Tập đoàn có thể đối mặt với những khó khăn đáng kể và chịu chi phí trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam. Nếu không thể bảo vệ hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ, danh tiếng của thương hiệu và hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của Tập đoàn có thể bị ảnh hưởng.

Để giảm thiểu rủi ro, Tập đoàn chủ động trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ thông qua việc duy trì bộ phận chuyên trách, trực tiếp xử lý và phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng, cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền nhằm tiếp tục đăng ký, gia hạn nhãn hiệu hàng hóa để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm của Tập đoàn, cũng như xử lý nghiêm các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái và các hành vi cạnh tranh không lành mạnh khác trên thị trường. Bên cạnh đó, nhằm nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu, Tập đoàn còn tham gia các buổi hội chợ, các triển lãm, sự kiện, hội thảo liên quan đến các ngành hàng và đồng thời quảng bá hình ảnh sản phẩm qua các sàn thương mại điện tử cũng như các kênh phương tiện truyền thông xã hội. Tập đoàn chỉ sản xuất và kinh doanh các sản phẩm tuân thủ tất cả các yêu cầu, các điều kiện và thủ tục pháp lý theo quy định pháp luật hiện hành.

Rủi ro không thành công trong việc phát triển sản phẩm mới

Sản phẩm hàng tiêu dùng của Tập đoàn có được sự đón nhận từ phía người tiêu dùng hay không phụ thuộc rất nhiều vào khả năng của Tập đoàn trong việc nắm bắt được khẩu vị, nhu cầu và sự thay đổi thị hiếu của người tiêu dùng. Tập đoàn không đảm bảo rằng tất cả các sản phẩm mới của Tập đoàn sẽ được người tiêu dùng đón nhận. Nếu sản phẩm mới không thành công, Tập đoàn không thể bù đắp được chi phí nghiên cứu và phát triển, chi phí tiếp thị và qua đó ảnh hưởng đến tỷ suất lợi nhuận của Tập đoàn.

Do đó, trước khi tung ra sản phẩm mới, Tập đoàn tiến hành nghiên cứu thị trường thật kỹ và đánh giá thị hiếu của người tiêu dùng đối với sản phẩm đó một cách toàn diện để giảm thiểu rủi ro trong việc dự đoán, tìm ra và phát triển các sản phẩm mới và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Ngoài ra, Tập đoàn còn liên tục đổi mới cách tiếp cận để phù hợp thị hiếu người tiêu dùng xuyên suốt quá trình ra mắt, đảm bảo giảm thiểu rủi ro không thành công khi tung sản phẩm mới. Tuy nhiên, Tập đoàn cũng liên tục kiểm tra các dữ liệu bán hàng và phản hồi của người tiêu dùng, cắt giảm nhanh chóng những sản phẩm khó có cơ hội thành công và đảm bảo kiểm soát chi phí để không gây ảnh hưởng lớn lên biên lợi nhuận chung.

4. Rủi ro quản trị công ty

Trong bất kỳ ngành nghề kinh doanh nào, việc lựa chọn cơ cấu quản trị, cơ cấu tổ chức quản trị rủi ro phù hợp là nền tảng quan trọng trong chiến lược quản trị rủi ro của doanh nghiệp. Tùy vào tình hình cụ thể của từng doanh nghiệp mà khung quản trị rủi ro cần được xây dựng phù hợp với chiến lược của doanh nghiệp. Do vậy doanh nghiệp cần quan tâm từ những vấn đề cơ bản nhất để có thể tìm ra giải pháp hữu hiệu, giảm thiểu tối đa rủi ro cho doanh nghiệp.

Rủi ro quản trị công ty là một rủi ro tiềm ẩn, khó dự báo trước nhưng lại có thể ảnh hưởng rất lớn tới sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Rủi ro quản trị có thể xuất phát từ nguyên nhân chủ quan (sai sót của cấp quản lý do năng lực) và khách quan (biến động thị trường, thay đổi văn bản luật) gây tác động trực tiếp tới công tác quản trị tài chính, năng suất lao động, v.v. Do vậy, bất kỳ doanh nghiệp nào cũng cần phải có đủ khả năng nhận biết, đánh giá và khắc phục các rủi ro này để đảm bảo hiệu quả trong hoạt động quản trị.

Đối với CTCP Hàng tiêu dùng Masan, để hạn chế đến mức thấp nhất rủi ro này, Tập đoàn luôn chuẩn bị các kế hoạch rà soát chính sách, quy trình nội bộ, v.v. để đảm bảo mọi quyết định, hoạt động của các cấp quản lý luôn chính xác, đạt được mục tiêu chung của Tập đoàn. Đồng thời, Ban lãnh đạo Tập đoàn còn hợp tác với đơn vị tư vấn có uy tín để có được sự hỗ trợ tốt nhất trong việc cập nhật đầy đủ sự thay đổi của các văn bản luật, giúp Ban lãnh đạo đưa ra quyết định chính xác, đảm bảo lợi ích của Tập đoàn.

CTCP Hàng tiêu dùng Masan được thành lập và hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần từ năm 2000 và được đăng ký giao dịch UPCoM từ năm 2017. Cơ cấu điều hành và quản trị của Công ty được thiết lập và tuân thủ theo các quy định của Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán và các quy định pháp luật chuyên ngành có liên quan. Bên cạnh việc thực hiện đầy đủ nghĩa vụ công bố thông tin trong lĩnh vực chứng khoán, hệ thống quản trị của Công ty còn được Ủy ban Kiểm toán trực thuộc Hội đồng quản trị giám sát chặt chẽ cụ thể Ủy ban Kiểm toán sẽ kiểm tra, giám sát việc thực hiện các Nghị quyết của ĐHĐCĐ và Nghị quyết của HĐQT; kiểm tra, giám sát việc tuân thủ các quy định của Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, Nghị quyết của ĐHĐCĐ trong việc quản lý, điều hành toàn bộ hoạt động kinh doanh của Công ty và kiểm tra báo cáo tài chính năm và các quý trong năm. Do đó các hoạt động điều hành của Hội đồng quản trị và Ban Tổng Giám đốc luôn minh bạch và được giám sát một cách cẩn trọng.

Nhằm đảm bảo hoạt động quản trị Công ty được thực hiện đúng với pháp luật hiện hành, Công ty luôn đảm bảo các thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc điều hành, Người phụ trách quản trị và Thư ký công ty tham gia đầy đủ và hoàn thành các chương trình đào tạo về quản trị công ty cho các công ty đại chúng do Trung tâm Nghiên cứu khoa học và Đào tạo Chứng khoán thuộc Ủy ban Chứng khoán Nhà nước tổ chức và cấp chứng chỉ hoàn thành. Ngoài ra, các cán bộ quản lý của Công ty cũng được cập nhật các quy định được ban hành liên quan đến quản trị doanh nghiệp áp dụng đối với công ty đại chúng.

Đồng thời, nhằm tăng cường kiểm soát rủi ro và công tác quản trị Tập đoàn, Công ty đã thành lập bộ phận Kiểm toán nội bộ vào tháng 8/2024.

5. Rủi ro biến động giá cổ phiếu sau khi niêm yết

Cổ phiếu CTCP Hàng tiêu dùng Masan khi được niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán TP. HCM sẽ giúp Tập đoàn quảng bá thương hiệu, nâng cao hình ảnh, tăng tính thanh khoản cho cổ phiếu, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư có thể chuyển nhượng vốn dễ dàng, tạo cơ hội cho Tập đoàn tiếp cận nhiều nguồn tài chính trong nước và quốc tế, làm tăng nguồn vốn cho việc đầu tư phát triển, chuẩn mực hoá hoạt động quản trị và tính minh bạch.

Tuy nhiên, rủi ro về biến động giá cổ phiếu CTCP Hàng tiêu dùng Masan sau khi niêm yết là điều khó tránh khỏi. Giá cổ phiếu trên thị trường được xác định bởi quan hệ cung cầu và mối quan hệ này phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: tình hình chính trị, xã hội, kinh tế trong nước và quốc tế, hoạt động của Tập đoàn, cũng như các thay đổi về luật và những quy định trên thị trường chứng khoán. Ngoài ra, giá cổ phiếu còn phụ thuộc vào tâm lý, cách thức giao dịch và khẩu vị rủi ro của nhà đầu tư. Đồng thời, trong trường hợp Công ty thực hiện chào bán hay phát hành cổ phiếu để tăng vốn thì cổ phiếu sẽ bị rủi ro pha loãng giá cổ phiếu, pha loãng thu nhập trên mỗi cổ phiếu, pha loãng giá trị sổ sách trên mỗi cổ phiếu và pha loãng về tỷ lệ sở hữu và quyền biểu quyết.

6. Rủi ro khác

Ngoài các rủi ro đã trình bày trên, một số rủi ro mang tính bất khả kháng, ít có khả năng xảy ra nhưng nếu xảy ra sẽ gây thiệt hại cho tài sản, con người và ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Tập đoàn như hoả hoạn, thiên tai, dịch họa, v.v. sẽ dẫn đến tổn thất hoặc thiệt hại đáng kể cho các nhà máy và có thể làm gián đoạn hoạt động sản xuất. Điều này sẽ dẫn đến sự chậm trễ trong việc cung cấp sản phẩm cho các khách hàng. Sự chậm trễ này sẽ ảnh hưởng đến danh tiếng của Tập đoàn, gây ra tổn thất về mặt kinh doanh và ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh và hiệu quả tài chính.

Nhằm hạn chế tối đa các rủi ro về hoả hoạn, thiên tai và dịch bệnh nêu trên, Tập đoàn luôn đảm bảo chấp thuận đầy đủ các quy định về phòng cháy chữa cháy, thiên tai và phòng chống dịch bệnh được Chính phủ và cơ quan có chức năng ban hành.

Bên cạnh đó, Tập đoàn luôn tham gia mua và tái tục các hợp đồng bảo hiểm tài sản, gián đoạn kinh doanh, cháy nổ và vận chuyển hàng hoá. Tuy nhiên, Tập đoàn không thể đảm bảo rằng các hợp đồng bảo hiểm này là đủ để bù đắp cho các chi phí thay thế máy móc và sửa chữa các cơ sở sản xuất của Tập đoàn.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

III. CÁC KHÁI NIỆM

1. Trong Bản cáo bạch này, những từ ngữ dưới đây được hiểu như sau

Tổ chức đăng ký niêm yết/ Công ty	: Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (CTCP Hàng tiêu dùng Masan)
Tập đoàn	: Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con
Tổ chức tư vấn	: Công ty Cổ phần Chứng khoán Vietcap
Công ty kiểm toán	: Công ty TNHH KPMG Việt Nam
Điều lệ	: Điều lệ của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đã được Đại hội đồng cổ đông thông qua.
Vốn điều lệ	: Tổng mệnh giá cổ phần các loại đã bán
Cổ phần	: Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau
Cổ phiếu	: Là chứng chỉ do Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan phát hành, bút toán ghi sổ hoặc dữ liệu điện tử xác nhận quyền sở hữu một hoặc một số cổ phần của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
CTCP Tập đoàn Masan	: Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (Công ty hiện đang được niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh, mã chứng khoán là MSN)
Frost & Sullivan	: Tổ chức tư vấn kinh doanh của Mỹ, chuyên cung cấp dịch vụ nghiên cứu và phân tích thị trường, tư vấn chiến lược tăng trưởng và đào tạo doanh nghiệp
Người có liên quan	: Gồm cá nhân hoặc tổ chức được quy định theo quy định của pháp luật

2. Các từ hoặc nhóm từ viết tắt trong Bản cáo bạch này có nội dung như sau

▪ BB	Biên bản
▪ BCTC	Báo cáo tài chính
▪ BĐS	Bất động sản
▪ BTGĐ	Ban Tổng Giám đốc
▪ CBCNV	Cán bộ công nhân viên
▪ Chính phủ	Chính phủ nước Cộng Hòa Xã hội Chủ Nghĩa Việt Nam
▪ FMCG	"Fast-Moving Consumer Goods" – Hàng tiêu dùng nhanh
▪ GCNĐKDN	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp
▪ GCNĐKKD	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh

▪ CAGR	"Compound annual growth rate" – Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm
▪ CIC	"Consumer Innovation Center" - Trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng
▪ CIL	"Consumer In Love" – Người tiêu dùng yêu thích/ Người sử dụng sản phẩm trung thành
▪ CNTT	Công nghệ thông tin
▪ Công ty/ Masan Consumer/ MCH	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
▪ CTCP	Công ty cổ phần
▪ DTT	Doanh thu thuần
▪ ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông
▪ Điều lệ	Điều lệ của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
▪ ĐVT	Đơn vị tính
▪ HĐKD	Hoạt động kinh doanh
▪ HĐLĐ	Hợp đồng lao động
▪ HĐQT	Hội đồng quản trị
▪ HĐTV	Hội đồng thành viên
▪ HNX	Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
▪ HOSE	Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh
▪ HORECA	"Hotel, Restaurant, and Catering" – Kênh bán hàng trực tiếp tại các nhà hàng, khách sạn, trường học và bệnh viện
▪ HPC	"Home and Personal Care" – Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình
▪ KH&ĐT	Kế hoạch & Đầu tư
▪ LNG	Lợi nhuận gộp
▪ LNTT	Lợi nhuận trước thuế
▪ LNST	Lợi nhuận sau thuế
▪ NHNN	Ngân hàng Nhà nước
▪ ROA	"Return on Assets" – LNST/Tổng tài sản bình quân
▪ ROE	"Return on Equity" – LNST/Tổng vốn chủ sở hữu bình quân
▪ SGDCK	Sở Giao dịch Chứng khoán
▪ SXKD	Sản xuất kinh doanh
▪ TCTD	Tổ chức tín dụng
▪ TGĐ	Tổng Giám đốc

▪ Thuế TNDN	Thuế thu nhập doanh nghiệp
▪ TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
▪ Tổ chức tư vấn/ Vietcap	Công ty Cổ phần Chứng khoán Vietcap
▪ TCNY	Tổ chức niêm yết
▪ TSCĐ	Tài sản cố định
▪ UBCKNN	Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
▪ UBND	Ủy ban nhân dân
▪ UBKT	Ủy ban Kiểm Toán
▪ UPCoM	"Unlisted Public Company Market" – Hệ thống giao dịch cho chứng khoán chưa niêm yết
▪ USD	Đô la Mỹ
▪ VCSH	Vốn chủ sở hữu
▪ VĐL	Vốn điều lệ
▪ VND	Đồng Việt Nam
▪ VSDC	Tổng công ty Lưu ký và Bù trừ chứng khoán Việt Nam

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT

1. Thông tin chung về Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

Tên công ty (*đầy đủ*)	CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN
Tên giao dịch quốc tế	MASAN CONSUMER CORPORATION
Tên viết tắt	MASAN CONSUMER CORP.
Mã chứng khoán	MCH
Logo công ty	Masan consumer
Vốn điều lệ đăng ký	10.676.207.460.000 đồng
Vốn điều lệ thực góp	10.676.207.460.000 đồng
Trụ sở chính	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại	+84 28 6255 5660
Website	www.masanconsumer.com
Giấy chứng nhận ĐKDN	Số 0302017440 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TP. Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 31/05/2000 và thay đổi lần thứ 53 ngày 04/09/2025
Người đại diện theo pháp luật	Ông Trương Công Thắng. Chức vụ: Tổng Giám đốc Ông Danny Le. Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng quản trị
Thời điểm trở thành công ty đại chúng	18/04/2008
Thời điểm chính thức giao dịch trên UPCoM	05/01/2017
Ngành nghề kinh doanh chính	Bán buôn thực phẩm (mã ngành: 4632)
Lĩnh vực kinh doanh	Công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng, bao gồm các lĩnh vực chính là bán buôn thực phẩm, với các ngành nghề đăng ký kinh doanh bao gồm:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 1: Ngành nghề đăng ký kinh doanh

STT	Tên ngành	Mã ngành
1	Bán buôn thực phẩm Chi tiết: Mua bán lương thực, thực phẩm, thực phẩm công nghệ (thực hiện theo đúng Quyết định số 64/2009/QĐ-UBND ngày 31/7/2009 và quyết định số 79/2009/QĐ-UBND ngày 17/10/2009 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh); (trừ việc thực hiện xuất khẩu, nhập khẩu, phân phối đối với các hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài không được thực hiện quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu, quyền phân phối theo quy định pháp luật)	4632 (Chính)
2	Sản xuất mì ống, mỳ sợi và sản phẩm tương tự Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm	1074
3	Sản xuất món ăn, thức ăn chế biến sẵn Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm	1075
4	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm (trừ hoạt động giết mổ gia súc, gia cầm)	1010
5	Chế biến và bảo quản rau quả Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm	1030
6	Chế biến, bảo quản thuỷ sản và các sản phẩm từ thuỷ sản Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm	1020
7	Sản xuất thực phẩm khác chưa được phân vào đâu Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm. Sản xuất gia vị (không sản xuất tại trụ sở chính)	1079
8	Sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thuỷ sản Chi tiết: Chế biến lương thực thực phẩm	1080
9	Sản xuất sản phẩm hoá chất khác chưa được phân vào đâu Chi tiết: Sản xuất hương liệu, sản xuất hoá chất trong lĩnh vực phụ gia thực phẩm (trừ sản xuất hoá chất cơ bản) (không hoạt động tại trụ sở)	2029
10	Bán buôn đồ dùng khác cho gia đình (trừ việc thực hiện xuất khẩu, nhập khẩu, phân phối đối với các hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài không được thực hiện quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu, quyền phân phối theo quy định pháp luật)	4649
11	Bán buôn tổng hợp Chi tiết: Bán buôn đồ dùng gia đình và đồ dùng chăm sóc cá nhân. Bán buôn nước hoa, hàng mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh. Bán buôn các loại vật tư, hóa chất ngành tẩy rửa (trừ hóa chất độc hại mạnh và doanh nghiệp chỉ được kinh doanh kể từ khi có đủ điều kiện theo quy định của pháp luật và phải đảm bảo đáp ứng các điều kiện đó trong suốt quá trình hoạt động); Mua bán máy móc, phương tiện vận tải, phụ tùng, nguyên liệu, bách hóa, kim khí điện máy, máy điện toán, máy văn phòng, nông-lâm-thủy hải sản, cao su, hàng dệt may, hàng thủ công mỹ nghệ (thực hiện theo đúng Quyết định số 64/2009/QĐ-UBND ngày 31/7/2009 và quyết định số 79/2009/QĐ-UBND ngày 17/10/2009 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh); (trừ việc	4690

STT	Tên ngành	Mã ngành
	thực hiện xuất khẩu, nhập khẩu, phân phối đối với các hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài không được thực hiện quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu, quyền phân phối theo quy định pháp luật)	
12	Sản xuất sản phẩm từ plastic Chi tiết: Sản xuất bao bì nhựa (trừ Sản Xuất xốp cách nhiệt sử dụng ga R141b, sử dụng polyol trộn sẵn HCFC-141b)	2220
13	Sản xuất đồ uống không cồn, nước khoáng Chi tiết: Sản xuất đồ uống không cồn (không sản xuất tại trụ sở)	1104
14	Bán buôn đồ uống Chi tiết: Bán buôn đồ uống không có cồn	4633
15	Bán buôn chuyên doanh khác chưa được phân vào đâu (trừ bán buôn bình gas, khí dầu mỏ hóa lỏng LPG, dầu nhớt cặn, vàng miếng, súng, đạn loại dùng đi săn hoặc thể thao và tiền kim khí; trừ bán buôn hóa chất tại trụ sở; Thực hiện theo Quyết định số 64/2009/QĐ-UBND ngày 31/7/2009 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh và quyết định số 79/2009/QĐ-UBND ngày 17/10/2009 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về phê duyệt Quy hoạch nông sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh); (trừ việc thực hiện xuất khẩu, nhập khẩu, phân phối đối với các hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài không được thực hiện quyền xuất khẩu, quyền nhập khẩu, quyền phân phối theo quy định pháp luật)	4669

2. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 2: Quá trình hình thành và phát triển

Năm	Cột mốc quan trọng
1996	**Ngày 20/6/1996:** Thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ nghệ - Thương mại Việt Tiến, chuyên sản xuất thực phẩm chế biến và các sản phẩm ngành gia vị.
2000	**Ngày 31/5/2000:** Thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt, chuyên hoạt động trong lĩnh vực thương mại và xuất nhập khẩu.
2003	**Ngày 1/8/2003:** Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ nghệ - Thương mại Việt Tiến sáp nhập vào Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt, sau đó Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Công nghiệp - Thương mại Ma San (tiền thân của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan), với tổng vốn điều lệ là 28.500.000.000 đồng.
2007	**Ngày 27/6/2007:** Thành lập Công ty Cổ phần Masan PQ tại Phú Quốc (tỷ lệ sở hữu 94,5% vốn điều lệ), nhằm sản xuất nước mắm cốt, đảm bảo ổn định, đồng nhất về chất lượng đầu vào nước mắm cốt, chủ động nguồn nguyên liệu và kiểm soát giá thành cạnh tranh cho chiến lược phát triển sản phẩm nước mắm ở Việt Nam và quốc tế.
2008	**Ngày 18/4/2008**: Công ty Cổ phần Công nghiệp - Thương mại Ma San chính thức trở thành công ty đại chúng.

Năm	Cột mốc quan trọng
	Ngày 11/12/2008: Công ty Cổ phần Công nghiệp - Thương mại Ma San đổi tên thành Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San.
2009	**Ngày 1/7/2009:** Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San bổ sung ngành nghề kinh doanh: Sản xuất Gia vị (không sản xuất tại trụ sở chính) và sản xuất hương liệu (trừ sản xuất hóa chất cơ bản). **Ngày 22/12/2009:** Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San thay đổi trụ sở đến Tầng 12, Tòa nhà Kumho Asiana Plaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, Phường Bến nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh (nay là số 39 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh) từ Phòng 9.6&9.7, Tầng 9, Tòa nhà Etown 2, số 364 Cộng Hòa, Phường 13, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh (nay là số 364 Cộng Hòa, Phường Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh).
2011	**Ngày 9/3/2011:** Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San đổi tên thành Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San. **Ngày 15/4/2011:** Công ty phát hành riêng lẻ cổ phiếu phổ thông cho quỹ đầu tư Kohlberg Kravis Roberts & Co. ("KKR") tương đương 10% vốn điều lệ sau phát hành. **Ngày 17/10/2011 và ngày 4/11/2011:** Công ty mua 50,25% cổ phần Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
2012	**Tháng 12/2012:** Công ty mua thêm 2,95% cổ phần của Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa, nâng tổng số cổ phần nắm giữ lên 53,20%.
2013	**Ngày 1/2/2013:** Công ty mua thành công 24,9% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo. **Ngày 6/2/2013:** Công ty phát hành riêng lẻ cho cổ đông chiến lược KKR, nâng tổng số cổ phiếu sở hữu của KKR lên 18,04%. **Ngày 27/3/2013:** Công ty mua 38,61% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần nắm giữ lên 63,51%. **Ngày 16/12/2013**: Công ty TNHH MTV MasanConsumerHoldings (tiền thân là Công ty TNHH MTV Tư vấn Hoa Bằng Lăng, nay là Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings) trở thành công ty mẹ nắm 56,04% cổ phần Công ty.
2014	**Ngày 22/9/2014:** Công ty chuyển nhượng toàn bộ cổ phần của Công ty trong Công ty Cổ phần nước khoáng Vĩnh Hảo cho Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage. **Ngày 30/12/2014:** Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan – công ty con trực tiếp của Công ty, chào mua thành công 32,84% cổ phần Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex.
2015	**Ngày 14/1/2015:** Công ty TNHH Một thành viên Thực Phẩm Masan – công ty con trực tiếp của Công ty, mua 99,99% cổ phần Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn.

Năm	Cột mốc quan trọng
	Ngày 5/2/2015: Công ty chuyển nhượng toàn bộ cổ phần trong Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa cho Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage – công ty con trực tiếp của Công ty hoạt động trong lĩnh vực đồ uống. **Ngày 10/6/2015:** Công ty thay đổi tên thành "Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan". **Ngày 25/12/2015:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage – công ty con trực tiếp của Công ty, hoàn tất mua 65% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh.
2016	**Ngày 6/1/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage – công ty con trực tiếp của Công ty, hoàn tất việc mua thêm 20,29% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 84,23%. **Ngày 22/2/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage cũng nâng sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%. **Ngày 28/4/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage mua thêm 4,32% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 88,56%. **Ngày 23/5/2016:** Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa mua 85% cổ phần Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN – một công ty sản xuất và bán buôn các sản phẩm từ cà phê và liên quan đến cà phê, nhằm mở rộng nền tảng nghiên cứu và phát triển các sản phẩm cà phê và gia tăng công suất sản xuất. **Ngày 21/6/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan thành lập công ty con là Công ty TNHH Một Thành Viên Nam Ngư Phú Quốc tại Phú Quốc – một công ty sản xuất gia vị. **Ngày 8/7/2016:** Công ty thành lập một công ty con tại Thái Lan – Masan Consumer (Thailand) Limited, để thâm nhập thị trường In-land ASEAN (gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào). Sự kiện này đã đánh dấu bước chân đầu tiên của Tập đoàn trên con đường khai phá tiềm năng to lớn của thị trường In-land ASEAN. **Tháng 10/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Công ty Cổ phần Masan PQ – một công ty sản xuất gia vị, lên 99,99%. **Đầu tháng 12/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.
2017	**Ngày 5/1/2017:** Cổ phiếu Công ty cổ phần Hàng tiêu dùng Masan chính thức giao dịch trên thị trường UPCoM của Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội với mã chứng khoán là MCH theo Quyết định số 892/QĐ-SGDHN ngày 28/12/2016 của Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
2018	**Ngày 5/2/2018:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage thông qua việc chào mua công khai, thành công nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 98,49%.

Năm	Cột mốc quan trọng
	Ngày 27/4/2018: Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh Dưỡng Sài Gòn ("SNF") (Công ty con gián tiếp của Công ty) đã ký hợp tác chiến lược với Công ty Jinju Ham ("Jinju Ham") - một công ty sản xuất thịt chế biến có thương hiệu hàng đầu Hàn Quốc. Jinju Ham đã mua 25% cổ phần của SNF thông qua đợt chào bán cổ phiếu sơ cấp và SNF được đổi tên thành "Công ty Cổ phần Masan Jinju". Hợp tác chiến lược này tạo nên sự cộng hưởng giữa công nghệ tiên tiến của Jinju Ham cùng với kinh nghiệm của Tập đoàn tại thị trường tiêu dùng Việt Nam.
2019	**Tháng 12/2019:** Masan HPC – công ty con trực tiếp thuộc ngành hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình do Công ty nắm giữ 100% cổ phần, đã chào mua tối đa 60% cổ phần của Công ty cổ phần Bột giặt NET ("NETCO") với giá 48.000 đồng/cổ phiếu. Kết quả của việc chào mua này là Masan HPC đã sở hữu 52,25% cổ phiếu NETCO vào đầu năm 2020. Giao dịch này nhất quán với chiến lược 5 năm của Masan nhằm mở rộng danh mục sản phẩm thêm ngành hàng HPC để phục vụ thị trường gần 100 triệu dân.
2022	**Tháng 9/2022:** Tập đoàn đã thực hiện tái cấu trúc nhằm tập trung vào ngành hàng tiêu dùng nhanh bằng việc chuyển nhượng toàn bộ 74,99% cổ phần tại Công ty Cổ phần Masan Jinju sang Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (nay là Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings) để tập trung vào các ngành hàng cốt lõi (Gia vị, Thực phẩm tiện lợi, Đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, Cà phê và HPC) và chỉ cung cấp dịch vụ phân phối cho các sản phẩm thịt chế biến của Masan Jinju. **Tháng 12/2022:** Công ty Cổ phần Café De Nam hoàn tất việc sáp nhập vào Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo. Đồng thời, Công ty đã thành lập thêm Công ty TNHH Masan HG 2 nhằm mở rộng hệ thống sản xuất và phân phối thực phẩm, đồ uống không cồn và hóa mỹ phẩm ở miền Tây Nam Bộ.
2023	**Ngày 21/9/2023:** Nhằm nâng cấp cơ sở vật chất và thuận lợi cho trao đổi liên lạc, Công ty đã thay đổi trụ sở chính từ Tòa nhà MPlaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh (nay là số 39 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh) về Tòa nhà Masan Tower số 23 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh (nay là số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh), cũng là nơi đặt trụ sở chính của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan.
2025	**Ngày 3/3/2025:** Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông năm 2025 thông qua kế hoạch hủy giao dịch cổ phiếu của Công ty trên sàn giao dịch UPCoM và niêm yết cổ phiếu của Công ty trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh. **Ngày 17/3/2025:** Công ty TNHH MTV Thực phẩm Masan – một công ty con sở hữu trực tiếp bởi Tập đoàn, đã hoàn tất việc mua lại 100% lợi ích vốn chủ sở hữu trong Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang – một công ty chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản.

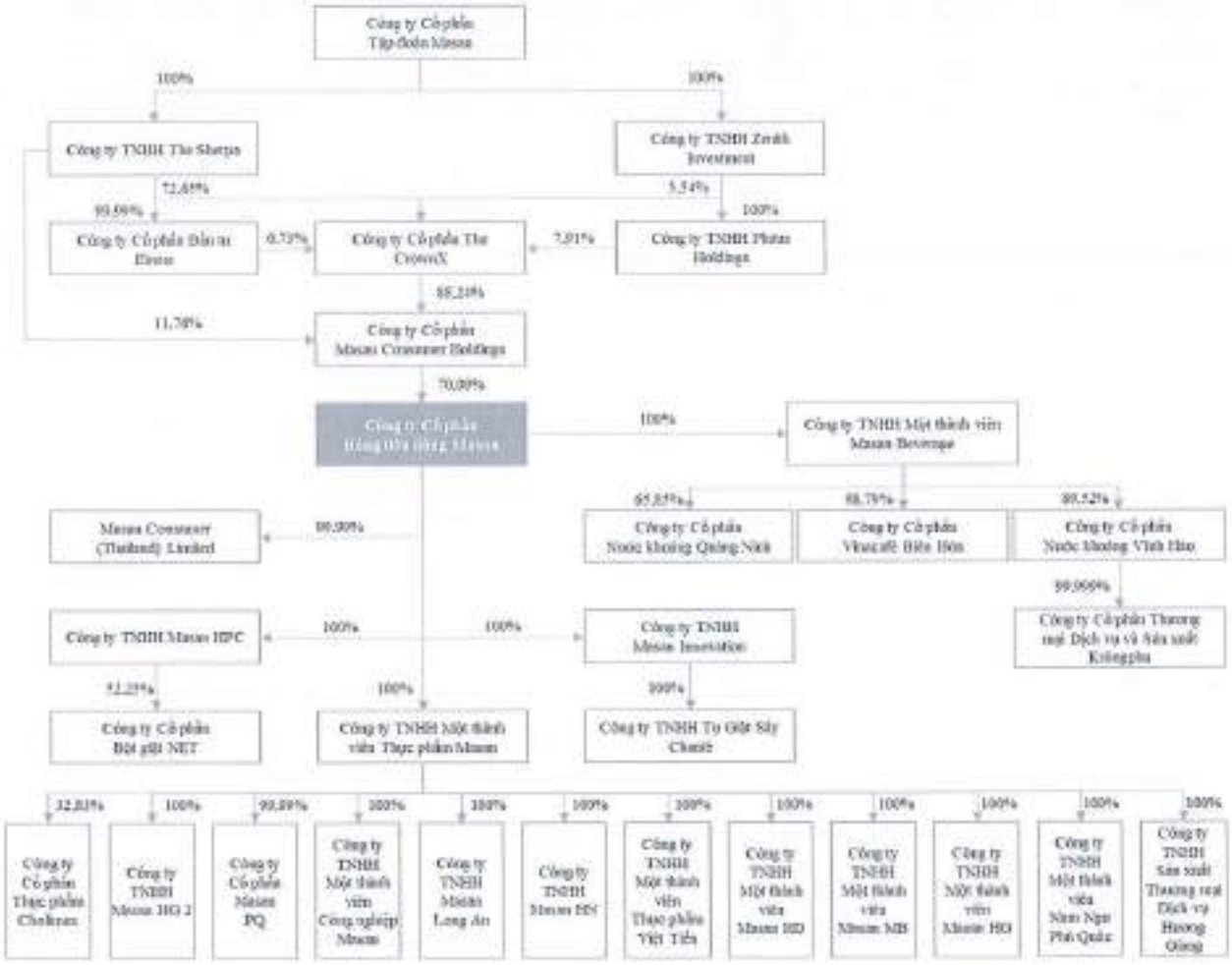
Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

3. Cơ cấu tổ chức của Công ty (và cơ cấu trong Tập đoàn Masan)

Cơ cấu của CTCP Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con được tổ chức và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp. Các hoạt động của Công ty tuân thủ Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán và các Luật khác có liên quan và Điều lệ Công ty được Đại hội đồng cổ đông nhất trí thông qua. Tại thời điểm 30/09/2025, CTCP Hàng tiêu dùng Masan có 5 công ty con sở hữu trực tiếp, 17 công ty con sở hữu gián tiếp và 01 công ty liên kết sở hữu gián tiếp. CTCP Hàng tiêu dùng Masan có 01 công ty mẹ trực tiếp là Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings.

Cơ cấu tổ chức và tỷ lệ quyền biểu quyết (%) của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại thời điểm 30/09/2025, cụ thể như sơ đồ bên dưới:

Hình 3: CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong cấu trúc của Tập đoàn Masan tại 30/09/2025



Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Tóm tắt thông tin của các công ty con và công ty liên kết theo hoạt động kinh doanh:

Hiện tại Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan sở hữu 22 công ty con trực tiếp và gián tiếp và 1 công ty liên kết sở hữu gián tiếp, hoạt động sản xuất và kinh doanh đa dạng ở các ngành khác nhau như ngành hàng gia vị, ngành hàng thực phẩm tiện lợi, ngành hàng đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, ngành hàng cà phê và ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình.

Trong đó, hoạt động chính của Công ty Cổ phần hàng tiêu dùng Masan là quản lý vốn đầu tư, phân phối sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, cà phê, và hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình - HPC (nước giặt, nước rửa chén, v.v.) và sản xuất một số mặt hàng hương liệu để phân phối cho các công ty con sản xuất sản phẩm cuối cùng; 5 công ty con trực tiếp hoạt động chính là quản lý vốn đầu tư vào các công ty con; và 17 công ty con gián tiếp hoạt động chính là sản xuất và kinh doanh sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, cà phê, và hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình.

Phần lớn các công ty thành viên trong Tập đoàn không hoạt động riêng lẻ mà được tổ chức theo một hệ thống vận hành chặt chẽ, phối hợp nhịp nhàng để tối ưu hóa nguồn vốn kinh doanh, chuỗi cung ứng, từ sản xuất, phân phối đến bán lẻ. Ngoài ra, có nhiều công ty con không chỉ sản xuất một nhóm sản phẩm nhất định mà còn linh hoạt mở rộng sang các ngành hàng liên quan nhờ vào việc tận dụng công nghệ sản xuất, hệ thống vận hành và kênh phân phối sẵn có.

Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Tập đoàn

STT	Tên công ty	Tên viết tắt	Lĩnh vực hoạt động chính	Quan hệ với Tập đoàn	Tỷ lệ sở hữu tại ngày 30/09/2025	Trụ sở chính
Ngành thực phẩm						
1	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan	Công nghiệp Masan	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi	Công ty con gián tiếp	100%	TP.HCM
2	Công ty Cổ phần Masan PQ	Masan PQ	Sản xuất gia vị	Công ty con gián tiếp	99,99%	Tỉnh An Giang
3	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD	Masan HD	Sản xuất thực phẩm tiện lợi và gia vị	Công ty con gián tiếp	100%	Thành phố Hải Phòng
4	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB (*)	Masan MB	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, và đồ uống	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh Nghệ An
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG (*)	Masan HG	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, và đồ uống	Công ty con gián tiếp	100%	Thành phố Cần Thơ
6	Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc	Nam Ngư Phú Quốc	Sản xuất gia vị	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh An Giang
7	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	Cholimex	Sản xuất và kinh doanh gia vị	Công ty liên kết sở hữu gián tiếp	32,83%	TP.HCM
8	Công ty TNHH Masan Long An (**)	Masan Long An	Sản xuất gia vị và nước uống đóng chai	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh Tây Ninh

STT	Tên công ty	Tên viết tắt	Lĩnh vực hoạt động chính	Quan hệ với Tập đoàn	Tỷ lệ sở hữu tại ngày 30/09/2025	Trụ sở chính
9	Công ty TNHH Masan HN (**)	Masan HN	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh Ninh Bình
10	Công ty TNHH Masan HG 2 (**)	Masan HG 2	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, bao bì và đồ uống	Công ty con gián tiếp	100%	Thành phố Cần Thơ
11	Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang	Hương Giang	Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh Lâm Đồng
Ngành đồ uống						
1	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa	VinaCafé B.H	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Công ty con gián tiếp	98,79%	Tỉnh Đồng Nai
2	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo	Vĩnh Hảo	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Công ty con gián tiếp	89,52%	Tỉnh Lâm Đồng
3	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha	Kronfa	Sản xuất đồ uống	Công ty con gián tiếp	89,52%	Tỉnh Khánh Hòa
4	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	QNW Corp	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Công ty con gián tiếp	65,85%	Tỉnh Quảng Ninh
5	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	Việt Tiến	Sản xuất nước uống đóng chai	Công ty con gián tiếp	100%	TP.HCM
6	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB (*)	Masan MB	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, và đồ uống	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh Nghệ An
7	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG (*)	Masan HG	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, và đồ uống	Công ty con gián tiếp	100%	Thành phố Cần Thơ
8	Công ty TNHH Masan Long An (*) (**)	Masan Long An	Sản xuất gia vị và nước uống đóng chai	Công ty con gián tiếp	100%	Tỉnh Tây Ninh
Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình						
1	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	NETCO	Sản xuất và kinh doanh sản phẩm chăm sóc gia đình	Công ty con gián tiếp	52,25%	Tỉnh Đồng Nai
2	Công ty TNHH Tự Giặt Sấy Chanté (trước đây là "Công ty TNHH Giặt Ủi Chuyên nghiệp Joins Pro")	Chanté	Cung cấp dịch vụ giặt ủi	Công ty con gián tiếp	100%	TP.HCM
Ngành khác						
1	Masan Consumer (Thailand) Limited	MTH	Phân phối	Công ty con trực tiếp	99,99%	Thái Lan
2	Công ty TNHH Masan HPC	Masan HPC	Quản lý vốn đầu tư	Công ty con trực tiếp	100%	TP.HCM
3	Công ty TNHH Masan Innovation	Masan Innovation	Phân phối	Công ty con trực tiếp	100%	TP.HCM

STT	Tên công ty	Tên viết tắt	Lĩnh vực hoạt động chính	Quan hệ với Tập đoàn	Tỷ lệ sở hữu tại ngày 30/09/2025	Trụ sở chính
4	Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan	Masan Food	Quản lý vốn đầu tư	Công ty con trực tiếp	100%	TP.HCM
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage	Masan Beverage	Quản lý vốn đầu tư	Công ty con trực tiếp	100%	TP.HCM

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*): Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB, Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG và *Công ty TNHH Masan Long An hoạt động ở cả hai ngành hàng thực phẩm và đồ uống.*

(**): *Công ty TNHH Masan Long An, Công ty TNHH Masan HN* và *Công ty TNHH Masan HG 2 hiện đang trong giai đoạn xây dựng cơ bản.*

Mối quan hệ với CTCP Tập đoàn Masan:

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan quản lý cổ phần, phần vốn góp chi phối gián tiếp tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan thông qua các công ty là: Công ty TNHH The Sherpa, Công ty Cổ phần The CrownX và Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings. Cụ thể, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan tính tại ngày 30/09/2025 sở hữu gián tiếp 65,65% lợi ích kinh tế tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan thông qua việc nắm giữ cổ phần của các công ty đã nêu trên.

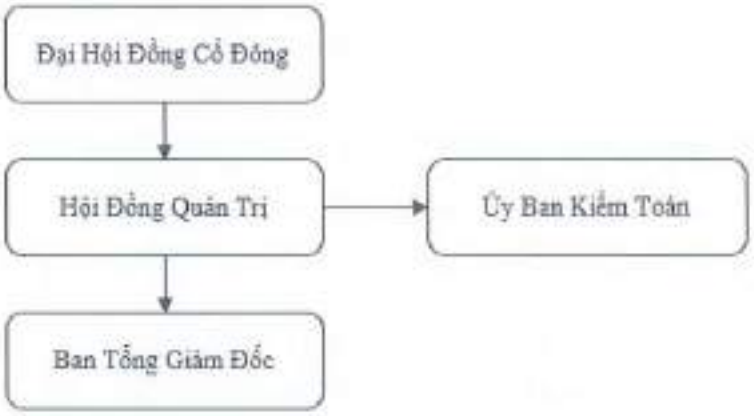
Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan tác động gián tiếp đến quyết định về Điều lệ Công ty, cơ cấu tổ chức, phương hướng phát triển, chiến lược kinh doanh, v.v. của CTCP Hàng tiêu dùng Masan căn cứ trên số phiếu biểu quyết mà Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings đang nắm giữ tại Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan.

4. Cơ cấu quản trị và bộ máy quản lý của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

CTCP Hàng tiêu dùng Masan được tổ chức và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp đã được Quốc hội nước Cộng Hoà Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam thông qua. Các hoạt động của Công ty tuân thủ Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán và các Luật khác có liên quan và Điều lệ Công ty được Đại hội đồng cổ đông nhất trí thông qua. Tính đến ngày lập Bản Cáo Bạch này, cơ cấu quản lý của Công ty như sau:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Hình 4: Cơ cấu quản trị và bộ máy quản lý của của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan



Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

4.1. Đại Hội Đồng Cổ Đông

Đại Hội Đồng Cổ Đông (ĐHĐCĐ) gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết và là cơ quan có thẩm quyền quyết định cao nhất của Công ty. ĐHĐCĐ quyết định những vấn đề được Luật pháp và Điều lệ Công ty quy định.

Cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên được tổ chức mỗi năm một lần. Ngoài cuộc họp thường niên, ĐHĐCĐ có thể họp bất thường. Địa điểm họp ĐHĐCĐ được xác định là nơi chủ tọa dự họp và phải ở trên lãnh thổ Việt Nam. ĐHĐCĐ phải họp thường niên trong thời hạn 04 (bốn) tháng kể từ ngày kết thúc năm tài chính, tuy nhiên HĐQT có thể quyết định gia hạn họp ĐHĐCĐ thường niên trong trường hợp cần thiết, nhưng không quá 06 (sáu) tháng kể từ ngày kết thúc năm tài chính.

4.2. Hội Đồng Quản Trị

Hội Đồng Quản Trị (HĐQT) là cơ quan quản lý Công ty, có toàn quyền nhân danh Công ty để quyết định, thực hiện quyền và nghĩa vụ của Công ty, trừ các quyền và nghĩa vụ thuộc thẩm quyền của ĐHĐCĐ. HĐQT thông qua nghị quyết, quyết định bằng biểu quyết tại cuộc họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản. Mỗi thành viên HĐQT có một phiếu biểu quyết. HĐQT có thể thông qua một nghị quyết để ủy quyền cho Chủ tịch HĐQT thay mặt HĐQT ra quyết định hoặc thực hiện một hoặc một số quyền và nghĩa vụ của HĐQT theo Điều lệ Công ty quy định.

HĐQT của CTCP Hàng tiêu dùng Masan hiện nay bao gồm 06 thành viên. Các thành viên HĐQT của Công ty được ĐHĐCĐ của Công ty bầu và miễn nhiệm. HĐQT của Công ty chịu trách nhiệm giám sát và chỉ đạo hoạt động kinh doanh và các công việc của Công ty. HĐQT của Công ty có thẩm quyền bổ nhiệm các nhân sự quản lý chủ chốt cũng như có trách nhiệm giám sát các nhân sự quản lý đó của Công ty. Chủ tịch HĐQT được HĐQT của Công ty bầu và miễn nhiệm. Nếu xét thấy cần thiết, theo đề xuất của Chủ tịch HĐQT, HĐQT có thể bầu một hoặc một số Phó Chủ tịch từ các thành viên HĐQT. Chủ tịch HĐQT không được kiêm nhiệm chức danh Tổng Giám Đốc của Công ty.

Danh sách thành viên HĐQT gồm:

STT	Họ và Tên	Chức vụ
1	Ông Danny Le	Chủ tịch HĐQT
2	Ông Trương Công Thắng	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
3	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc
4	Ông Nguyễn Thiều Quang	Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán
5	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên HĐQT độc lập
6	Ông Trương Nhật Quang	Thành viên HĐQT độc lập và Chủ tịch Uỷ ban Kiểm toán

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

4.3. Ủy Ban Kiểm Toán

Ủy Ban Kiểm Toán là cơ quan chuyên môn thuộc HĐQT, có từ 02 thành viên trở lên. Hiện Ủy Ban Kiểm Toán của CTCP Hàng tiêu dùng Masan đang có 02 thành viên.

Ủy Ban Kiểm Toán có các quyền và nghĩa vụ theo điều lệ Công ty, chủ yếu là các quyền, nghĩa vụ sau:

- Giám sát tính trung thực của báo cáo tài chính của Công ty và công bố chính thức liên quan đến kết quả tài chính của Công ty.
- Rà soát hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro.
- Rà soát giao dịch với người có liên quan thuộc thẩm quyền phê duyệt của HĐQT hoặc ĐHĐCĐ và đưa ra khuyến nghị về những giao dịch cần có phê duyệt của HĐQT hoặc ĐHĐCĐ.
- Giám sát bộ phận kiểm toán nội bộ của Công ty.
- Kiến nghị công ty kiểm toán độc lập, mức thù lao và điều khoản liên quan trong hợp đồng với công ty kiểm toán để HĐQT thông qua trước khi trình lên ĐHĐCĐ thường niên phê duyệt.
- Theo dõi và đánh giá sự độc lập, khách quan của công ty kiểm toán và hiệu quả của quá trình kiểm toán, đặc biệt trong trường hợp Công ty có sử dụng các dịch vụ phi kiểm toán của bên kiểm toán.
- Giám sát nhằm bảo đảm Công ty tuân thủ quy định của Pháp luật, yêu cầu của cơ quan quản lý và quy định nội bộ khác của Công ty.
- Được quyền tiếp cận các tài liệu liên quan đến tình hình hoạt động của Công ty, trao đổi với các thành viên HĐQT khác, Tổng Giám đốc, Kế toán trưởng để thu thập thông tin phục vụ hoạt động của Ủy Ban Kiểm Toán.
- Có quyền yêu cầu đại diện tổ chức kiểm toán được chấp thuận tham dự và trả lời các vấn đề liên quan báo cáo tài chính kiểm toán tại các cuộc họp của Ủy Ban Kiểm Toán.
- Sử dụng dịch vụ tư vấn pháp luật, kế toán hoặc các tư vấn khác bên ngoài khi cần thiết.

- Xây dựng và trình HĐQT các chính sách phát hiện và quản lý rủi ro; đề xuất với HĐQT các giải pháp xử lý rủi ro phát sinh trong hoạt động của Công ty.
- Lập báo cáo bằng văn bản gửi đến HĐQT khi phát hiện thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc không thực hiện đầy đủ trách nhiệm theo quy định tại Luật doanh nghiệp và Điều lệ của Công ty.
- Xây dựng Quy chế hoạt động của Ủy Ban Kiểm Toán và trình HĐQT thông qua.
- Các quyền và nghĩa vụ khác theo quy định của Pháp luật.

Danh sách thành viên Ủy Ban Kiểm Toán gồm:

STT	Họ và Tên	Chức vụ
1	Ông Trương Nhật Quang	Thành viên HĐQT độc lập kiêm Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán
2	Ông Nguyễn Thiều Quang	Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

4.4. Ban Tổng Giám Đốc, Giám đốc tài chính và Kế Toán Trưởng

Ban Tổng Giám Đốc của Công ty được HĐQT bổ nhiệm và miễn nhiệm. Tổng Giám Đốc và các nhân sự quản lý cao cấp khác có nhiệm vụ hoạch định chiến lược phát triển, giám sát và phân bổ công việc cho đội ngũ nhân viên của Công ty, kiểm soát tình hình tài chính và kế toán, quản lý vốn và kiểm soát nội bộ của Công ty. Ban Tổng Giám Đốc của CTCP Hàng tiêu dùng Masan hiện đang có 03 thành viên, 01 Giám đốc tài chính và 01 Kế toán trưởng.

Tổng Giám đốc có các quyền và nghĩa vụ sau:

- Thực hiện các nghị quyết, quyết định của HĐQT và ĐHĐCĐ, kế hoạch kinh doanh và kế hoạch đầu tư của Công ty đã được HĐQT và ĐHĐCĐ thông qua;
- Quyết định đầu tư hoặc bán tài sản của Công ty có giá trị nhỏ hơn 1% tổng giá trị tài sản của Công ty được ghi trong báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất. Quy định này không áp dụng đối với hợp đồng và giao dịch thuộc thẩm quyền phê duyệt của HĐQT theo quy định của Điều lệ Công ty;
- Quyết định các hợp đồng mua, bán, vay, cho vay và hợp đồng khác có giá trị nhỏ hơn 35% tổng giá trị tài sản của Công ty được ghi trong báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất. Quy định này không áp dụng đối với hợp đồng và giao dịch thuộc thẩm quyền phê duyệt của HĐQT và ĐHĐCĐ theo quy định của Điều lệ Công ty;
- Quyết định tất cả các vấn đề liên quan đến công việc kinh doanh hằng ngày của Công ty mà không thuộc thẩm quyền của HĐQT, bao gồm việc thay mặt Công ty ký kết các hợp đồng mà Công ty là một bên tham gia, tổ chức và điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh hằng ngày của Công ty theo những thông lệ quản lý tốt nhất;
- Quyết định số lượng người lao động, mức lương, trợ cấp, lợi ích, việc bổ nhiệm, miễn nhiệm và các điều khoản khác liên quan đến hợp đồng lao động của họ;

- Đề xuất những biện pháp nâng cao hoạt động và quản lý của Công ty; và
- Quyền và nghĩa vụ khác theo quy định của Pháp luật, Điều lệ Công ty, các quy chế của Công ty và các nghị quyết, quyết định của HĐQT.

Danh sách Ban Tổng Giám Đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán Trưởng gồm:

STT	Họ và Tên	Chức vụ
1	Ông Trương Công Thắng	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
2	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc
3	Ông Phạm Hồng Sơn	Phó Tổng Giám đốc
4	Ông Phạm Đình Toại	Phó Tổng Giám đốc
5	Ông Huỳnh Việt Thăng	Giám đốc tài chính
6	Bà Phan Thị Thúy Hoa	Kế toán trưởng

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

5. Thông tin về công ty mẹ, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức đăng ký niêm yết, những công ty mà Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần, phần vốn góp chi phối trong các năm 2023, 2024 và tính đến thời điểm 30/09/2025

5.1. Công ty mẹ của Công ty

CTCP Hàng tiêu dùng Masan có công ty mẹ là Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (trước đây là Công ty TNHH MasanConsumerHoldings), thông tin cụ thể như sau:

STT	Công ty mẹ
1	**Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (trước đây là Công ty TNHH MasanConsumerHoldings) ("Masan Consumer Holdings")** ▪ Ngày thành lập: 06/08/2009 ▪ GCN ĐKDN: Số 0309269038 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 06/08/2009, đăng ký thay đổi lần thứ 11 ngày 13/05/2025 ▪ Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Tư vấn quản lý đầu tư ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 585.480.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan Consumer Holdings tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan:

STT	Công ty mẹ
	<table><tr><th>Thời điểm</th><th>Tỷ lệ sở hữu/ VĐL</th><th>Tỷ lệ quyền biểu quyết</th></tr><tr><td>31/12/2023</td><td>92,29%</td><td>93,69%</td></tr><tr><td>31/12/2024</td><td>91,27%</td><td>92,65%</td></tr><tr><td>30/09/2025</td><td>69,37%</td><td>70,09%</td></tr></table> ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan Consumer Holdings trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

5.2. Công ty con trực tiếp của Công ty

5.2.1. Thông tin tổng quan

CTCP Hàng tiêu dùng Masan có 05 công ty con trực tiếp, thông tin cụ thể như sau:

STT	Công ty con trực tiếp
1	**Công ty TNHH Một Thành Viên Thực phẩm Masan ("Masan Food")** ▪ Ngày thành lập: 29/03/2011 ▪ GCN ĐKDN: Số 0310730197 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 29/03/2011, đăng ký thay đổi lần thứ 22 ngày 11/04/2025. ▪ Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Quản lý vốn đầu tư ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 4.188.500.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan Food: <table><tr><th>Thời điểm</th><th>Tỷ lệ sở hữu/ VĐL</th><th>Tỷ lệ quyền biểu quyết</th></tr><tr><td>31/12/2023</td><td>100,00%</td><td>100,00%</td></tr><tr><td>31/12/2024</td><td>100,00%</td><td>100,00%</td></tr><tr><td>30/09/2025</td><td>100,00%</td><td>100,00%</td></tr></table>▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan Food tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
2	**Công ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage ("Masan Beverage")** ▪ Ngày thành lập: 28/05/2014

STT	Công ty con trực tiếp
	▪ GCN ĐKDN: Số 0312797567 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 28/05/2014, đăng ký thay đổi lần thứ 10 ngày 11/09/2024 ▪ Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Quản lý vốn đầu tư ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 4.315.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan Beverage: **Thời điểm** / **Tỷ lệ sở hữu/ VĐL** / **Tỷ lệ quyền biểu quyết** 31/12/2023 / 100,00% / 100,00% 31/12/2024 / 100,00% / 100,00% 30/09/2025 / 100,00% / 100,00% ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan Beverage tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
3	**Masan Consumer (Thailand) Limited ("MTH")** ▪ Ngày thành lập: 08/07/2016 ▪ GCN ĐKDN: Số 010555910555 do Phòng Phát Triển Doanh nghiệp của nước Thái Lan cấp ngày 08/07/2016, đăng ký thay đổi lần thứ 2 ngày 21/02/2019. ▪ Địa chỉ: Số 83, Lầu 4, Đường Amnuay Songkhram, Tiểu khu Tanon Nakornchaisri, Quận Dusit, Bangkok, Thái Lan. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Phân phối ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 100.000.005 THB ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan Consumer (Thailand) Limited: **Thời điểm** / **Tỷ lệ sở hữu/ VĐL** / **Tỷ lệ quyền biểu quyết** 31/12/2023 / 99,99% / 99,99% 31/12/2024 / 99,99% / 99,99% 30/09/2025 / 99,99% / 99,99% ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan Consumer (Thailand) Limited tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

STT	Công ty con trực tiếp
4	**Công ty TNHH Masan HPC ("Masan HPC")** ▪ Ngày thành lập: 20/12/2019 ▪ GCN ĐKDN: Số 0316076125 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 20/12/2019, đăng ký thay đổi lần thứ 1 ngày 12/09/2024. ▪ Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Quản lý vốn đầu tư ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 605.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan HPC:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan HPC tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

STT	Công ty con trực tiếp
5	**Công ty TNHH Masan Innovation ("Masan Innovation")** ▪ Ngày thành lập: 09/12/2019 ▪ GCN ĐKDN: Số 0316630008 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 09/12/2019, đăng ký thay đổi lần thứ 2 ngày 25/09/2024 ▪ Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Phân phối ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 60.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan Innovation:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

STT	Công ty con trực tiếp
	▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan Innovation tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

5.2.2. Thông tin tài chính

Bảng 4: Thông tin tài chính của các công ty con trực tiếp của Công ty

Đơn vị: triệu đồng

Năm	Công ty	Doanh thu thuần	Lợi nhuận/(Lỗ) sau thuế	Tổng tài sản	Vốn chủ sở hữu
2023	Công ty TNHH Một Thành Viên Thực phẩm Masan	-	4.943.570	7.449.817	3.671.400
	Công ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage	-	12.483	4.375.901	4.315.000
	Masan Consumer (Thailand) Limited	56.417	(4.789)	49.797	27.008
	Công ty TNHH Masan HPC	-	45.383	653.410	605.000
	Công ty TNHH Masan Innovation	-	(12.134)	48.688	48.677
2024	Công ty TNHH Một Thành Viên Thực phẩm Masan	-	3.974.499	4.103.377	3.999.459
	Công ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage	-	842.526	4.319.795	4.317.562
	Masan Consumer (Thailand) Limited	63.401	(11.080)	32.434	18.486
	Công ty TNHH Masan HPC	-	61.526	608.283	608.007
	Công ty TNHH Masan Innovation	-	76	48.777	48.753
6T2025	Công ty TNHH Một Thành Viên Thực phẩm Masan	-	2.513.411	6.702.914	4.202.871
	Công ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage	-	889	4.318.609	4.318.452
	Masan Consumer (Thailand) Limited	34.577	(3.283)	49.030	16.004
	Công ty TNHH Masan HPC	-	1.176	609.377	609.184

Năm	Công ty	Doanh thu thuần	Lợi nhuận/(Lỗ) sau thuế	Tổng tài sản	Vốn chủ sở hữu
	Công ty TNHH Masan Innovation	-	387	49.152	49.140
9T2025	Công ty TNHH Một Thành Viên Thực phẩm Masan	-	2.513.553	4.203.089	4.203.013
	Công ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage	-	7.660	4.325.418	4.318.918
	Masan Consumer (Thailand) Limited	49.922	(7.506)	31.296	13.256
	Công ty TNHH Masan HPC	-	1.817	610.061	609.825
	Công ty TNHH Masan Innovation	-	596	49.366	49.349

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngoại trừ Masan Consumer (Thailand) Limited, các công ty con trực tiếp còn lại của CTCP Hàng tiêu dùng Masan chủ yếu sở hữu vốn trong các công ty con sở hữu gián tiếp và công ty liên kết khác. Do đó, các công ty này không phát sinh doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ.

Công ty thực hiện trích lập dự phòng căn cứ theo Đoạn 8 của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 01 – Chuẩn mực chung và Khoản 9, Điều 40 và Điểm b, Khoản 1.1, Điều 45 của Thông tư số 200/2014/TT-BTC Hướng dẫn Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam.

Công ty đã rà soát và đánh giá giá trị các khoản đầu tư vào các công ty con dựa trên thông tin tài chính và tình hình hoạt động thực tế của từng công ty con khi lập báo cáo tài chính riêng lẻ, Kết quả đánh giá cho thấy không có dấu hiệu dẫn đến suy giảm trọng yếu giá trị vốn đầu tư hoặc rủi ro mất vốn trọng yếu của các khoản đầu tư vào các công ty con, Do đó, Công ty xác định việc thực hiện trích lập dự phòng tổn thất cho các khoản đầu tư vào các công ty con tại các kỳ báo cáo cuối năm 2023, năm 2024 và tại ngày 30 tháng 6 năm 2025 là không cần thiết và hướng xử lý kế toán này là phù hợp với quy định kế toán hiện hành.

5.3. Công ty con gián tiếp của Công ty

CTCP Hàng tiêu dùng Masan có 17 công ty con gián tiếp, thông tin cụ thể như sau:

STT	Công ty con gián tiếp
1	**Công ty TNHH Một Thành Viên Công Nghiệp Masan ("Công nghiệp Masan")** ▪ Ngày thành lập: 10/06/2002

STT	Công ty con gián tiếp
	▪ GCN ĐKDN: Số 3700424923 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Bình Dương (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 10/06/2002, đăng ký thay đổi lần thứ 19 ngày 22/01/2025 ▪ Địa chỉ: Lô 06, Khu công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Dĩ An, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 800.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Công nghiệp Masan:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Công nghiệp Masan tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

2	**Công ty TNHH Một Thành Viên Công Nghệ Thực Phẩm Việt Tiến ("Việt Tiến")**
	▪ Ngày thành lập: 10/05/2001 ▪ GCN ĐKDN: Số 0302318078 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 10/05/2001, đăng ký thay đổi lần thứ 16 ngày 10/04/2025 ▪ Địa chỉ: Lô số III-10, Đường số 1, Nhóm Công nghiệp III, Khu Công nghiệp Tân Bình, Phường Tây Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất nước uống đóng chai ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 33.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Việt Tiến:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

STT	Công ty con gián tiếp
	▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Việt Tiến tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
3	**Công ty Cổ phần Masan PQ ("Masan PQ")** ▪ Ngày thành lập: 27/06/2007 ▪ GCN ĐKDN: Số 1700544328 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Kiên Giang (nay là Sở Tài chính Tỉnh An Giang) cấp lần đầu ngày 27/06/2007, đăng ký thay đổi lần thứ 5 ngày 06/02/2024 ▪ Địa chỉ: Tổ 1, Ấp Suối Đá, Xã Dương Tơ, Đặc khu Phú Quốc, Tỉnh An Giang, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 70.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan PQ:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	99,99%	99,99%
31/12/2024	99,99%	99,99%
30/09/2025	99,99%	99,99%

▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan PQ tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

STT	Công ty con gián tiếp
4	**Công ty TNHH Masan Long An ("Masan Long An")** ▪ Ngày thành lập: 23/01/2019 ▪ GCN ĐKDN: Số 1101905952 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Long An (nay là Sở Tài chính Tỉnh Tây Ninh) cấp lần đầu ngày 23/01/2019, đăng ký thay đổi lần thứ 1 ngày 11/01/2024 ▪ Địa chỉ: Ấp 2, Xã Thạnh Lợi, Tỉnh Tây Ninh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị và nước uống đóng chai ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 264.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan Long An:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

STT	Công ty con gián tiếp
	▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan Long An tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
5	**Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD ("Masan HD")** ▪ Ngày thành lập: 13/03/2009 ▪ GCN ĐKDN: Số 0800570880 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Hải Dương (nay là Sở Tài chính Thành phố Hải Phòng) cấp lần đầu ngày 13/03/2009, đăng ký thay đổi lần thứ 7 ngày 23/02/2024 ▪ Địa chỉ: Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Phường Tứ Minh, Thành phố Hải Phòng, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất thực phẩm tiện lợi và gia vị ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 68.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan HD:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan HD tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

STT	Công ty con gián tiếp
6	**Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB ("Masan MB")** ▪ Ngày thành lập: 20/10/2014 ▪ GCN ĐKDN: Số 2901738808 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Nghệ An (nay là Sở Tài Chính Tỉnh Nghệ An) cấp lần đầu ngày 20/10/2014, đăng ký thay đổi lần thứ 5 ngày 03/6/2022 ▪ Địa chỉ: Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cấm - Khu kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Trung Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 620.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan MB:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	100,00%	100,00%
31/12/2024	100,00%	100,00%

STT	Công ty con gián tiếp
	30/09/2025 | 100,00% | 100,00% ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan MB tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
7	**Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG ("Masan HG")** ▪ Ngày thành lập: 11/06/2015 ▪ GCN ĐKDN: Số 6300262818 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Hậu Giang (nay là Sở Tài Chính Thành phố Cần Thơ) cấp lần đầu ngày 11/06/2015, đăng ký thay đổi lần thứ 5 ngày 20/12/2024 ▪ Địa chỉ: Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Châu Thành, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 942.500.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan HG: **Thời điểm** | **Tỷ lệ sở hữu/ VĐL** | **Tỷ lệ quyền biểu quyết** 31/12/2023 | 100,00% | 100,00% 31/12/2024 | 100,00% | 100,00% 30/09/2025 | 100,00% | 100,00% ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan HG tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
8	**Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc ("Nam Ngư Phú Quốc")** ▪ Ngày thành lập: 21/06/2016 ▪ GCN ĐKDN: Số 1702051991 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Kiên Giang (nay là Sở Tài Chính Tỉnh An Giang) cấp lần đầu ngày 21/06/2016, đăng ký thay đổi lần thứ 4 ngày 06/02/2024 ▪ Địa chỉ: Tổ 1, ấp Suối Đá, Xã Dương Tơ, Đặc khu Phú Quốc, Tỉnh An Giang, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 130.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Nam Ngư Phú Quốc: **Thời điểm** | **Tỷ lệ sở hữu/ VĐL** | **Tỷ lệ quyền biểu quyết** 31/12/2023 | 100,00% | 100,00% 31/12/2024 | 100,00% | 100,00%

STT	Công ty con gián tiếp
	30/09/2025 | 100,00% | 100,00% ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Nam Ngư Phú Quốc tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
9	**Công ty TNHH Masan HN ("Masan HN")** ▪ Ngày thành lập: 05/08/2020 ▪ GCN ĐKDN: Số 0700841110 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Hà Nam (nay là Sở Tài Chính Tỉnh Ninh Bình) cấp lần đầu ngày 05/08/2020, đăng ký thay đổi lần thứ 1 ngày 29/7/2024 ▪ Địa chỉ: Lô CN-08 & CN-14, Khu công nghiệp Đồng Văn IV, Phường Lê Hồ, Tỉnh Ninh Bình, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 390.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan HN: **Thời điểm** | **Tỷ lệ sở hữu/ VĐL** | **Tỷ lệ quyền biểu quyết** 31/12/2023 | 100,00% | 100,00% 31/12/2024 | 100,00% | 100,00% 30/09/2025 | 100,00% | 100,00% ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan HN tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
10	**Công ty TNHH Masan HG 2 ("Masan HG2")** ▪ Ngày thành lập: 15/12/2022 ▪ GCN ĐKDN: Số 6300356544 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Hậu Giang (nay là Sở Tài Chính Thành phố Cần Thơ) cấp lần đầu ngày 15/12/2022, đăng ký thay đổi lần thứ 1 ngày 16/6/2025. ▪ Địa chỉ: Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Châu Thành, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, bao bì và đồ uống ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 275.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Masan HG2: **Thời điểm** | **Tỷ lệ sở hữu/ VĐL** | **Tỷ lệ quyền biểu quyết** 31/12/2023 | 100,00% | 100,00%

STT	Công ty con gián tiếp

31/12/2024	100,00%	100,00%
30/09/2025	100,00%	100,00%

- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Masan HG2 tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

11 Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa ("VinaCafé B.H")

- Ngày thành lập: 29/12/2004
- GCN ĐKDN: Số 3600261626 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Đồng Nai (nay là Sở Tài Chính Tỉnh Đồng Nai) cấp lần đầu ngày 29/12/2004, đăng ký thay đổi lần thứ 21 ngày 11/09/2025
- Địa chỉ: Lô đất số C.I.III – 3+5+7, Khu công nghiệp Long Thành, Xã An Phước, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam.
- Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất và kinh doanh đồ uống
- Vốn điều lệ đăng ký: 265.791.350.000 đồng
- Tình hình góp vốn: Đã góp đủ.
- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại VinaCafé B.H:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	98,79%	98,79%
31/12/2024	98,79%	98,79%
30/09/2025	98,79%	98,79%

- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của VinaCafé B.H tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

12 Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo ("Vĩnh Hảo")

- Ngày thành lập: 09/03/1995
- GCN ĐKDN: Số 3400178402 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Bình Thuận (nay là Sở Tài Chính Tỉnh Lâm Đồng) cấp lần đầu ngày 09/03/1995, đăng ký thay đổi lần thứ 23 ngày 03/6/2024
- Địa chỉ: Thôn Vĩnh Sơn, Xã Vĩnh Hảo, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam.
- Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất và kinh doanh đồ uống
- Vốn điều lệ đăng ký: 131.963.660.000 đồng
- Tình hình góp vốn: Đã góp đủ.
- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Vĩnh Hảo:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết

STT	Công ty con gián tiếp

31/12/2023	89,52%	89,52%
31/12/2024	89,52%	89,52%
30/09/2025	89,52%	89,52%

- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Vĩnh Hảo tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

13 Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha ("Kronfa")

- Ngày thành lập: 08/08/2006
- GCN ĐKDN: Số 4500107830 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Ninh Thuận (nay là Sở Tài Chính Tỉnh Khánh Hòa) cấp lần đầu ngày 08/08/2006, đăng ký thay đổi lần thứ 5 ngày 29/5/2024
- Địa chỉ: Km 37, Quốc lộ 27, Xã Ninh Sơn, Tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam.
- Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất đồ uống
- Vốn điều lệ đăng ký: 68.000.000.000 đồng
- Tình hình góp vốn: Đã góp đủ.
- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Kronfa:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	89,52%	99,999%
31/12/2024	89,52%	99,999%
30/09/2025	89,52%	99,999%

- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Kronfa tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

14 Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh ("QNW Corp")

- Ngày thành lập: 01/09/2004
- GCN ĐKDN: Số 5700379618 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Quảng Ninh (nay là Sở Tài chính Tỉnh Quảng Ninh) cấp lần đầu ngày 01/09/2004, đăng ký thay đổi lần thứ 10 ngày 13/12/2021
- Địa chỉ: Tổ 3A, Khu 4, Phố Suối Mơ, Phường Bãi Cháy, Tỉnh Quảng Ninh, Việt Nam.
- Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất và kinh doanh đồ uống
- Vốn điều lệ đăng ký: 80.000.000.000 đồng
- Tình hình góp vốn: Đã góp đủ.
- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại QNW Corp:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết

STT	Công ty con gián tiếp

31/12/2023	65,85%	65,85%
31/12/2024	65,85%	65,85%
30/09/2025	65,85%	65,85%

- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của QNW Corp tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

15 Công ty Cổ phần Bột Giặt NET ("NETCO")

- Ngày thành lập: 01/07/2003
- GCN ĐKDN: Số 3600642822 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Đồng Nai (nay là Sở Tài chính Tỉnh Đồng Nai) cấp lần đầu ngày 01/07/2003, đăng ký thay đổi lần thứ 16 ngày 05/3/2024
- Địa chỉ: Đường D4, KCN Lộc An - Bình Sơn, Xã Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam.
- Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất và kinh doanh sản phẩm chăm sóc gia đình
- Vốn điều lệ đăng ký: 223.983.740.000 đồng
- Tình hình góp vốn: Đã góp đủ.
- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại NETCO:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	52,25%	52,25%
31/12/2024	52,25%	52,25%
30/09/2025	52,25%	52,25%

- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của NETCO tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

16 Công ty TNHH Tự Giặt Sấy Chanté ("Chanté") (trước đây là "Công ty TNHH Giặt Ủi Chuyên Nghiệp Joins Pro")

- Ngày thành lập: 09/11/2021
- GCN ĐKDN: Số 0317020365 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 09/11/2021, đăng ký thay đổi lần thứ 3 ngày 16/11/2024
- Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.
- Hoạt động kinh doanh chính: Cung cấp dịch vụ giặt ủi
- Vốn điều lệ đăng ký: 30.000.000.000 đồng
- Tình hình góp vốn: Đã góp đủ.
- Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Chanté:

STT	Công ty con gián tiếp
	<table><tr><th>Thời điểm</th><th>Tỷ lệ sở hữu/ VĐL</th><th>Tỷ lệ quyền biểu quyết</th></tr><tr><td>31/12/2023</td><td>100%</td><td>100%</td></tr><tr><td>31/12/2024</td><td>100%</td><td>100%</td></tr><tr><td>30/09/2025</td><td>100%</td><td>100%</td></tr></table> ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Chanté tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
17	**Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang ("Hương Giang")** ▪ Ngày thành lập: 03/06/2010 ▪ GCN ĐKDN: Số 3400865980 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Bình Thuận (nay là Sở Tài chính Tỉnh Lâm Đồng) cấp lần đầu ngày 03/06/2010, đăng ký thay đổi lần thứ 3 ngày 02/04/2025 ▪ Địa chỉ: Thôn Bình An 2, Phường La Gi, Tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 140.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Hương Giang: <table><tr><th>Thời điểm</th><th>Tỷ lệ sở hữu/ VĐL</th><th>Tỷ lệ quyền biểu quyết</th></tr><tr><td>31/12/2023</td><td>0%</td><td>0%</td></tr><tr><td>31/12/2024</td><td>0%</td><td>0%</td></tr><tr><td>30/09/2025</td><td>100%</td><td>100%</td></tr></table> Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Hương Giang tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

5.4. Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức đăng ký niêm yết

STT	Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối
1	**Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (trước đây là Công ty TNHH MasanConsumerHoldings)** ▪ Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings là công ty mẹ nắm cổ phần chi phối của CTCP Hàng tiêu dùng Masan với tỷ lệ quyền biểu quyết là 70,09%. Thông tin chi tiết về Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings được nêu tại Mục 5.1.

STT	Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối
2	**Công ty Cổ phần The CrownX** ▪ Ngày thành lập: 16/06/2020 ▪ GCN ĐKDN: Số 0316333118 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 16/06/2020, đăng ký thay đổi lần thứ 8 ngày 8/11/2024 ▪ Địa chỉ: 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Tư vấn quản lý đầu tư ▪ Tỷ lệ lợi ích kinh tế của Công ty Cổ phần The CrownX tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan: **Thời điểm** — **Tỷ lệ lợi ích kinh tế (*)** 31/12/2023 — 80,31% 31/12/2024 — 79,41% 30/09/2025 — 61,84% (*) Gián tiếp thông qua CTCP Masan Consumer Holdings do CTCP The CrownX sở hữu 88,24% VĐL của CTCP Masan Consumer Holdings (31/12/2024 và 31/12/2023: 85,72%). ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại CTCP The CrownX trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
3	**Công ty TNHH The Sherpa** ▪ Ngày thành lập: 12/06/2020 ▪ GCN ĐKDN: Số 0316328421 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 12/06/2020, đăng ký thay đổi lần thứ 10 ngày 26/12/2024 ▪ Địa chỉ: Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Tư vấn quản lý đầu tư ▪ Tỷ lệ lợi ích kinh tế của Công ty TNHH The Sherpa tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan: **Thời điểm** — **Tỷ lệ lợi ích kinh tế (*)** 31/12/2023 — 63,75% 31/12/2024 — 63,04% 30/09/2025 — 57,33%

STT	Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối
	(*) Gián tiếp thông qua 11,76% VĐL của CTCP Masan Consumer Holdings (31/12/2024 và 31/12/2023: không) và 79,38% VĐL CTCP The CrownX do Công ty TNHH The Sherpa và công ty con sở hữu. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Công ty TNHH The Sherpa trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%
4	**Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan** ▪ Ngày thành lập: 18/11/2004 ▪ GCN ĐKDN: Số 0303576603 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 18/11/2004, đăng ký thay đổi lần thứ 34 ngày 31/08/2025 ▪ Địa chỉ: Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Tư vấn quản lý đầu tư ▪ Tỷ lệ lợi ích kinh tế của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan:

Thời điểm	Tỷ lệ lợi ích kinh tế (*)
31/12/2023	68,30%
31/12/2024	67,44%
30/09/2025	65,65%

(*) Gián tiếp thông qua CTCP Masan Consumer Holdings, CTCP The CrownX, Công ty TNHH The Sherpa và các công ty con do CTCP Tập đoàn Masan sở hữu 100,0% VĐL của Công ty TNHH The Sherpa và các công ty con.

▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại CTCP Tập đoàn Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

5.5. Công ty liên kết của Công ty

CTCP Hàng tiêu dùng Masan có 01 công ty liên kết, thông tin cụ thể như sau:

STT	Công ty liên kết
1	**Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex ("Cholimex Food")** ▪ Ngày thành lập: 19/07/2006 ▪ GCN ĐKDN: Số 0304475742 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh) cấp lần đầu ngày 19/07/2006, đăng ký thay đổi lần thứ 5 ngày 12/05/2023

STT	Công ty liên kết
	▪ Địa chỉ: Lô C40-43/I, C51-55/II Đường Số 7, Khu công nghiệp Vĩnh Lộc, Xã Vĩnh Lộc, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. ▪ Hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất và kinh doanh gia vị ▪ Vốn điều lệ đăng ký: 81.000.000.000 đồng ▪ Tình hình góp vốn: Đã góp đủ. ▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại Cholimex Food:

Thời điểm	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL	Tỷ lệ quyền biểu quyết
31/12/2023	32,83%	32,83%
31/12/2024	32,83%	32,83%
30/09/2025	32,83%	32,83%

▪ Tỷ lệ sở hữu và tỷ lệ quyền biểu quyết của Cholimex Food tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong 2 năm liền trước và tới thời điểm hiện tại: 0%

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

6. Thông tin về quá trình tăng, giảm vốn điều lệ của Công ty

Tại thời điểm thành lập ngày 31/05/2000, vốn điều lệ của Công ty là 15.000.000.000 (Mười lăm tỷ) đồng.

Từ khi thành lập đến nay, Công ty đã thực hiện 31 đợt tăng vốn điều lệ nhằm mục đích mở rộng hoạt động kinh doanh, và Công ty không thực hiện bất kỳ một đợt giảm vốn điều lệ nào. Vốn điều lệ hiện nay là 10.676.207.460.000 đồng (Mười nghìn sáu trăm bảy mươi sáu tỷ hai trăm lẻ bảy triệu bốn trăm sáu mươi nghìn đồng), tương ứng 1.067.620.746 cổ phần. Chi tiết quá trình tăng vốn như sau:

Bảng 5: Thông tin về quá trình tăng, giảm vốn điều lệ của Tổ chức đăng ký niêm yết

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
2000	1	15,00	15,00	Góp vốn điều lệ	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh lần đầu số 4103000082 do Sở KHĐT thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 31/5/2000 (tên cũ là CTCP Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt)
2003	2	13,50	28,50	Nhận sáp nhập Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 5 ngày 22/7/2003

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
				nghệ - Thương mại Việt Tiến	- Biên bản họp ĐHĐCĐ bất thường ngày 04/01/2003 của các Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ nghệ - Thương mại Việt Tiến (công ty bị sáp nhập) và Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt (công ty nhận sáp nhập trước khi đổi tên)
2004	3	16,50	45,00	Phát hành cho cổ đông hiện hữu, phát hành riêng lẻ	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh lần 8 ngày 14/6/2004 - Nghị Quyết ĐHĐCĐ về việc phát hành tăng vốn.
Đợt 1 2006	4	27,25	72,25	Phát hành cổ phiếu để chi trả cổ tức, phát hành cho cán bộ công nhân viên và cổ đông chiến lược	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 9 ngày 20/7/2006; - Quyết định của ĐHĐCĐ số 13.06/QĐ_MST ngày 7/7/2006
Đợt 2 2006	5	12,75	85,00	Phát hành cho cổ đông chiến lược	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 10 ngày 14/9/2006 - Nghị quyết ĐHĐCĐ theo phương thức lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản ngày 28/08/2006
Đợt 1 2007	6	28,39	113,39	Phát hành cổ phiếu để chi trả cổ tức	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 11 ngày 28/2/2007 - Nghị quyết ĐHĐCĐ theo phương thức lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản ngày 26/2/2007
Đợt 2 2007	7	25,00	138,39	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty,	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 12 ngày 25/12/2007 - Nghị quyết ĐHĐCĐ theo phương thức xin ý kiến bằng văn bản ngày 26/2/2007 về việc phát hành cổ phiếu ESOP và Nghị

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
				phát hành cổ phiếu riêng lẻ	quyết ĐHĐCĐ số 16- 07/QĐ/ĐHĐCĐ về việc điều chỉnh phương án phát hành
2008	8	118,80	257,19	Phát hành cổ phiếu để chi trả cổ tức, Phát hành cổ phiếu thưởng, Phát hành riêng lẻ cho đối tác chiến lược	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 13 ngày 10/5/2008 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 40416/NQ-ĐHĐCĐ-08 ngày 16/4/2008 - Công văn số 720/UBCK-QLPH ngày 25/4/2008 của UBCKNN
2009	9	372,81	630,00	Phát hành cổ phiếu thưởng: 360.067.720.000 VND Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công Ty: 12.000.000.000 VND Phát hành cổ phiếu riêng lẻ: 741.050.000 VND	- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần thứ 16 ngày 11/6/2009 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 0405/NQ- ĐHĐCĐ-09 ngày 5/4/2009 - Công văn số 761/UBCK-QLPH ngày 07/05/2009 của UBCKNN
2010	10	670,00	1.300,00	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công Ty: 40.000.000.000 VND Phát hành cổ phiếu để chi trả cổ tức:	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 21 ngày 29/9/2010 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 0331/NQ-ĐHĐCĐ-10 ngày 31/3/2010 - Công văn số 2829/UBCK-QLPH ngày 08/9/2010 của UBCKNN chấp thuận phát hành trả cổ tức - Công văn số 3018/UBCK-QLPH ngày 23/9/2010 của UBCKNN chấp thuận phát hành ESOP

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
				630.000.000.000 VND	
Đợt 1 2011	11	144,44	1.444,44	Phát hành cổ phiếu riêng lẻ	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 24 ngày 1/6/2011 - Nghị quyết ĐHĐCĐ bất thường số 69/NQ- ĐHĐCĐ-11 ngày 6/4/2011 - Công văn số 1564/UBCK-QLPH ngày 30/5/2011 của UBCKNN
Đợt 2 2011	12	26,14	1.470,58	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 25 ngày 21/6/2011 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 84/NQ-ĐHĐCĐ-11 ngày 24/4/2011 - Công văn số 1735/UBCK-QLPH ngày 03/6/2011 của UBCKNN
Đợt 3 2011	13	1.029,41	2.500,00	Phát hành cổ phiếu để chi trả cổ tức	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 26 ngày 20/7/2011 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 84/NQ-ĐHĐCĐ-11 ngày 24/4/2011 - Công văn số 1904/UBCK-QLPH ngày 27/6/2011 của UBCKNN
Đợt 1 2012	14	12,50	2.512,50	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 28 ngày 22/5/2012 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 05/2012/NQ-ĐHĐCĐ- MSC ngày 23/4/2012 - Công văn số 1497/UBCK-QLPH ngày 14/5/2012 của UBCKNN
Đợt 2 2012	15	2.512,50	5.025,00	Phát hành cổ phiếu để chi trả cổ tức	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 29 ngày 8/6/2012 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 05/2012/NQ-ĐHĐCĐ- MSC ngày 23/4/2012. - Công văn số 1925/UBCK-QLPH ngày 30/5/2012 của UBCKNN

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
Đợt 1 2013	16	228,40	5.253,40	Phát hành cổ phiếu riêng lẻ	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 30 ngày 6/2/2013 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 25/2012/NQ-ĐHĐCĐ theo phương thức xin ý kiến bằng văn bản ngày 22/12/2012 - Công văn số 233/UBCK-QLPH ngày 15/01/2013 của UBCKNN
Đợt 2 2013	17	19,95	5.273,35	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 31 ngày 1/7/2013 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 09/2013/NQ-ĐHĐCĐ- MSC ngày 22/4/2013 - Công văn số 2256/UBCK-QLPH ngày 05/6/2013 của UBCKNN
2014	18	39,90	5.313,26	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 33 ngày 27/6/2014 - Nghị quyết ĐHĐCĐ số 17/2014/NQ-ĐHĐCĐ- MSC ngày 23/4/2014 - Công văn số 3273/UBCK-QLPH ngày 29/5/2014 của UBCKNN
2015	19	38,33	5.351,60	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 35 ngày 6/8/2015 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2015/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/4/2015 - Công văn số 4196/UBCK-QLPH ngày 02/7/2015 của UBCKNN
2016	20	30,00	5.381,60	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 37 ngày 4/8/2016 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên năm 2016 số 02/2016/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 26/4/2016 - Công văn số 3136/UBCK-QLCB ngày 08/6/2016 của UBCKNN

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
2017	21	49,73	5.431,33	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 40 ngày 02/08/2017 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2017/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 20/04/2017 - Công văn số 4389/UBCK-QLCB ngày 28/6/2017 của UBCKNN
Đợt 1 2018	22	52,41	5.483,74	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 42 ngày 26/07/2018 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2018/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/04/2018 - Công văn số 4111/UBCK-QLCB ngày 03/7/2018 của UBCKNN
Đợt 2 2018	23	795,56	6.279,29	Phát hành cổ phiếu thưởng	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 43 ngày 14/09/2018 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2018/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/04/2018 - Công văn số 4968/UBCK-QLCB ngày 10/8/2018 của UBCKNN
Đợt 1 2019	24	30,49	6.309,78	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 44 ngày 30/07/2019 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2019/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/04/2019 - Công văn số 4123/UBCK-QLCB ngày 01/07/2019 của UBCKNN
Đợt 2 2019	25	919,46	7.229,25	Phát hành cổ phiếu tăng vốn cổ phần từ nguồn vốn chủ sở hữu	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 45 ngày 12/09/2019 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2019/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/04/2019

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
					- Công văn số 4752/UBCK-QLCB ngày 07/8/2019 của UBCKNN
2020	26	38,69	7.267,94	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 47 ngày 26/10/2020 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2020/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 30/06/2020 - Công văn số 5495/UBCK-QLCB ngày 10/9/2020 của UBCKNN
2022	27	6,68	7.274,62	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 48 ngày 29/08/2022 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2022/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 28/04/2022 - Công văn số 5052/UBCK-QLCB ngày 03/8/2022 của UBCKNN
Đợt 1 2024	28	9,61	7.284,23	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 50 ngày 31/01/2024 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2023/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/04/2023 - Công văn số 9451/UBCK-QLCB ngày 29/12/2023 của UBCKNN
Đợt 2 2024	29	71,30	7.355,53	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 51 ngày 31/12/2024 - Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2024 - Công văn số 5371/UBCK-QLCB ngày 22/08/2024 của UBCKNN
Đợt 1 2025	30	3.268,12	10.623,65	Chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng	- Giấy chứng nhận đăng ký chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng số 24/GCN-UBCK ngày 23/01/2025

Thời điểm	Lần tăng	Giá trị vốn tăng thêm (tỷ đồng)	VĐL sau khi tăng (tỷ đồng)	Hình thức tăng vốn	Đơn vị cấp phép
				cho cổ đông hiện hữu	- Nghị quyết ĐHĐCĐ số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024 - Công văn số 578/UBCK-QLCB ngày 28/03/2025 - Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 52 ngày 11/04/2025
Đợt 2 2025	31	52,56	10.676,21	Phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty	- Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2025 - Công văn số 3519/UBCK-QLCB ngày 16/07/2025 của UBCKNN - Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần thứ 53 ngày 04/09/2025

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Việc tăng vốn của Công ty đã được thuyết minh chi tiết tại Báo cáo biến động vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần được kiểm toán. Các đơn vị thực hiện kiểm toán các báo cáo này đã chấp thuận và không có bất cứ ý kiến nào về việc các lần tăng vốn của Công ty.

Cụ thể, ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện kiểm toán báo cáo biến động vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần của đợt gần nhất như sau:

"Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo biến động vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan tại ngày 28 tháng 7 năm 2025 và cho giai đoạn từ ngày 1 tháng 1 năm 2025 đến ngày 28 tháng 7 năm 2025 (sau đây được gọi tắt là "Báo cáo Biến động vốn") đã được lập, trên các khía cạnh trọng yếu, phù hợp với cơ sở lập báo cáo và các chính sách kế toán được mô tả trong Thuyết minh 2 của Báo cáo Biến động vốn."

Theo báo cáo kiểm toán biến động vốn cổ phần nêu trên, vốn điều lệ của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan tại ngày 28/7/2025 là 10.676.207.460.000 đồng.

7. Thông tin về các khoản góp vốn, thoái vốn lớn của Tổ chức đăng ký niêm yết tại các doanh nghiệp khác trong năm 2023, 2024 và tính đến thời điểm hiện tại

- **Năm 2023:** Không có khoản góp vốn, thoái vốn lớn
- **Năm 2024:** Do thay đổi trong định hướng kinh doanh, trong tháng 6 năm 2023, Chủ tịch của Công ty TNHH Masan Innovation, công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã phê duyệt quyết định về việc giải thể Công ty TNHH Hi-Fresh. Trong năm 2024, Công ty TNHH Hi-Fresh hoàn

tất thủ tục giải thể. Công ty TNHH Hi-Fresh được thành lập vào năm 2020, nhằm mục đích hoạt động như một cửa hàng tiện lợi, với các sản phẩm chủ yếu là của Tập đoàn.

Giá trị giao dịch/ thanh lý: Công ty TNHH Hi-Fresh là công ty TNHH một thành viên do Công ty TNHH Masan Innovation sở hữu toàn bộ. Tại thời điểm quyết định giải thể Công ty TNHH Hi-Fresh không có các khoản phải nợ phải trả và tài sản phải thanh lý. Toàn bộ giá trị vốn chủ sở hữu còn lại được thu hồi về công ty mẹ.

Phương thức thực hiện: Thực hiện thủ tục giải thể theo quy định của Luật Doanh nghiệp.

- **Từ đầu năm 2025 đến thời điểm 30/09/2025:** Trong tháng 3 năm 2025, Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan đã hoàn tất việc mua lại toàn bộ vốn góp tại Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang. Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang được thành lập năm 2010, hoạt động trong lĩnh vực chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản. Giao dịch được thực hiện nhằm mục đích tối ưu hóa hoạt động, chủ động nguồn nguyên liệu nước mắm cốt đảm bảo sản lượng, tiêu chuẩn, chất lượng cho sản phẩm có nhãn hiệu để nâng cao giá trị cho năng lực cốt lõi của Masan Consumer, giúp Tập đoàn có sức mạnh để giữ vững vị thế trên thị trường, phù hợp với mục tiêu đề ra và chiến lược phát triển thủy sản Việt Nam.

  Giá trị giao dịch: 60 tỷ đồng.

  Phương thức thực hiện: Mua lại 100% phần vốn góp từ chủ sở hữu của Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang, giao dịch bằng tiền mặt.

- Công ty không có giao dịch lớn có giá trị lớn hơn 10,0% tổng giá trị tài sản trong 02 năm gần nhất 2023, 2024 và tính đến thời điểm hiện tại.

8. Thông tin về chứng khoán đang lưu hành

8.1. Cổ phiếu phổ thông

Cơ cấu cổ đông tại thời điểm chốt danh sách gần nhất ngày 22/10/2025:

Bảng 6: Cơ cấu cổ đông của Công ty

STT	Đối tượng	Số lượng cổ đông	Số lượng CP	Tỷ lệ %/VĐL
1	**Cổ đông trong nước**	**4.380**	**888.115.868**	**83,19%**
	- Cá nhân	4.340	106.704.303	9,99%
	- Tổ chức	40	781.411.565	73,19%
2	**Cổ đông nước ngoài**	**232**	**168.589.490**	**15,79%**
	- Cá nhân	173	1.731.401	0,16%
	- Tổ chức	59	166.858.089	15,63%
	- Tổ chức có NĐT nước ngoài nắm giữ trên 50% vốn điều lệ	0	0	0,00%

STT	Đối tượng	Số lượng cổ đông	Số lượng CP	Tỷ lệ %/VĐL
3	Cổ phiếu quỹ	0	10.915.388	1,02%
TỔNG CỘNG (1+2+3)		4.612	1.067.620.746	100,00%

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

8.2. Cổ phiếu ưu đãi

Không có.

8.3. Các loại chứng khoán khác

Không có.

9. Thông tin về tỷ lệ sở hữu nước ngoài

- **Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Tổ chức đăng ký niêm yết theo quy định pháp luật:** Căn cứ các Điều ước quốc tế có liên quan và căn cứ vào các quy định của pháp luật Việt Nam về các ngành nghề mà Công ty đã đăng ký và Công văn số 8089/UBCK-PTTT ngày 27/11/2024 của UBCKNN về việc thông báo thay đổi ngành nghề kinh doanh nhưng không làm thay đổi tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại CTCP Hàng tiêu dùng Masan tại mức 50%.
- **Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Tổ chức đăng ký niêm yết theo quyết định của Đại hội đồng cổ đông và quy định tại Điều lệ công ty:** Không có.
- **Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tại Tổ chức đăng ký niêm yết hiện tại:** 15,79% (theo Danh sách cổ đông tại ngày 22/10/2025).

10. Hoạt động kinh doanh

Trong 29 năm hình thành và phát triển, với sứ mệnh "nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam", Công ty cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đã vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp dẫn đầu ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) đa ngành tại Việt Nam với danh mục sản phẩm đa dạng và các thương hiệu mạnh. Theo báo cáo của Frost & Sullivan, Tập đoàn là một trong số ít công ty có vị thế dẫn đầu tại nhiều lĩnh vực: đứng hạng #1 trong thị trường nước mắm, tương ớt và nước tương; hạng #2 trong thị trường mì ăn liền và hạng #1 trong phân khúc mì ăn liền cao cấp; đồng thời nằm trong top 5 thị phần ở các thị trường nước tăng lực đóng chai, cà phê hòa tan cũng như bột và nước giặt.

Hiện tại, Tập đoàn sở hữu các thương hiệu mạnh "Power Brands" được người tiêu dùng tin tưởng, bao gồm CHIN-SU, Omachi, Kokomi, Nam Ngư và Wake-Up 247 – mỗi thương hiệu đều đạt doanh thu trên 2.000 tỷ đồng/năm, khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành hàng tiêu dùng nhanh.

Với mạng lưới phân phối rộng khắp, Tập đoàn đưa sản phẩm đến hơn 313.000 điểm bán lẻ truyền thống và khoảng 8.500 điểm bán lẻ hiện đại, phủ sóng 98% hộ gia đình Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan Consumer. Qua các kênh này cùng với các sáng kiến chuyển đổi số, Tập đoàn thu

thập được nhiều dữ liệu về hành vi tiêu dùng. Những thông tin này được tích hợp vào hệ thống nghiên cứu và phát triển sản phẩm, tiếp tục tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng bền vững trong dài hạn.

Về kết quả kinh doanh trong dài hạn, trong giai đoạn 2017-2024, tốc độ tăng trưởng kép hằng năm (CAGR[9]) về doanh thu thuần hợp nhất và lợi nhuận sau thuế hợp nhất (phân bổ cho chủ sở hữu Công ty) lần lượt đạt 12,9% và 19,7% thể hiện năng lực kinh doanh vượt trội của Tập đoàn trong một thị trường đầy cơ hội nhưng cũng cạnh tranh rất khốc liệt. Đặc biệt, Tập đoàn đạt tỷ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư (ROIC[10]) 222% trong năm 2024, khẳng định khả năng sử dụng vốn hiệu quả và tối ưu hóa lợi nhuận cho cổ đông. Việc đạt được mức ROIC cao cho thấy Tập đoàn không chỉ tạo ra lợi nhuận ổn định mà còn tối ưu hóa vốn đầu tư, đem lại hiệu suất sinh lời vượt trội cho các cổ đông.

10.1. Đặc điểm hoạt động kinh doanh

10.1.1. Các sản phẩm, dịch vụ chính

Hiện nay, CTCP Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con trực tiếp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và phân phối hàng tiêu dùng nhanh. Công ty và các công ty con trực tiếp phân phối các sản phẩm thuộc các ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống, cà phê, và hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình với nhiều thương hiệu khác nhau do các công ty con gián tiếp sản xuất (chi tiết tại Mục IV.3).

Ngành hàng Gia vị:

Trong năm 2024, ngành hàng Gia vị tăng trưởng doanh số tốt ở mức 7,2% so với năm trước, đạt 11.195 tỷ đồng (không bao gồm doanh thu xuất khẩu), một phần lớn đến từ tăng trưởng của các dòng sản phẩm Tương ớt và các gia vị mới như bộ gia vị hạt và bột chọn lọc, đặc sản của từng vùng miền.

Nằm trong chiến lược cao cấp hóa, các dòng nước mắm chai thủy tinh của CHIN-SU Cá Cơm Biển Đông đã nâng cấp ngành hàng nước mắm với những chai thủy tinh ngon hảo hạng, cao cấp, sang trọng trong gian bếp. Công ty đã triển khai nhiều sản phẩm mang tính cao cấp và có thể làm quà tặng như CHIN-SU Cá Cơm Mùa Xuân, phục vụ riêng cho mùa Tết. Trong khi đó, Nam Ngư tiếp tục nâng cấp giá trị ngành hàng chủ lực với câu chuyện mới mang tính truyền cảm xúc, nâng cấp người tiêu dùng từ dòng sản phẩm phổ thông sang dòng sản phẩm tầm trung.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

[9] CAGR: tỷ lệ tăng trưởng hàng năm kép dùng để đo lường tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong một khoảng thời gian nhất định với giả định rằng lợi nhuận được tái đầu tư vào mỗi cuối năm. CAGR = [(Số dư cuối kỳ/ Số dư đầu kỳ)^(1/n)]-1. Trong đó, n là số năm trong giai đoạn thời gian được đo lường.

[10] ROIC được tính bằng công thức dùng Lợi nhuận hoạt động sau thuế (NOPAT) chia cho Vốn đầu tư (Invested Capital). Trong đó Vốn đầu tư là tổng của vốn lưu động và tài sản cố định.

Dòng sản phẩm tương ớt CHIN-SU tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động quảng bá thương hiệu cả trong nước và trên thị trường quốc tế. Tại Việt Nam, CHIN-SU không ngừng nâng cao nhận diện thương hiệu thông qua các sản phẩm quảng bá độc đáo, tiêu biểu như Ớt bông CHIN-SU Capybara (gấu bông được thiết kế mô phỏng chai tương ớt CHIN-SU đặc trưng), giúp tăng cường sự gắn kết với người tiêu dùng, thu hút sự chú ý trên các nền tảng xã hội và tạo ra những trải nghiệm tích cực khi sử dụng sản phẩm. Công ty cũng liên tục triển khai các chiến dịch hướng dẫn ứng dụng mới cho sản phẩm tương ớt CHIN-SU, giúp phổ cập các cách sử dụng sản phẩm mới và tăng trưởng sản lượng bán hàng. Những chiến dịch này không chỉ đa dạng hóa cách thưởng thức tương ớt CHIN-SU trong bữa ăn hàng ngày mà còn gia tăng mức độ gắn kết với người tiêu dùng, củng cố vị thế của thương hiệu trên thị trường. Trên thị trường quốc tế, Masan Consumer tiếp tục mang hình ảnh ẩm thực Việt Nam ra thế giới, thông qua các chiến dịch quảng cáo ngoài trời tại những quốc gia có nền văn hóa ẩm thực phát triển mạnh như Nhật Bản và Hàn Quốc. Những hoạt động này không chỉ góp phần nâng tầm thương hiệu CHIN-SU mà còn khẳng định vị thế của ẩm thực Việt trên bản đồ thế giới.

Với thương hiệu CHIN-SU, Công ty đã cho ra mắt nhiều sản phẩm gia vị mới khác (xốt Mayonnaise, dầu hào, dầu màng gạo, xốt muối ớt, v.v.), là những dòng sản phẩm có khả năng đem lại tăng trưởng doanh thu về dài hạn cho toàn bộ Ngành hàng Gia vị, tiếp nối thành công vượt trội của dòng sản phẩm tương ớt. Trong năm 2024, thương hiệu CHIN-SU trong ngành hàng Gia vị ghi nhận tăng trưởng doanh thu đạt 16% so với cùng kỳ, đóng góp 75% vào tổng tăng trưởng doanh thu toàn bộ ngành hàng.

Một số hình ảnh sản phẩm tiêu biểu của ngành hàng các loại gia vị:

Sản phẩm	Hình ảnh
Tương ớt	

Sản phẩm	Hình ảnh
Nước tương	
Nước mắm	
Xốt gia vị	
Hạt nêm	

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngành hàng Thực phẩm tiện lợi:

CTCP Hàng tiêu dùng Masan gia nhập ngành hàng thực phẩm tiện lợi bằng việc sản xuất và bán mì ăn liền năm 2007 với sự ra mắt của Omachi - thương hiệu mì cao cấp, dẫn đưa Công ty lên vị trí dẫn đầu về thị phần trong ngành hàng mì ăn liền cao cấp với hơn 34% thị phần năm 2024 (theo Frost & Sullivan). Năm 2011, Công ty tiếp tục cho ra mắt thương hiệu mì Kokomi phục vụ phân khúc bình dân, đưa Công ty lên vị trí thứ 2 trong toàn ngành mì ăn liền.

Trong năm 2024, ngành hàng ghi nhận tăng trưởng doanh thu 9,1% so với năm trước (không bao gồm doanh thu xuất khẩu), đạt 9.215 tỷ đồng, được dẫn dắt bởi các dòng sản phẩm cao cấp và các dòng sản phẩm mới với thương hiệu Omachi như Cơm tự chín Omachi và Lẩu cầm tay Omachi. Trong năm 2024, doanh thu từ thương hiệu Omachi tăng trưởng 12,5% so với cùng kỳ, đạt 4.273 tỷ đồng, tiếp tục

giúp Công ty đạt vị thế dẫn đầu trong phân khúc cao cấp, dẫn dắt xu hướng cao cấp hóa của ngành hàng thực phẩm tiện lợi trong tương lai.

Một số hình ảnh sản phẩm tiêu biểu của ngành hàng thực phẩm tiện lợi:

Sản phẩm	Hình ảnh
Mì Omachi	
Omachi lẩu tự sôi	
Phở Story, Hủ tiếu Story	
Mì Kokomi	

Sản phẩm	Hình ảnh
Cơm tự chín Omachi	
Lẩu cầm tay Omachi	

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngành hàng Đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng:

Năm 2024, ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng (gọi chung là ngành đồ uống) của Masan Consumer đạt 5.283 tỷ đồng (không bao gồm doanh thu xuất khẩu), tăng trưởng 14,9% so với năm 2023. Mức tăng trưởng tốt đến từ thành công bước đầu của dòng sản phẩm Bupnon TEA365 khi ghi nhận doanh thu hơn 500 tỷ đồng trong năm 2024 cũng như mức tăng trưởng tốt của thương hiệu Wake-Up 247, đạt 8,8% trong năm 2024. Sản phẩm trà Bupnon TEA365 nhanh chóng chinh phục nhóm đối tượng tiêu dùng trẻ, là một động lực tăng trưởng quan trọng về dài hạn khi Masan Consumer tiến vào thị trường trà đóng chai trị giá hơn 2,2 tỷ USD.

Đồ uống đóng chai

Nước tăng lực Wake-Up 247 được ra đời từ năm 2015, là một trong những sản phẩm sáng tạo thành công nhất của Tập đoàn, tung ra trong những năm gần đây khi doanh thu thuần tăng trưởng kép 50% giai đoạn 2015-2018. Tiếp tục thành công đó, Công ty tiếp tục cho ra mắt trà đóng chai Bupnon TEA365 vào tháng 11 năm 2023, hiện đã ghi nhận 501 tỷ đồng doanh thu trong năm 2024, đóng góp 68,5% tăng trưởng doanh thu của ngành hàng so với năm trước, cho thấy cơ hội để trở thành một dòng sản phẩm có đóng góp lớn cho tăng trưởng chung của ngành hàng đồ uống.

Nước khoáng

Nước khoáng Vĩnh Hảo là sản phẩm nước khoáng đầu tiên được giới thiệu và đã có mặt hơn 80 năm tại Việt Nam. Vĩnh Hảo hiện đang cung cấp các sản phẩm chính sau: nước khoáng không gas, nước

khoáng có gas, nước khoáng chanh Lemona và nước khoáng chanh muối Lemona. Ngoài ra, Công ty cũng tung ra sản phẩm nước khoáng cao cấp Vivant vào năm 2018.

Bên cạnh đó, bằng việc mua 65,7% cổ phần của Nước Khoáng Quảng Ninh, là công ty sở hữu mỏ nước khoáng nổi tiếng Quang Hanh tại miền Bắc Việt Nam trong năm 2016 (hiện nay, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đang sở hữu 65,85% cổ phần tại Nước Khoáng Quảng Ninh), CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã trở thành một trong những công ty phân phối nước khoáng trong nước lớn nhất. Nước Khoáng Quảng Ninh nổi tiếng với hai dòng sản phẩm nước khoáng thiên nhiên được ưa chuộng: Quang Hanh và Faith.

Một số hình ảnh sản phẩm tiêu biểu của ngành hàng đồ uống đóng chai:

Sản phẩm	Hình ảnh
Wake-Up 247	
Trà Bupnon TEA365	
Nước khoáng Vivant	

Sản phẩm	Hình ảnh
Sữa hạt B'fast	

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngành hàng Cà phê:

Theo Frost & Sullivan, Tập đoàn xếp thứ ba trong thị trường cà phê hòa tan ở Việt Nam với thị phần năm 2024 là 16,9%. Tập đoàn thâm nhập thị trường cà phê hòa tan thông qua việc sở hữu cổ phần chi phối tại Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa vào năm 2011 và nâng sở hữu lên 98,49% cổ phần vào năm 2018. Vinacafé có lịch sử thành lập từ năm 1968, đã bắt đầu sản xuất và bán cà phê hòa tan vào năm 1978 để xuất khẩu sang thị trường Đông Âu và bắt đầu bán ở thị trường nội địa Việt Nam vào năm 1990.

Hiện tại, Tập đoàn đang bán ra thị trường hai nhóm sản phẩm: VinaCafé và Wake-Up lần lượt là hai thương hiệu cao cấp và đại chúng của Công ty. Thương hiệu VinaCafé hiện được bán với ba loại sản phẩm: Cà phê hòa tan VinaCafé Pure Instant Coffee, Cà phê hòa tan VinaCafé 3-trong-1 và cà phê VinaCafé R&G, mỗi loại đều sử dụng các nguyên liệu và phương thức đóng gói cao cấp. Thương hiệu cà phê Wake-Up được bán với hai loại sản phẩm: Wake-Up Café Sài Gòn và Wake-Up Café Hương Chồn, được tiếp thị lần lượt tới người tiêu dùng tại miền Nam và miền Bắc Việt Nam.

Doanh thu thuần năm 2024 của ngành hàng Cà phê đạt 1.769 tỷ đồng (không bao gồm doanh thu xuất khẩu), tăng trưởng 8,8% so với năm 2023 nhờ các hoạt động điều chỉnh giá bán phù hợp với tình hình chung của thị trường và giá hạt cà phê. Công ty đang và sẽ triển khai nhiều dòng sản phẩm cà phê hòa tan mới, hướng đến những hương vị theo vùng miền. Trong quý 4 năm 2024, Công ty cho ra mắt Wake-Up Mekong hướng đến người tiêu dùng một số tỉnh miền Nam, hiện đã đạt doanh thu theo tháng khoảng 16 tỷ đồng, cho thấy tiềm năng của những động lực tăng trưởng mới.

Hình ảnh sản phẩm tiêu biểu của ngành hàng cà phê:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngành hàng Hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình:

Ngành hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình bao gồm nhiều loại mặt hàng được sử dụng để duy trì vệ sinh cá nhân, làm đẹp, vệ sinh và chăm sóc nhà cửa như nước rửa chén, bột giặt và sữa tắm. Tập đoàn đã mở rộng sang thị trường HPC thông qua việc mua lại Công ty Cổ phần Bột Giặt NET vào năm 2020.

Trong năm 2024, ngành hàng HPC đóng góp 1.901 tỷ đồng doanh số thuần (không bao gồm doanh thu xuất khẩu), tăng 3,5% so với năm 2023. Trong đó, Chanté tăng trưởng 76,9% và đóng góp 423,7% vào tăng trưởng toàn ngành hàng trong năm 2024.

Một số hình ảnh sản phẩm tiêu biểu của ngành hàng HPC:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Sản phẩm	Hình ảnh
Nước giặt, bột giặt	
Nước rửa chén	
Sữa tắm	

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

10.1.2. Quy trình và năng lực sản xuất

Công ty áp dụng nhiều quy trình sản xuất khác nhau để đáp ứng danh mục sản phẩm đa dạng. Tại mỗi nhà máy, hoạt động sản xuất và chế biến được Giám đốc Nhà máy trực tiếp quản lý, bảo đảm khả năng kiểm soát chặt chẽ về kế hoạch và vận hành dây chuyền sản xuất. Công nghệ và quy trình sản xuất từng ngành hàng được quản lý tập trung, chuẩn hóa, đồng bộ giữa các nhà máy, qua đó đảm bảo tính đồng nhất về chất lượng sản phẩm trên toàn hệ thống.

Công ty tin rằng chất lượng sản phẩm và dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng trong việc phát triển thương hiệu và thu hút người tiêu dùng. Niềm tin này thúc đẩy Tập đoàn không ngừng nghiên cứu, đầu tư và áp dụng các công nghệ và thiết bị hiện đại, tiên tiến để đáp ứng nhu cầu sản xuất, duy trì lợi thế cạnh tranh đồng thời cung ứng những sản phẩm có chất lượng vượt trội cho người tiêu dùng Việt Nam. Tập đoàn hiện sở hữu 14 nhà máy hiện đại, được đặt tại các vị trí chiến lược giúp tối ưu chuỗi cung ứng, giảm thiểu thời gian và chi phí vận tải hàng hóa đến các khu vực dân cư tiêu dùng lớn trên cả nước. Thông tin về công suất của các nhà máy như sau:

Bảng 7: Công suất của các nhà máy của Tập đoàn

STT	Nhà máy	Địa điểm	Sản phẩm	ĐVT	Sản lượng (sản phẩm/năm)	Thuộc công ty
1	MSI	TP.HCM	Nước mắm, nước tương	nghìn lít	215	Công nghiệp Masan
			Hạt nêm, tương ớt, gia vị khác	tấn	106.984	
			Thực phẩm tiện lợi, bữa ăn thay thế	triệu gói	1.144	
			Đồ uống giải khát, dinh dưỡng & trà pha sẵn	nghìn lít	79,2	
2	MHD	Thành phố Hải Phòng	Hạt nêm, mì ăn liền, cháo ăn liền	tấn	14,04	Masan HD
			Thực phẩm tiện lợi, bữa ăn thay thế	triệu gói	1.436	
3	VTF	TP.HCM	Nước uống đóng bình	nghìn lít	180	Việt Tiến
4	NPQ	Tỉnh An Giang	Nước mắm	nghìn lít	30	MPQ và Nam Ngư Phú Quốc
5	MMB	Tỉnh Nghệ An	Nước mắm, nước tương	nghìn lít	138	Masan MB
			Thực phẩm tiện lợi, bữa ăn thay thế	triệu gói	1.524	
			Đồ uống giải khát, dinh dưỡng & trà pha sẵn	nghìn lít	79,2	
6	MHG	Thành phố Cần Thơ	Nước mắm	nghìn lít	121	Masan HG
			Thực phẩm tiện lợi, bữa ăn thay thế	triệu gói	748	
			Đồ uống giải khát, dinh dưỡng & trà pha sẵn	nghìn lít	141,48	
7	VCF	Tỉnh Đồng Nai	Ngũ cốc ăn liền	tấn	33.704	VinaCafé B.H
			Ngành hàng cà phê	tấn	48.838	
8	VCFLT	Tỉnh Đồng Nai	Ngành hàng cà phê	tấn	1.176	VinaCafé B.H
9	VHC	Tỉnh Lâm Đồng	Đồ uống giải khát	nghìn lít	322,08	Vĩnh Hảo
10	VHST	TP.HCM	Nước uống đóng bình	nghìn lít	180	Vĩnh Hảo
11	QNW	Tỉnh Quảng Ninh	Đồ uống giải khát, dinh dưỡng & trà pha sẵn	nghìn lít	199,2	QNW Corp
12	NET	Tỉnh Đồng Nai	Hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	tấn	373.074	NETCO
13	Kronfa	Tỉnh Khánh Hòa	Đồ uống giải khát, dinh dưỡng & trà pha sẵn	nghìn lít	12,08	Kronfa

STT	Nhà máy	Địa điểm	Sản phẩm	ĐVT	Sản lượng (sản phẩm/năm)	Thuộc công ty
14	Hương Giang	Tỉnh Lâm Đồng	Nước mắm cốt	nghìn lít	1.800	Hương Giang

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Nhiều nhà máy được xây dựng mới trong vòng 3 năm qua, mở rộng và tăng công suất các nhà máy hiện có để đáp ứng kịp thời việc tăng sản lượng cung cấp cho thị trường. Cùng với việc tận dụng hạ tầng sẵn có, Công ty sử dụng các giải pháp kỹ thuật tối ưu và công nghệ hiện đại trên thế giới để sản xuất các sản phẩm chất lượng cao với chi phí phù hợp nhất với người tiêu dùng. Các dây chuyền sản xuất đầu tư mới từ 2021 - 2024 đã hoàn thành và đưa vào vận hành theo đúng kế hoạch, đồng thời có rất nhiều dây chuyền phục vụ các sản phẩm mới được hoàn thành, điển hình như:

- Dây chuyền sản xuất mì tại Nghệ An (nhà máy MMB) và Thành phố Cần Thơ (nhà máy MHG) với tổng công suất 29,2 triệu sản phẩm/tháng;
- Xưởng sản xuất gói gia vị dành cho mì tại TP.HCM (nhà máy MSI) với công suất 4 tỷ gói/năm;
- Việc cải tạo nâng cấp dây chuyền tương ớt tại TP.HCM (nhà máy MSI) cũng giúp tăng công suất lên 20%;
- Nâng cấp dây chuyền tương ớt tự động hóa tại TP.HCM (nhà máy MSI) với công suất 30-35 tấn/ngày;
- Hoàn thành bàn giao vận hành dây chuyền chế biến tương ớt số 3 tại TP.HCM (nhà máy MSI) công suất 2.400 tấn/tháng - ở đó lần đầu tiên Công ty sản xuất thổi chai PET trên hệ combi với hiệu suất dây chuyền lên tới 92%-95% giúp tiết kiệm chi phí sản xuất, bao gồm không phải mua thổi chai từ dịch vụ bên thứ ba;
- Dây chuyền chế biến nước tăng lực EnerZ tại Lâm Đồng (nhà máy VHC) với công suất 30 triệu lít/năm đưa vào vận hành trong thời gian chỉ 4 tháng từ ngày phê duyệt kế hoạch kinh doanh sản phẩm mới;
- Nâng cấp công suất café đóng gói tại Đồng Nai (nhà máy VCF) tăng 28%;
- Dây chuyền chế biến nước mắm chấm Nam Ngư ớt tỏi Lý Sơn (nhà máy MSI) được tận dụng máy móc thiết bị hiện hữu và bổ sung máy móc thiết bị tối thiểu có chi phí đầu tư thấp đã đáp ứng mục tiêu kinh doanh trong thời gian rất ngắn với hiệu quả đầu tư cao;
- Các hoạt động cải tạo, nâng cấp khác phục vụ mục tiêu kinh doanh và các phát kiến sản phẩm mới của Công ty như: nước mắm chấm gừng me; đầu tư các máy đóng gói và máy chiết rót tuýp cho các sản phẩm xốt ướp nấu và tương ớt, tương cà (nhà máy MSI);
- Đầu tư dây chuyền chế biến xốt mayonnaise và sa tế; tăng công suất hầm xương cho Phở Story (nhà máy MSI).

Hiện tại công suất sản xuất tối đa của các nhà máy của các công ty thành viên trong Tập đoàn (tính toán trên cơ sở 26 ngày làm việc một tháng và 12 tháng một năm) là 444 triệu lít nước mắm, 108 triệu lít nước tương, 54 triệu kg tương ớt và 4 tỷ gói mi ăn liền, 4.500 tấn cà phê hòa tan, 762 triệu chai nước khoáng và nước đóng chai các loại mỗi năm.

Các nhà máy của của các công ty thành viên trong Tập đoàn tuân thủ tiêu chuẩn HACCP và đã đạt được các chứng chỉ ISO 9001 (Hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm) và SA8000 (Hệ thống quản lý trách nhiệm xã hội), cùng với BRC (Danh tiếng thương hiệu thông qua việc Tuân thủ), FSSC (Chương trình chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm), HALAL, ISO 14001 (Hệ thống quản lý môi trường) và ISO 45001 (Hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp). Công ty luôn tuân thủ nghiêm ngặt các hướng dẫn của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) và Bộ Y tế Việt Nam.

Hình 5: Hệ thống nhà máy sản xuất xốt sệt (nhà máy MSI) tại TP.HCM

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngoài ra, Công ty sẽ triển khai thử nghiệm dự án số hóa các dây chuyền sản xuất nhằm giảm tiêu hao năng lượng. Đồng thời, Công ty có các chính sách mạnh mẽ trong việc sử dụng năng lượng sạch trong lộ trình cải thiện các tiêu chuẩn về Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG), thông qua các kế hoạch:

- Hoàn tất chuyển đổi các xe nâng tại các nhà máy sang chạy điện;
- Tiếp tục triển khai áp dụng điện mặt trời áp mái tại các nhà máy tại Bình Dương (nay là TP.HCM), Hậu Giang (nay là Thành phố Cần Thơ) và sẽ mở rộng sang toàn bộ các nhà máy khác trên cả nước;

- Nâng tầm hệ thống Giám sát và Quản lý tiêu hao năng lượng trong nhà máy để tiết kiệm điện năng;
- Không ngừng đổi mới quy trình sản xuất để cắt giảm sử dụng nước và cắt giảm nước xả thải sau sản xuất;
- Thực hiện giải pháp kỹ thuật thiết kế mới để giảm trọng lượng một số chai nhựa PET và HDPE;
- Thực hiện cam kết "phát thải ròng bằng 0" ("net zero") cho các lò hơi đốt sinh khối vào năm 2050;
- Đưa tiêu chí Tiết kiệm điện năng vào quy trình chọn thầu mua máy móc thiết bị, v.v.

10.1.3. Hệ thống phân phối

Các sản phẩm của Tập đoàn chủ yếu được giới thiệu đến người tiêu dùng thông qua năm kênh bán hàng chính, bao gồm: kênh thương mại truyền thống (các nhà phân phối), kênh thương mại hiện đại (cửa hàng tiện lợi, siêu thị), kênh HORECA (trường học, bệnh viện, nhà hàng, v.v.), kênh thương mại điện tử và xuất khẩu.

Kênh thương mại truyền thống ("General trade", "GT")

Tập đoàn vận hành một trong những mạng lưới phân phối thực phẩm và đồ uống lớn nhất tại Việt Nam với hơn 250 nhà phân phối độc quyền, gần 3.800 nhân viên bán hàng và hơn 313.000 điểm bán lẻ truyền thống. Kênh thương mại truyền thống là kênh phân phối chủ lực, đóng góp khoảng 74% vào doanh thu thuần 9 tháng đầu năm 2025 của Tập đoàn.

Tập đoàn có 16 trung tâm phân phối được đặt ở những địa điểm chiến lược có khả năng phân phối các sản phẩm thực phẩm và đồ uống một cách hiệu quả đến từng nhà phân phối trên toàn quốc. Điều này mang lại lợi thế cạnh tranh đáng kể, như khả năng cung cấp hàng hóa cho người tiêu dùng một cách hiệu quả trong khi giảm được chi phí vận chuyển. Điều này rất quan trọng vì hơn 60% dân số Việt Nam hiện sinh sống ở vùng nông thôn và ngành bán lẻ vẫn phụ thuộc chủ yếu vào kênh thương mại truyền thống.

Bảng 8: Trung tâm phân phối của Tập đoàn

STT	Trung tâm phân phối	Địa điểm	Hình thức vận hành
1	STD	TP.HCM	Vận hành nội bộ
2	LTD	Long Thành - Đồng Nai	Vận hành nội bộ
3	DCD	Biên Hòa - Đồng Nai	Vận hành nội bộ
4	VHD	Kho Vĩnh Hảo – Lâm Đồng	Vận hành nội bộ
5	NAD	Kho MMB - Nghệ An	Vận hành nội bộ
6	NET	Kho NET - Đồng Nai	Vận hành nội bộ
7	HCM	TP.HCM	Vận hành nội bộ

STT	Trung tâm phân phối	Địa điểm	Hình thức vận hành
8	TBS	TP.HCM	Vận hành nội bộ
9	HYD	Kho Thành Huy - Hưng Yên	Vận hành nội bộ
10	HDD	Thành phố Hải Phòng	Vận hành nội bộ
11	QHD	Kho Quang Hanh - Quảng Ninh	Vận hành nội bộ
12	SMD	Kho Suối Mơ - Quảng Ninh	Vận hành nội bộ
13	DND	TP. Đà Nẵng	Vận hành nội bộ
14	FHG	Kho Hậu Giang – Cần Thơ	Vận hành nội bộ
15	FHG	Kho Mekong – Cần Thơ	Vận hành nội bộ
16	HPD	Kho Hải Phòng	Vận hành nội bộ

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Kênh thương mại hiện đại ("Modern trade", "MT")

Từ năm 2020 người tiêu dùng có sự chuyển đổi lớn từ kênh bán hàng truyền thống sang kênh bán hàng hiện đại (kênh bán hàng hiện đại chiếm khoảng 12% toàn bộ kênh bán lẻ ở Việt Nam, theo Euromonitor). Công ty có được lợi thế cộng hưởng khi là một phần của hệ sinh thái của The CrownX, nền tảng hợp nhất mảng tiêu dùng, bán lẻ thuộc CTCP Tập đoàn Masan, bao gồm CTCP Hàng tiêu dùng Masan (MCH) và CTCP Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce ("WCM"), đơn vị điều hành hệ thống siêu thị WinMart và các cửa hàng nhỏ WinMart+. The CrownX do Tập đoàn Masan sở hữu cổ phần chi phối, được định vị là nền tảng tích hợp xuyên suốt từ sản xuất đến điểm bán lẻ, tạo ra chuỗi giá trị khép kín trong ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam. Điều này giúp Công ty có thể tiếp cận người tiêu dùng mọi lúc mọi nơi và củng cố chiến lược tăng thị phần trong kênh bán hàng hiện đại. Hiện tại, Công ty đang phân phối hàng hóa qua khoảng 8.500 điểm bán lẻ hiện đại, bao gồm hơn 4.100 điểm bán của WinCommerce. Kênh bán hàng hiện đại đã đóng góp khoảng 16% vào doanh thu thuần 9 tháng đầu năm 2025 của Công ty.

Kênh HORECA

Ngoài ra, Công ty cũng cung cấp sản phẩm qua kênh trường học, bệnh viện, nhà hàng, khách sạn và khu công nghiệp, hiện đóng góp khoảng 4% vào doanh thu thuần 9 tháng đầu năm 2025 của Công ty. Đây được xem là một kênh phân phối nhiều tiềm năng để khai phá.

Kênh thương mại điện tử

Bên cạnh đó, để nắm bắt thói quen mua sắm thay đổi của số đông khách hàng, Công ty đã từng bước thiết lập hoạt động trên các nền tảng thương mại điện tử (e-commerce) từ năm 2022. Hệ thống này cho phép Công ty đẩy mạnh khâu phân phối trực tuyến để các sản phẩm được giao đến người tiêu

dùng ở bất cứ đâu trong thời gian nhanh nhất. Mặc dù chỉ chính thức tham gia các nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam trong thời gian ngắn, Công ty nhanh chóng đạt dấu ấn ấn tượng. Trên phương diện thương mại điện tử truyền thống, hàng loạt Brand Day, Mega Event, Flash Sale trên Lazada; Shopee được Công ty chú trọng thực hiện từ tháng 5/2023, đem lại trải nghiệm mua sắm thuận tiện cho người tiêu dùng Việt Nam. Masan Consumer đã phối hợp cùng các nền tảng thương mại điện tử và các KOL/KOC[11] thực hiện hàng loạt phiên bán hàng trực tuyến (livestream), nơi mà người tiêu dùng được tiếp cận nhanh nhất đến các sản phẩm mới, chất lượng, thú vị: Tương ớt CHIN-SU Đại Tiệc 2kg, Bộ sưu tập Nước Mắm Nam Ngư đặc sản, Lẩu tự sôi Omachi, Mì trộn Omachi Thịt xiên nướng, Mỡ mì to ăn tết lớn, Đại tiệc gia vị, Cậu ấm cô chén, v.v. đã tiếp cận hơn 10 triệu người dùng, đạt kỷ lục 35 triệu lượt tương tác. Doanh thu qua kênh thương mại điện tử hiện nay còn khiêm tốn (<1% doanh thu thuần trong 9 tháng đầu năm 2025 của Công ty), tuy nhiên còn nhiều tiềm năng tăng trưởng và là một kênh quan trọng để Công ty xây dựng nhận thức thương hiệu và xu hướng sản phẩm.

Kênh xuất khẩu

Doanh thu từ kênh xuất khẩu lần lượt chiếm khoảng 4,2% và 5,0% doanh thu thuần của Tập đoàn năm 2024 và 9 tháng đầu năm 2025. Với chiến lược mở rộng thị trường ra nước ngoài mang tên "Go Global" và những kết quả khả quan ban đầu, kênh xuất khẩu dự kiến sẽ tăng tỷ trọng đóng góp mạnh mẽ vào doanh thu trong những năm sắp tới. Kênh xuất khẩu của Tập đoàn bán hàng cho hơn 26 quốc gia trên toàn thế giới tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024. Các thị trường chính bao gồm Châu Âu, Trung Quốc, Mỹ, Úc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Campuchia và Canada. Các sản phẩm của Tập đoàn được xuất khẩu thông qua 30 đối tác chiến lược được Tập đoàn lựa chọn và đáp ứng các yêu cầu về bảo quản và pháp luật tại từng quốc gia, đảm bảo các sản phẩm của Công ty được nhập khẩu qua chính ngạch và đáp ứng đầy đủ các yêu cầu tại từng quốc gia. Các sản phẩm xuất khẩu chính của Tập đoàn là gia vị, thực phẩm tiện lợi và cà phê.

Với mạng lưới phân phối rộng khắp và đa dạng, Tập đoàn có thể đảm bảo các sản phẩm của mình luôn có mặt tại tất cả các kênh, để từ đó có thể hiểu rõ hơn về người tiêu dùng và mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm và trải nghiệm tốt hơn.

10.1.4. Công nghệ áp dụng

Trong bối cảnh mới khi doanh nghiệp phát triển, hoạt động vận hành trở nên phức tạp hơn (từ mua bán & sáp nhập, ra mắt sản phẩm mới, gia nhập ngành hàng mới, v.v.), Tập đoàn cần đến những công cụ thích hợp để quản trị tốt sự tăng trưởng và các rủi ro liên quan. Điều này đòi hỏi phải triển khai các phương pháp quản lý hiệu quả nhất, các chính sách kiểm soát nội bộ và nền tảng ERP (Enterprise planning resources) - phần mềm quản lý doanh nghiệp thông minh chung cho tất cả các bộ phận trong hoạt động vận hành và các công ty con.

[11] KOL (Key Opinion Leader): miêu tả một cá nhân hay tổ chức có kiến thức sản phẩm chuyên môn và tầm ảnh hưởng trong lĩnh vực hay ngành nghề của họ; KOC (Key Opinion Consumer): miêu tả cá nhân hay tổ chức có kiến thức chuyên môn về một lĩnh vực nào đó, đồng thời là người tiêu dùng chủ chốt, có sức ảnh hưởng trên thị trường

Trên cơ sở này, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã triển khai thành công hệ thống quản lý tài nguyên doanh nghiệp Oracle ERP R12 với tính năng ghi nhận, phân tích, đánh giá và báo cáo mạnh mẽ do Oracle (một trong những công ty hàng đầu cung cấp dịch vụ và sản phẩm liên quan đến cơ sở dữ liệu và phần mềm quản lý doanh nghiệp) cung cấp. Hệ thống Oracle ERP của Tập đoàn còn được tích hợp nền tảng kinh doanh điện tử (Oracle EBS), một bộ giải pháp quản lý doanh nghiệp toàn diện cho phép quản lý hiệu quả và tự động hoá tất cả các mảng nghiệp vụ kế toán tài chính, thương mại dịch vụ, sản xuất, cung ứng, vật tư hàng hoá, v.v. Hiện, tất cả các công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã kết nối thành công đến Hệ thống ERP chung, tối ưu hiệu quả kinh doanh và quản lý của Tập đoàn.

Các sản phẩm của Tập đoàn được phân phối trực tiếp từ các nhà máy sản xuất đến nhà phân phối hoặc các kênh bán lẻ hiện đại và truyền thống, giúp tối ưu chi phí logistics và rút ngắn thời gian tiếp cận thị trường.

10.1.5. Tính thời vụ của hoạt động sản xuất kinh doanh

Tập đoàn hoạt động trong lĩnh vực hàng tiêu dùng thiết yếu. Đây là lĩnh vực không có thời vụ mà gắn liền trực tiếp với sức khỏe và triển vọng của nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, tổng doanh thu của Công ty thường tăng vào quý 4 hàng năm do các nhà phân phối chuẩn bị cho nhu cầu tiêu dùng tăng cao trong những tháng trước Tết Nguyên đán diễn ra vào quý 1 hàng năm. Theo đó, Tập đoàn thường tăng cường sản xuất các sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống, và đồng thời tăng cường các hoạt động quảng cáo, khuyến mại vào quý 4 hàng năm để thúc đẩy bán hàng trong giai đoạn cận kề mùa lễ hội.

10.1.6. Sản lượng sản phẩm

Lĩnh vực kinh doanh chính của Tập đoàn là sản xuất và tiếp thị các sản phẩm thuộc ngành hàng tiêu dùng do đó không có phát sinh doanh thu từ hoạt động cung cấp dịch vụ. Sản lượng sản xuất và tiêu thụ trong giai đoạn 2023 – 9T2025:

Bảng 9: Giá trị sản xuất hợp nhất của Tập đoàn

STT	Nội dung	ĐVT	Năm 2023	Năm 2024	Lũy kế 9 tháng 2025
1	**Sản lượng sản xuất**				
1.1	**Ngành hàng thực phẩm**				
1.1.1	Ngành hàng gia vị				
	Nước mắm, nước tương	nghìn lít	291.710	307.412	187.816
	Hạt nêm, tương ớt, gia vị khác	tấn	67.558	78.451	53.769
1.1.2	Ngành hàng thực phẩm tiện lợi				
	Thực phẩm tiện lợi, bữa ăn thay thế	triệu gói	2.311	2.506	1.780
	Bữa ăn tiện lợi	tấn	103	530	-
1.2	**Ngành hàng đồ uống**				

STT	Nội dung	ĐVT	Năm 2023	Năm 2024	Lũy kế 9 tháng 2025
1.2.1	Ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng				
	Ngũ cốc ăn liền & trà túi lọc	tấn	4.423	4.450	3.086
	Đồ uống giải khát & trà pha sẵn	nghìn lít	433.595	489.694	343.596
1.2.2	Ngành hàng cà phê	tấn	21.393	20.970	13.109
1.3	**Ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình**				
1.3.1	Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình				
	Chăm sóc nhà cửa	tấn	98.561	98.470	69.906
	Chăm sóc cá nhân	nghìn lít	157	321	-
2	**Sản lượng tiêu thụ**				
2.1	**Ngành hàng thực phẩm**				
2.1.1	Ngành hàng gia vị				
	Nước mắm, nước tương	nghìn lít	291.294	297.895	185.422
	Hạt nêm, tương ớt, gia vị khác	tấn	65.588	73.614	51.189
2.1.2	Ngành hàng thực phẩm tiện lợi				
	Thực phẩm tiện lợi, bữa ăn thay thế	triệu gói	2.319	2.467	1.712
	Bữa ăn tiện lợi	tấn	65	600	8
2.2	**Ngành hàng đồ uống**				
2.2.1	Ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng				
	Ngũ cốc ăn liền & trà túi lọc	tấn	4.362	4.404	3.021
	Đồ uống giải khát & trà pha sẵn	nghìn lít	429.922	484.494	338.058
2.2.2	Ngành hàng cà phê	tấn	20.837	20.800	13.217
2.3	**Ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình**				
2.3.1	Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình				
	Chăm sóc nhà cửa	tấn	92.999	96.388	68.716
	Chăm sóc cá nhân	nghìn lít	139	214	81

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 10: Cơ cấu doanh thu thuần Tập đoàn (Hợp nhất)[12]

Đơn vị: triệu đồng

Doanh thu thuần	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
1. Ngành hàng thực phẩm	**19.447.478**	**68,9%**	**21.192.375**	**68,6%**	**9,0%**	**14.370.871**	**67,5%**
Ngành hàng gia vị	10.868.213	38,5%	11.715.577	37,9%	7,8%	7.509.579	35,3%
Ngành hàng thực phẩm tiện lợi	8.579.265	30,4%	9.476.798	30,7%	10,5%	6.861.292	32,2%
2. Ngành hàng đồ uống	**6.492.071**	**23,0%**	**7.334.126**	**23,7%**	**13,0%**	**5.059.208**	**23,8%**
Ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng	4.599.699	16,3%	5.282.802	17,1%	14,9%	3.589.830	16,9%
Ngành hàng cà phê	1.892.372	6,7%	2.051.324	6,6%	8,4%	1.469.378	6,9%
3. Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	**2.069.957**	**7,3%**	**2.124.597**	**6,9%**	**2,6%**	**1.642.383**	**7,7%**
Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	2.069.957	7,3%	2.124.597	6,9%	2,6%	1.642.383	7,7%
4. Ngành khác (*)	**231.486**	**0,8%**	**246.128**	**0,8%**	**6,3%**	**208.585**	**1,0%**
Khác	231.486	0,8%	246.128	0,8%	6,3%	208.585	1,0%
Tổng cộng	**28.240.992**	**100,0%**	**30.897.226**	**100,0%**	**9,4%**	**21.281.047**	**100,0%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Các nguồn doanh thu khác bao gồm doanh thu phát sinh ngoài các ngành hàng chính của Công ty, chủ yếu đến từ việc bán phế phẩm, nguyên vật liệu dư thừa trong quá trình sản xuất. Doanh thu này đóng góp tỷ trọng không đáng kể (khoảng 1% tổng doanh thu thuần hợp nhất) trong năm 2023, 2024 và 9 tháng 2025.

[12] Cơ cấu doanh thu thuần trong báo cáo tài chính theo ngành hàng hiện đang bao gồm cả doanh thu nội địa và doanh thu xuất khẩu

Hoạt động kinh doanh của Tập đoàn bao gồm năm ngành hàng: gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, cà phê và hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình. Năm 2023, doanh thu thuần hợp nhất của Tập đoàn đạt 28.241 tỷ đồng. Ngành hàng gia vị trở thành động cơ dẫn dắt với doanh số đạt 10.868 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 38,5% trong tổng doanh thu thuần hợp nhất của Tập đoàn nhờ vào việc mở ra các sản phẩm gia vị mới (như tương ớt CHIN-SU Wasabi, nước mắm CHIN-SU cá cơm Biển Đông 720) trên nền các sản phẩm sẵn có và đa dạng hóa các loại sản phẩm hướng tới phân khúc thế hệ trẻ. Tỷ trọng ngành hàng thực phẩm tiện lợi chiếm tỷ trọng 30,4% trong tổng doanh thu thuần hợp nhất của Tập đoàn trong năm. Trong khi đó, tỷ trọng đóng góp doanh thu thuần của ngành hàng đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, ngành hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình và ngành hàng cà phê chiếm lần lượt 16,3%, 7,3% và 6,7% trong tổng doanh thu thuần hợp nhất của Tập đoàn trong năm.

Trong năm 2024, tổng doanh thu thuần hợp nhất của Tập đoàn đạt 30.897 tỷ đồng, tăng trưởng 9,4% so năm 2023, chủ yếu nhờ tăng trưởng mạnh từ mảng xuất khẩu (tăng 22,4% so với cùng kỳ) và ngành Đồ uống đóng chai, thức uống dinh dưỡng tại thị trường nội địa (tăng 14,7% so với cùng kỳ). Kết quả này tương đương với 98,1% kế hoạch doanh thu hợp nhất (kịch bản cơ sở) năm 2024[13]. Doanh thu của Tập đoàn thấp hơn mục tiêu do áp lực cạnh tranh gia tăng từ các thương hiệu quốc tế. Cơ cấu doanh thu năm 2024 tiếp tục duy trì ổn định với ngành hàng thực phẩm chiếm 68,6%, ngành đồ uống chiếm 23,7% và ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình chiếm 6,9%.

Trong 9 tháng đầu năm 2025, Tập đoàn ghi nhận doanh thu thuần hợp nhất đạt 21.281 tỷ đồng. Cơ cấu ngành hàng có sự dịch chuyển nhẹ, trong đó ngành hàng thực phẩm chiếm 67,5%, ngành đồ uống 23,8% và ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình 7,7%. Kết quả này cho thấy xu hướng tăng trưởng tiếp tục duy trì tại mảng đồ uống và HPC, đóng góp tích cực vào sự cân bằng trong cơ cấu doanh thu.

Bảng 11: Cơ cấu doanh thu thuần Công ty (Công ty mẹ)[14]

Đơn vị: triệu đồng

Doanh thu thuần	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
1. Ngành hàng thực phẩm	**19.446.996**	**71,0%**	**21.208.138**	**70,4%**	**9,1%**	**14.380.065**	**69,4%**
Ngành hàng gia vị	10.865.396	39,6%	11.731.180	38,9%	8,0%	7.519.340	36,3%

[13] Kế hoạch doanh thu hợp nhất năm 2024 của Tập đoàn là 31.500 – 34.500 tỷ đồng, đã được thông qua theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2024

[14] Cơ cấu doanh thu thuần trong báo cáo tài chính theo ngành hàng hiện đang bao gồm cả doanh thu nội địa và doanh thu xuất khẩu

Doanh thu thuần	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
Ngành hàng thực phẩm tiện lợi	8.581.600	31,3%	9.476.958	31,4%	10,4%	6.860.725	33,1%
2. Ngành hàng đồ uống	**6.226.645**	**22,7%**	**7.060.711**	**23,4%**	**13,4%**	**4.796.995**	**23,2%**
Ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng	4.595.591	16,8%	5.274.887	17,5%	14,8%	3.583.760	17,3%
Ngành hàng cà phê	1.631.054	6,0%	1.785.824	5,9%	9,5%	1.213.235	5,9%
3. Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	**742.337**	**2,7%**	**843.013**	**2,8%**	**13,6%**	**837.664**	**4,0%**
Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	742.337	2,7%	843.013	2,8%	13,6%	837.664	4,0%
4. Ngành khác (*)	**989.696**	**3,6%**	**1.028.388**	**3,4%**	**3,9%**	**693.958**	**3,4%**
Khác	989.696	3,6%	1.028.388	3,4%	3,9%	693.958	3,4%
Tổng cộng	**27.405.674**	**100,0%**	**30.140.250**	**100,0%**	**10,0%**	**20.708.682**	**100,0%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 12: Lợi nhuận gộp (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Lợi nhuận gộp	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
1. Ngành hàng thực phẩm	**9.200.164**	**70,9%**	**10.292.748**	**71,5%**	**11,9%**	**6.726.401**	**69,4%**
Ngành hàng gia vị	5.798.853	44,7%	6.315.746	43,8%	8,9%	3.974.175	41,0%
Ngành hàng thực phẩm tiện lợi	3.401.311	26,2%	3.977.002	27,6%	16,9%	2.752.226	28,4%
2. Ngành hàng đồ uống	**2.979.156**	**23,0%**	**3.174.214**	**22,0%**	**6,5%**	**2.193.834**	**22,6%**

Lợi nhuận gộp	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
Ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng	2.401.967	18,5%	2.590.719	18,0%	7,9%	1.758.517	18,1%
Ngành hàng cà phê	577.189	4,4%	583.495	4,1%	1,1%	435.317	4,5%
3. Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	**661.948**	**5,1%**	**800.345**	**5,6%**	**20,9%**	**684.119**	**7,1%**
Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	661.948	5,1%	800.345	5,6%	20,9%	684.119	7,1%
4. Ngành khác	**133.100**	**1,0%**	**137.378**	**1,0%**	**3,2%**	94.366	1,0%
Khác	133.100	1,0%	137.378	1,0%	3,2%	94.366	1,0%
Tổng cộng	**12.974.368**	**100,0%**	**14.404.685**	**100,0%**	**11,0%**	**9.698.720**	**100,0%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Ngành hàng gia vị tiếp tục là ngành đóng góp tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu lợi nhuận gộp hợp nhất của Tập đoàn, với biên lợi nhuận gộp[15] đạt 53,4% năm 2023, 53,9% năm 2024 và 52,9% trong 9 tháng đầu năm 2025. Ngành hàng thực phẩm tiện lợi duy trì biên lợi nhuận gộp cao, cải thiện từ 39,6% năm 2023 lên 42,0% năm 2024 và đạt 40,1% trong 9 tháng đầu năm 2025.

Ngành hàng đồ uống chiếm khoảng 22-23% tổng lợi nhuận gộp giai đoạn 2023 đến 9 tháng đầu năm 2025, trong đó biên lợi nhuận gộp ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng, và ngành hàng cà phê lần lượt duy trì ở mức 49,0-52,2% và 28,4-30,5%.

Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình ghi nhận tỷ trọng gia tăng với biên lợi nhuận gộp liên tục cải thiện, từ 32,0% năm 2023 lên 37,7% năm 2024 và 41,7% trong 9 tháng đầu năm 2025.

Biên lợi nhuận gộp hợp nhất của Tập đoàn đạt 45,9% năm 2023, 46,6% năm 2024 và 45,6% trong 9 tháng đầu năm 2025. Mặc dù chi phí nguyên liệu tăng đáng kể do áp lực lạm phát giá, biên lợi nhuận gộp vẫn được duy trì ở mức cao nhờ Tập đoàn tối ưu hóa quy trình sản xuất, áp dụng chiến lược mua nguyên liệu ổn định và tập trung cao cấp hóa sản phẩm trong các ngành hàng chủ lực, đặc biệt là gia vị và thực phẩm tiện lợi, đồng thời giữ vững được thị phần.

[15] Biên lợi nhuận gộp được xác định bằng Lợi nhuận gộp chia cho Doanh thu thuần nhân (x) 100%.

Do Công ty mẹ chủ yếu thực hiện chức năng quản lý vốn đầu tư và phân phối hàng hóa của các công ty con, không trực tiếp sản xuất sản phẩm, trong khi các công ty con là đơn vị trực tiếp sản xuất, nên việc tách riêng lợi nhuận gộp của Công ty mẹ không phản ánh đúng bản chất hoạt động của Tập đoàn.

Bảng 13: Cơ cấu Tổng doanh thu Tập đoàn qua các năm (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
		Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
1	Doanh thu thuần từ hoạt động SXKD	28.240.993	93,8%	30.897.226	94,5%	9,4%	21.281.047	96,4%
2	Doanh thu hoạt động tài chính	1.853.512	6,2%	1.800.659	5,5%	(2,9%)	794.347	3,6%
3	Thu nhập khác	9.577	0,0%	3.763	0,0%	(60,7%)	3.012	0,0%
	Tổng	**30.104.082**	**100,0%**	**32.701.647**	**100,0%**	**8,6%**	**22.078.407**	**100,0%**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và quý 3 năm 2025

Bảng 14: Cơ cấu Tổng doanh thu Công ty qua các năm (Công ty mẹ)

Đơn vị: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		% Tăng / (giảm)	Lũy kế 9 tháng 2025	
		Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	2024-2023	Giá trị	Tỷ trọng (%)
1	Doanh thu thuần từ hoạt động SXKD	27.405.675	81,1%	30.140.251	82,9%	10,0%	20.708.681	87,1%
2	Doanh thu hoạt động tài chính	6.401.073	18,9%	6.214.668	17,1%	(2,9%)	3.057.583	12,9%
3	Thu nhập khác	1.993	0,0%	363	0,0%	(81,8%)	196	0,0%
	Tổng	**33.808.741**	**100,0%**	**36.355.281**	**100,0%**	**7,5%**	**23.766.460**	**100,0%**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và quý 3 năm 2025

Trong cơ cấu tổng doanh thu, doanh thu thuần từ hoạt động SXKD chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng trưởng ổn định qua các năm. Cụ thể, khoản doanh thu hợp nhất năm 2024 của Tập đoàn đạt 30.897 tỷ đồng, tăng 9,4% so với năm 2023, và chiếm 94,5% tổng doanh thu. Doanh thu hoạt động tài chính chiếm 6,2% và 5,5% tổng doanh thu trong năm 2023 và 2024, trong đó hơn 90% đến từ lãi tiền gửi

ngân hàng, chứng khoán kinh doanh, và các khoản đầu tư và lãi từ các khoản cho vay. Thu nhập khác chiếm chưa đến 1% tổng doanh thu năm 2023 và 2024.

Trong 9 tháng đầu năm 2025, tổng doanh thu hợp nhất của Tập đoàn đạt 21.281 tỷ đồng, trong cơ cấu tổng doanh thu thì doanh thu thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh chiếm 96,4%, doanh thu tài chính chiếm 3,6% và thu nhập khác chiếm tỷ trọng không đáng kể.

10.2. Tài sản

Bảng 15: Tài sản cố định của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
I	**TSCĐ hữu hình**	**9.619.244**	**4.789.111**	**9.870.271**	**4.535.135**	**10.006.593**	**4.349.503**
1	Nhà cửa	2.795.421	1.930.150	2.814.239	1.857.441	2.889.158	1.849.333
2	Nâng cấp tài sản thuê	19.583	-	19.583	-	19.583	-
3	Thiết bị văn phòng	104.253	23.990	105.117	19.353	87.520	16.016
4	Máy móc và thiết bị	6.669.190	2.817.586	6.905.606	2.646.344	6.983.871	2.474.280
5	Phương tiện vận chuyển	30.797	17.385	25.726	11.997	26.461	9.873
II	**TSCĐ vô hình**	**2.397.934**	**763.264**	**2.408.310**	**714.027**	**2.408.879**	**671.222**
1	Quyền sử dụng đất (*)	119.086	69.171	119.086	66.218	119.086	64.003
2	Phần mềm máy tính	307.243	11.393	317.619	15.538	318.886	13.430
3	Quyền khai thác tài nguyên nước khoáng	76.238	43.198	76.238	40.416	75.540	37.647
4	Nhãn hiệu	1.085.328	382.919	1.085.328	360.275	1.085.328	343.313
5	Quan hệ khách hàng	397.341	24.570	397.341	18.898	397.341	14.645
6	Tài nguyên nước khoáng	412.698	232.013	412.698	212.682	412.698	198.184
	Tổng cộng	**12.017.178**	**5.552.375**	**12.278.581**	**5.249.162**	**12.415.472**	**5.020.725**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và quý 3 năm 2025

- Chi tiết quyền sử dụng đất:

STT	Địa điểm	Công ty	Diện tích (m^2)	Thời hạn
1	KCN Tân Bình – TP.HCM	Việt Tiến	8.811	2000 - 2047
2	Phú Quốc – An Giang	Masan PQ	22.251	2009 - 2061
3	KCN Đại An – Hải Phòng	Masan HD	40.000	2009 - 2052
4	KCN Nam Cấm – Nghệ An	MMB	63.300	2014 - 2064
5	KCN Sông Hậu – Cần Thơ	Masan HG	99.146	2015 - 2065
6	KCN Long Thành – Đồng Nai	VinaCafé B.H	49.500	2006 - 2053

STT	Địa điểm	Công ty	Diện tích (m^2)	Thời hạn
7	KCN Lộc An Bình Sơn – Đồng Nai	NETCO	60.000	2013 - 2060
8	KCN Biên Hòa I – Đồng Nai (*)	VinaCafé B.H	13.111	2001 - 2051
9	KCN Biên Hòa I – Đồng Nai	NETCO	21.197	2001 - 2051
10	Lâm Đồng	Vĩnh Hảo	124.304	2010 - 2045/2065, lâu dài
11	Khánh Hòa	Kronfa	109.072	2009 - 2032/2048
12	Quảng Ninh	QNW Corp	13.249	1999/2013/2015 - 2029/2063
13	KCN Đồng văn IV – Ninh Bình	Masan HN	196.216	2020 - 2066
14	KCN Tân Đông Hiệp A – TP.HCM	Công nghiệp Masan	109.211	2002 - 2050
15	Tây Ninh	Masan Long An	129.585	2020 - 2069
16	Lâm Đồng	Hương Giang	9.866	2060
Tổng cộng			**1.035.923**	

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Thực hiện chủ trương của UBND Tỉnh Đồng Nai về chuyển đổi công năng và di dời Khu công nghiệp Biên Hòa 1, VinaCafé B.H đã hoàn tất việc di dời nhà máy đóng gói cà phê từ Khu công nghiệp Biên Hòa 1 về nhà máy hiện hữu của VinaCafé B.H (được xây dựng và đưa vào vận hành từ năm 2013) tại Khu công nghiệp Long Thành. Việc di dời không làm ảnh hưởng trọng yếu đến tài sản, doanh thu và hoạt động của VinaCafé B.H và Công ty.

- Chi tiết về nhãn hiệu: là giá trị hợp lý có được từ việc hợp nhất các công ty con, chi tiết giá trị hợp lý theo sổ sách của nhãn hiệu theo từng công ty như sau:

Đơn vị: triệu đồng

STT	Công ty	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
1	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	636	-	636	-	636	-
2	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo	158.931	71.983	158.931	64.032	158.931	58.091
3	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa	544.676	-	544.676	-	544.676	-
4	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	39.814	13.271	39.814	9.953	39.814	7.465

STT	Công ty	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
5	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	341.272	297.665	341.272	286.289	341.272	277.757
	Tổng cộng	**1.085.328**	**382.919**	**1.085.328**	**360.275**	**1.085.329**	**343.313**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(***) Chi tiết về tài nguyên nước khoáng: là giá trị hợp lý có được từ việc hợp nhất các công ty con, chi tiết giá trị hợp lý tài nguyên nước khoáng theo từng công ty như sau:

Đơn vị: triệu đồng

STT	Công ty	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
1	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo	26.036	-	26.036	-	26.036	-
2	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha	279.300	147.865	279.300	131.435	279.300	119.113
3	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	107.362	84.149	107.362	81.247	107.362	79.071
	Tổng cộng	**412.698**	**232.013**	**412.698**	**212.682**	**412.698**	**198.184**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo (Công ty con gián tiếp của Công ty) sở hữu quyền khai thác tại (i) giếng khoan VH1 và 711B, xã Vĩnh Hảo, huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận (nay là tỉnh Lâm Đồng) theo Giấy phép khai thác khoáng sản số 562/GP-BTNMT do Bộ Tài nguyên và Môi trường cấp ngày 17/3/2015 với lưu lượng khai thác 108 m^3/ngày và (ii) lỗ khoan H1, xã Phước Thể, huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận (nay là tỉnh Lâm Đồng) theo Giấy phép khai thác khoáng sản số 2422/GP-BTNMT do Bộ Tài nguyên và Môi trường cấp ngày 20/10/2016 với lưu lượng khai thác 119 m^3/ngày.

Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha và Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh sở hữu nhiều giấy phép khai thác khác được Bộ Tài nguyên và Môi trường cấp tại từng thời điểm.

Bảng 16: Tài sản cố định của Công ty (Công ty mẹ)

Đơn vị: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
I	**TSCĐ hữu hình**	**68.811**	**21.803**	**82.316**	**30.736**	**81.088**	**44.332**
1	Nâng cấp tài sản thuê	12.545	-	13.800	1.090	13.640	956
2	Máy móc và thiết bị	9.805	5.760	23.430	18.383	41.311	34.841
3	Phương tiện vận chuyển	18.770	11.840	17.195	8.064	17.195	6.282
4	Thiết bị văn phòng	27.691	4.203	27.891	3.199	8.942	2.253
II	**TSCĐ vô hình**	**292.732**	**11.097**	**299.241**	**11.798**	**300.508**	**10.164**
1	Phần mềm máy tính	292.096	11.097	298.605	11.798	299.872	10.164
2	Nhãn hiệu	636	-	636	-	636	-
	Tổng cộng	**361.543**	**32.900**	**381.557**	**42.534**	**381.596**	**54.496**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và quý 3 2025

Với đặc thù hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành hàng tiêu dùng, phần lớn tài sản cố định tập trung ở máy móc thiết bị và nhà cửa.

Tập đoàn hiện đang vận hành 14 nhà máy sản xuất tại TP. HCM, tỉnh Kiên Giang, thành phố Hải Phòng, tỉnh Đồng Nai, tỉnh Lâm Đồng, tỉnh Khánh Hòa, tỉnh Nghệ An, thành phố Cần Thơ và tỉnh Quảng Ninh. Các nhà máy này cho phép Công ty sản xuất các sản phẩm có chất lượng và mùi vị đồng nhất, tăng cường hơn nữa chất lượng của các thương hiệu của Công ty.

Bảng dưới đây liệt kê các nhà xưởng của Tập đoàn:

Bảng 17: Các nhà xưởng của Tập đoàn

STT	Loại tài sản	Địa điểm	Sản phẩm	Công ty	Diện tích (m^2)
1	Nhà xưởng	KCN Tân Bình – TP.HCM	Ngành hàng đồ uống	Việt Tiến	8.700
2	Nhà xưởng / Văn phòng	Phú Quốc – An Giang	Ngành hàng thực phẩm	MPQ và Nam Ngư Phú Quốc	11.483
3	Nhà xưởng / Văn phòng	KCN Đại An – Hải Phòng	Ngành hàng thực phẩm	Masan HD	28.418
4	Nhà xưởng / Văn phòng	KCN Nam Cấm – Nghệ An	Ngành hàng thực phẩm và đồ uống	Masan MB	58.222
5	Nhà xưởng / Văn phòng	KCN Sông Hậu – Cần Thơ	Ngành hàng thực phẩm và đồ uống	Masan HG	80.853

STT	Loại tài sản	Địa điểm	Sản phẩm	Công ty	Diện tích (m^2)
6	Nhà xưởng	KCN Long Thành – Đồng Nai	Ngành hàng đồ uống	VinaCafé B.H	26.840
7	Nhà xưởng / Văn phòng	KCN Lộc An Bình Sơn – Đồng Nai	Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	NETCO	39.981
8	Nhà xưởng / Văn phòng (*)	KCN Biên Hòa 1 – Đồng Nai	Ngành hàng đồ uống	VinaCafé B.H	13.151
9	Nhà xưởng / Văn phòng	Lâm Đồng	Ngành hàng đồ uống	Vĩnh Hảo	30.198
10	Nhà xưởng	Khánh Hòa	Ngành hàng đồ uống	Kronfa	3.496
11	Nhà xưởng / Văn phòng	Quảng Ninh	Ngành hàng đồ uống	QNW Corp	6.546
12	Nhà xưởng / Văn phòng	KCN Tân Đông Hiệp A – TP.HCM	Ngành hàng thực phẩm và đồ uống	Công nghiệp Masan	127.265
13	Nhà xưởng	KCN Sóng Thần – TP.HCM	Ngành hàng đồ uống	Vĩnh Hảo	2.004
14	Nhà xưởng / Văn phòng	Lagi – Lâm Đồng	Ngành hàng thực phẩm	Hương Giang	8.355

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Thực hiện chủ trương của UBND Tỉnh Đồng Nai về chuyển đổi công năng và di dời Khu công nghiệp Biên Hòa 1, VinaCafé B.H đã hoàn tất việc di dời nhà máy đóng gói cà phê từ Khu công nghiệp Biên Hòa 1 về nhà máy hiện hữu của VinaCafé B.H (được xây dựng và đưa vào vận hành từ năm 2013) tại Khu công nghiệp Long Thành. Việc di dời không làm ảnh hưởng trọng yếu đến tài sản, doanh thu và hoạt động của VinaCafé B.H và Công ty.

Bảng dưới đây liệt kê danh sách 20 tài sản cố định lớn của Tập đoàn:

Đơn vị: triệu đồng

STT	Tên tài sản	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
1	Tòa nhà xưởng F5MSI (29135)	173.810	99.006	173.810	94.778	173.810	91.607
2	Nhà xưởng sản xuất F3 MMB (141695)	169.107	155.468	169.107	150.709	169.107	147.139
3	Nhà xưởng CSD MHG (132202)	159.097	143.823	160.661	140.837	160.661	137.411
4	Nhà xưởng Mi Phở F3 MHG (143393)	156.463	144.283	157.166	140.575	157.166	137.254

STT	Tên tài sản	31/12/2023		31/12/2024		30/09/2025	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
5	Nhà máy chế biến thịt MSI (109743)	136.809	115.177	136.809	111.421	136.809	108.604
6	Nhà xưởng F2 MSI (152024)	129.911	124.175	130.328	120.870	130.757	118.501
7	Nhà kho chứa nguyên liệu sản phẩm NET (161231)	106.526	72.110	106.526	66.735	115.714	71.763
8	Dây chuyền CSD MHG (127812)	96.825	67.513	96.825	61.134	96.825	56.349
9	Nhà chượp nước mắm cốt MHG MHG (127767)	90.634	79.653	91.201	77.684	91.201	75.779
10	Dây chuyền chiết rót CSD MMB (104487)	90.577	51.982	90.577	46.413	90.577	42.236
11	Nhà xưởng sản xuất mì F2 MMB (70602)	85.149	61.173	85.149	58.955	85.149	57.292
12	Dây chuyền chiết chai nước mắm line 1 MMB (66595)	82.454	19.568	82.454	16.165	82.454	13.612
13	DMS-Siebel Consumer Goods MSC (65671)	80.270	0	80.270	0	80.270	0
14	Dây chuyền chế biến tương ớt MSI (86435)	77.255	32.833	77.299	25.150	77.299	19.346
15	Hệ thống sấy phun và sấy tầng sôi VCF (39421)	75.434	27.055	75.434	21.982	75.434	18.178
16	E-Business Suite MSC (64332)	73.085	0	73.085	0	73.085	0
17	Hạ tầng nội bộ Nhà máy MHG (131958)	72.073	61.506	72.333	58.107	72.333	55.354
18	Dây chuyền chế biến sữa line số 1 MHG (161485)	67.934	64.244	72.216	63.477	72.216	59.564
19	Nhà Xưởng MHD (22133)	58.906	26.995	71.092	36.220	71.334	33.613
20	Nhà F4 MSI (23214)	70.441	40.492	71.292	38.852	71.292	36.951
	Tổng cộng	**2.052.760**	**1.387.056**	**2.073.634**	**1.330.064**	**2.083.493**	**1.280.553**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

10.3. Thị trường hoạt động

Bảng 18: Cơ cấu doanh thu thuần hợp nhất theo thị trường

Đơn vị: triệu đồng

Thị trường hoạt động	Năm 2023		Năm 2024		Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)
Nội địa	27.179.363	96,2%	29.597.867	95,8%	20.206.469	95,0%
Xuất khẩu	1.061.630	3,8%	1.299.359	4,2%	1.074.578	5,0%
Tổng cộng	**28.240.993**	**100,0%**	**30.897.226**	**100,0%**	**21.281.047**	**100,0%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 19: Cơ cấu lợi nhuận gộp hợp nhất theo thị trường

Đơn vị: triệu đồng

Thị trường hoạt động	Năm 2023		Năm 2024		Lũy kế 9 tháng 2025	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)
Nội địa	12.621.532	97,3%	13.906.661	96,5%	9.323.030	96,1%
Xuất khẩu	352.836	2,7%	498.024	3,5%	375.689	3,9%
Tổng cộng	**12.974.368**	**100,0%**	**14.404.685**	**100,0%**	**9.698.719**	**100,0%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Tập đoàn hoạt động chủ yếu tại thị trường Việt Nam với doanh thu nội địa chiếm hơn 95% tổng cơ cấu doanh thu hợp nhất trong giai đoạn từ 2023 – 2024, và chiếm 95,0% tổng cơ cấu doanh thu hợp nhất trong 9 tháng đầu năm 2025. Hoạt động xuất khẩu chiếm tỷ trọng không cao, chủ yếu tại thị trường Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, nhưng được định hướng trở thành động lực tăng trưởng lớn trong tương lai.

10.4. Báo cáo tình hình đầu tư, hiệu quả đầu tư, hiệu quả sản xuất kinh doanh, cung cấp dịch vụ trong các lĩnh vực hoạt động chính

Trong năm 2023, 2024 và đến thời điểm hiện tại, Tập đoàn tiếp tục mở rộng công suất và đầu tư máy móc thiết bị, tập trung vào 3 lĩnh vực chính: ngành hàng thực phẩm, ngành hàng đồ uống, ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình, để đáp ứng kịp thời việc tăng sản lượng cung cấp cho thị trường và phù hợp với văn hóa, tiêu chuẩn và năng lực của Công ty.

Cùng với việc tận dụng hạ tầng sẵn có, Tập đoàn sử dụng các giải pháp kỹ thuật tối ưu và công nghệ hiện đại trên thế giới để sản xuất các sản phẩm chất lượng cao với chi phí phù hợp nhất với người tiêu dùng và đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Tập đoàn hoàn thiện đúng tiến độ các hạng mục đầu tư đã được ĐHĐCĐ và HĐQT phê duyệt và đưa vào phục vụ sản xuất và kinh doanh kịp thời và hiệu quả.

Tổng mức đầu tư năm 2023 và năm 2024 lần lượt là 573 tỷ đồng và 514 tỷ đồng, với kế hoạch đầu tư dự kiến tăng mạnh lên 1.871 tỷ đồng trong năm 2025. Các khoản đầu tư này được phân bổ cụ thể theo từng lĩnh vực hoạt động chính, phản ánh định hướng chiến lược rõ ràng và hiệu quả của Công ty trong từng mảng kinh doanh.

Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ:

Ngành hàng thực phẩm là lĩnh vực được ưu tiên hàng đầu, chiếm khoảng 60% tổng vốn đầu tư trong giai đoạn 2023 – 2024 và đến thời điểm hiện tại. Cụ thể, Tập đoàn đã đầu tư gần 290 tỷ và 270 tỷ đồng trong năm 2023 và năm 2024 để mở rộng dây chuyền sản xuất mì ăn liền, gia vị, thực phẩm tiện lợi và các sản phẩm chủ lực khác. Nhờ các khoản đầu tư này, năng lực sản xuất ngành thực phẩm được cải thiện, đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng. Đồng thời, biên lợi nhuận gộp của ngành hàng thực phẩm duy trì ở mức cao trên 45% trong hai năm liên tiếp, phản ánh hiệu quả hoạt động bền vững và lợi thế kinh tế nhờ quy mô.

Ngành hàng đồ uống ghi nhận tổng vốn đầu tư gần 170 tỷ đồng trong năm 2023 và năm 2024, tập trung chủ yếu tại các đơn vị như Masan HG và Vĩnh Hảo. Việc mở rộng dây chuyền sản xuất nước khoáng, nước uống dinh dưỡng tại các nhà máy hiện có giúp Công ty đẩy nhanh tốc độ đưa sản phẩm ra thị trường nhờ kết hợp tận dụng tốt hệ thống phân phối của hệ sinh thái The CrownX.

Ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình ghi nhận mức đầu tư 13 tỷ đồng và 21 tỷ đồng cho giai đoạn 2023 – 2024 đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì ổn định hoạt động sản xuất tại NETCO và các đơn vị liên quan. Đây là mảng có đặc điểm tiêu dùng đều đặn, tần suất mua cao và ít biến động theo mùa, góp phần ổn định dòng tiền và biên lợi nhuận tổng thể của Tập đoàn.

Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng:

Một phần đáng kể vốn đầu tư được phân bổ cho hệ thống hạ tầng kho bãi và nhà xưởng. Tổng vốn đầu tư cho lĩnh vực này đạt khoảng 73 tỷ đồng trong năm 2023 và 56 tỷ đồng trong năm 2024, triển khai tại nhiều Công ty như Công nghiệp Masan, Masan HD, Vĩnh Hảo, Masan Long An, Masan HN. Việc tăng cường hạ tầng logistics giúp Tập đoàn nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô sản xuất và nâng cao khả năng lưu trữ. Với mô hình sản xuất tập trung và danh mục sản phẩm ổn định, các khoản đầu tư vào hạ tầng logistics giúp doanh nghiệp duy trì hiệu suất vận hành cao và khả năng phản ứng nhanh với biến động thị trường.

Ngoài ra, Công ty cũng thực hiện các khoản đầu tư khác như R&D (Nghiên cứu và Phát triển), hệ thống ERP và công cụ dụng cụ, với tổng giá trị 48 tỷ đồng và 66 tỷ đồng trong năm 2023 và năm 2024. Đây là những khoản đầu tư có tính dài hạn, đóng vai trò quan trọng trong việc số hóa hệ thống quản trị, nâng cao năng lực phát triển sản phẩm mới và đảm bảo hiệu quả vận hành toàn hệ thống.

Chi tiết như sau:

Bảng 20: Tình hình đầu tư của Tập đoàn trong năm 2023, 2024 và đến thời điểm hiện tại

Đơn vị: tỷ đồng

Hạng mục đầu tư	Công ty con sở hữu	Ngành hàng	2023	2024	9T2025
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Công nghiệp Masan	Ngành hàng thực phẩm	182	160	197
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Masan HG	Ngành hàng thực phẩm	90	68	5
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Công nghiệp Masan	Khác[16]	13	57	13
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Masan HD	Ngành hàng thực phẩm	1	34	108
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Masan Consumer	Khác[16]	4	21	6
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Masan HG	Ngành hàng đồ uống	92	16	199
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	NETCO	Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	10	13	6
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Vĩnh Hảo	Ngành hàng đồ uống	40	9	4
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Masan Consumer	Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	3	8	2
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	Masan MB	Ngành hàng thực phẩm	17	7	93
Dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công cụ dụng cụ	VinaCafé B.H	Ngành hàng đồ uống	0	0	48
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Công nghiệp Masan	Khác[16]	0	17	22
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Masan HD	Ngành hàng thực phẩm	4	12	10
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Vĩnh Hảo	Ngành hàng đồ uống	0	12	17
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Masan Long An	Khác[16]	0	9	0
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Masan HN	Khác[16]	4	6	1
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Công nghiệp Masan	Ngành hàng thực phẩm	24	0	0

[16] Các khoản đầu tư vào máy móc, thiết bị, công cụ, dụng cụ của ngành hàng "khác" nhằm mục đích phục vụ và cải tạo nâng cấp hạ tầng văn phòng cho phòng nghiên cứu, thử nghiệm, kiểm mẫu sản phẩm phục vụ cho nhiều ngành hàng của CTCP Hàng tiêu dùng Masan và Công ty TNHH MTV Công nghiệp Masan. Các khoản đầu tư này liên quan đến nhiều ngành hàng và không thể phân bổ một cách hợp lý cho từng ngành hàng riêng biệt.

Hạng mục đầu tư	Công ty con sở hữu	Ngành hàng	2023	2024	9/2025
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Masan HG2	Khác[16]	41	0	0
Nhà xưởng, kho bãi, hạ tầng	Masan H2	Ngành hàng đồ uống	0	0	33
Khác			48	66	70
Tổng cộng			**573**	**514**	**834**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Nhờ vào việc tối ưu hóa quy trình sản xuất và chiến lược mua nguồn nguyên liệu chất lượng và ổn định, biên lợi nhuận gộp hợp nhất của Công ty năm 2023 và 2024 đạt lần lượt là 45,9% và 46,6%.

10.5. Các hợp đồng lớn

Các hợp đồng lớn Tập đoàn đã thực hiện, đã ký kết và chưa thực hiện từ năm 2023 đến nay như sau:

Bảng 21: Các hợp đồng lớn đã thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện từ 2023 đến nay

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
A. Hợp đồng mua hàng									
1. Các hợp đồng ký kết giữa CTCP Hàng tiêu dùng Masan với các đối tác									
1	2022-2024/MSC-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2022	02/01/2022 – 31/12/2024	94	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
2	2025-2027/MSC-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2027	4	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
3	HCM19.463/HĐNT/ACC-10-00095-00 (MSC)	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2019	02/01/2019 – 31/12/2023	39	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
4	HCM24.040/HĐNT/ACC-10-00095-00 (MSC)	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2023	01/01/2024 – 31/12/2025	49	Mua nguyên liệu, hương liệu, phụ gia, hóa chất	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
5	0926/2024/HĐT-ZENITH-MSC	1.480 tỷ	26/09/2024	26/09/2024 – 01/01/2048	75	Thuê văn phòng	Công ty TNHH	Công ty con của CTCP	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
							Zenith Investment	Tập đoàn Masan	
6	(MSC-MSJ) HĐNTMB_01 /2018/HĐ-SNF-MSC	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	27/04/ 2018	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	31	Mua hàng hóa	Công ty Cổ phần Masan Jinju	Công ty con của CTCP Tập đoàn Masan	Không có
7	01/2015/HĐ-MSC (MSI)	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	02/01/ 2015	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	16.291	Mua bán hàng hóa	Công ty TNHH MTV Công Nghiệp Masan	Công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan	Không có
8	01/2018/HĐ-MSC-VHW	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	22/01/ 2018	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	1.224	Mua bán hàng hóa	Công ty Cổ phần Nước Khoáng Vĩnh Hảo	Công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan	Không có
9	002/2020/HĐ-MSC-MHG	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	01/04/ 2020	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	11.015	Mua bán hàng hóa	Công ty TNHH MTV Masan HG	Công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan	Không có
10	01/2018/HĐ-MSC-VCF	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	22/01/ 2018	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	5.775	Mua bán hàng hóa	Công ty CP VinaCafé Biên Hòa	Công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan	Không có
11	02/2015/HĐ-MSC (MHD)	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	02/01/ 2015	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	5.287	Mua bán hàng hóa	Công ty TNHH MTV Masan HD	Công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan	Không có
12	02/2018/HĐ-MSC-QNW	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	20/03/ 2018	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc	655	Mua bán hàng hóa	Công ty CP Nước khoáng Quảng Ninh	Công ty con của CTCP Hàng	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
				chấm dứt Hợp đồng				tiêu dùng Masan	
2. Các hợp đồng ký kết giữa các công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan với các đối tác									
1	2022-2024/MHD-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2022	02/01/2022 – 31/12/2024	96	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
2	2022-2024/MHG-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2022	02/01/2022 – 31/12/2024	606	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
3	2022-2024/MMB-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2022	02/01/2022 – 31/12/2024	496	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
4	2022-2024/MSI-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2022	02/01/2022 – 31/12/2024	508	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
5	2022-2024/VCF-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2022	02/01/2022 – 31/12/2024	511	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
6	2025-2027/MHD-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2027	28	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
7	2025-2027/MHG-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2027	245	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
8	2025-2027/MMB-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2027	121	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
9	2025-2027/MSI-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2027	139	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có
10	2025-2027/VCF-TTCBH/HĐNT	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2027	162	Mua đường RE, RS	Công Ty CP Thành Thành Công - Biên Hòa	Không	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
11	09/2022/MASAN-CLV	Theo từng đơn đặt hàng	15/04/2022	15/04/2022 – 31/12/2027	2.419	Mua dầu thực vật và bột mì	Công Ty TNHH Wilmar Marketing CLV	Không	Không có
12	04/FORMOSA-MASAN	Theo từng đơn đặt hàng	24/10/2022	01/11/2022 – 31/12/2023	375	Mua hạt nhựa PET	Công Ty TNHH Hưng Nghiệp Formosa	Không	Không có
13	05/FORMOSA-MASAN	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2023	01/01/2024 – 31/12/2024	287	Mua hạt nhựa PET	Công Ty TNHH Hưng Nghiệp Formosa	Không	Không có
14	06/FORMOSA-MASAN	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2024	01/02/2025 – 31/12/2025	73	Mua hạt nhựa PET	Công Ty TNHH Hưng Nghiệp Formosa	Không	Không có
15	07/2022/MHD-KM	Theo từng đơn đặt hàng	01/01/2022	01/01/2022 – 31/12/2024	559	Mua bột mì	Công Ty Cổ Phần Khải Minh KMG (trước đây là: Công Ty TNHH Khải Minh)	Không	Không có
16	12/2022/MMB-KM	Theo từng đơn đặt hàng	01/01/2022	01/01/2022 – 31/12/2024	420	Mua bột mì	Công Ty Cổ Phần Khải Minh KMG (trước đây là: Công Ty TNHH Khải Minh)	Không	Không có
17	241216/HDNT/MHD-KMG	Theo từng đơn đặt hàng	16/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2030	139	Mua bột mì	Công Ty Cổ Phần Khải Minh KMG (trước đây là: Công Ty TNHH Khải Minh)	Không	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
18	241216/HDNT/MMB-KMG	Theo từng đơn đặt hàng	16/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2030	132	Mua bột mì	Công Ty Cổ Phần Khải Minh KMG (trước đây là: Công Ty TNHH Khải Minh)	Không	Không có
19	06/2022/MHD-VBFOOD	Theo từng đơn đặt hàng	01/01/2022	01/01/2022 – 31/12/2024	357	Mua bột mì	Công Ty CP Thương Mại VBFOOD	Không	Không có
20	11/2022/MMB-VBF	Theo từng đơn đặt hàng	01/01/2022	01/01/2022 – 31/12/2024	403	Mua bột mì	Công Ty CP Thương Mại VBFOOD	Không	Không có
21	241216/HDNT/MHD-VBF	Theo từng đơn đặt hàng	16/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2030	142	Mua bột mì	Công Ty CP Thương Mại VBFOOD	Không	Không có
22	241216/HDNT/MMB-VBF	Theo từng đơn đặt hàng	16/12/2024	01/01/2025 – 31/12/2030	142	Mua bột mì	Công Ty CP Thương Mại VBFOOD	Không	Không có
23	01/2020/MHG-CMPQ	Theo từng đơn đặt hàng	01/06/2020	01/06/2020 – 31/12/2025	266	Mua cá cơm	Công Ty TNHH Cá Mắm Phú Quốc	Không	Không có
24	01/2021/MPQ-CM	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2021	02/01/2021 – 31/12/2025	274	Mua cá cơm	Công Ty TNHH Cá Mắm Phú Quốc	Không	Không có
25	01/2021/HGC-CM	Theo từng đơn đặt hàng	01/06/2021	01/06/2021 – 31/12/2025	19	Mua cá cơm	Công Ty TNHH Cá Mắm Phú Quốc	Không	Không có
26	HCM19.489/HĐNT/ACC-10-00095-01 (MHD)	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/2019	02/01/2019 – 31/12/2023	43	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
27	HCM24.041/HĐNT/ACC-10-00095-01 (MHD)	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/2023	01/01/2024 – 31/12/2025	76	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
28	HCM20.644/ HĐNT/ACC-10-00095-01 (MHG)	Theo từng đơn đặt hàng	20/07/ 2020	20/07/2020 – 31/12/2023	38	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
29	HCM24.373/ HĐNT/ACC-10-00095-01 (MHG)	Theo từng đơn đặt hàng	01/01/ 2024	01/01/2024 – 31/12/2028	82	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
30	HCM19.490/ HĐNT/ACC-10-00095-01 (MMB)	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/ 2019	02/01/2019 – 31/12/2023	33	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
31	HCM24.042/ HĐNT/ACC-10-00095-02 (MMB)	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/ 2023	01/01/2024 – 31/12/2025	63	Mua nguyên liệu, hương liệu, phụ gia, hóa chất	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
32	HCM19.443/ HĐNT/ACC-10-00095-03 (MSI)	Theo từng đơn đặt hàng	02/01/ 2019	02/01/2019 – 31/12/2023	134	Mua nguyên liệu, phụ gia thực phẩm	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
33	HCM24.043/ HĐNT/ACC-10-00095-03 (MSI)	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/ 2023	01/01/2024 – 31/12/2025	234	Mua nguyên liệu, hương liệu, phụ gia, hóa chất	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
34	HCM24.371/ HĐNT/ACC-10-00095-04 (VCF)	Theo từng đơn đặt hàng	12/12/ 2023	01/01/2024 – 31/12/2025	38	Mua nguyên liệu, hương liệu	Công Ty CP Hóa Chất Á Châu	Không	Không có
35	(MHG - HGB)_HDDV _HGB-MHG-SHVN-2020	Theo thực tế sử dụng	10/11/ 2020	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc	12	Mua dịch vụ	Công ty TNHH MTV Masan	Công ty con của MasanC	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
				chấm dứt Thỏa thuận			Brewery HG	onsumer Holdings	
36	(MHG - HGB)_HDMB_006/2022/HĐ-MHG & Các phụ lục	Theo thực tế sử dụng	24/05/2022	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	10	Mua hàng hóa	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Công ty con của MasanConsumer Holdings	Không có
37	(MSI - MSJ)_HDMBNT_116/2015/HĐ-SNFMSI	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	01/12/2015	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	284	Mua hàng hóa	Công ty Cổ phần Masan Jinju	Công ty con của CTCP Tập đoàn Masan	Không có
38	(MSI - MSJ)_HDMBTS & PL05/2023/MSJ-TLTS	42,755 tỷ	20/11/2023	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	42	Mua TSCĐ	Công ty Cổ phần Masan Jinju	Công ty con của CTCP Tập đoàn Masan	Không có
39	03/2015/HĐ-MMB	Theo chi tiết từng Phụ lục Hợp đồng	15/06/2015	Từ ngày ký đến khi hai bên có thỏa thuận về việc chấm dứt Hợp đồng	14,657	Mua bán hàng hóa	Công ty TNHH MTV Masan MB	Công ty con của CTCP Hàng tiêu dùng Masan	Không có
B. Hợp đồng bán hàng									
1. Các hợp đồng ký kết giữa CTCP Hàng tiêu dùng Masan với các đối tác									
1	025/2022/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2022	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2023; tự động gia hạn đến 31/03/2024 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	425	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoàng Kim Ngọc Lan	Không	Không có
2	109/2024/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2024	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2025; tự động gia hạn đến 31/03/2026	850	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoàng Kim Ngọc Lan	Không	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
				khi không có thông báo chấm dứt HĐ					
3	172/2022/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2022	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2023; tự động gia hạn đến 31/03/2024 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	447	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công ty TNHH Thực Phẩm T P 2	Không	Không có
4	121/2024/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2024	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2025; tự động gia hạn đến 31/03/2026 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	479	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công ty TNHH Thực Phẩm T P 2	Không	Không có
5	130/2022/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2022	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2023; tự động gia hạn đến 31/03/2024 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	558	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công Ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Anh Dũng	Không	Không có
6	178/2024/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2024	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2025; tự động gia hạn đến 31/03/2026 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	714	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công Ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Anh Dũng	Không	Không có
7	068/2022/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2022	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2023; tự động gia	639	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công ty TNHH Thương mại	Không	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
				hạn đến 31/03/2024 khi không có thông báo chấm dứt HĐ			và Dịch vụ Dũng Tiến		
8	033/2024/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2024	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2025; tự động gia hạn đến 31/03/2026 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	873	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Dũng Tiến	Không	Không có
9	028/2022/HĐ NT/MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2022	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2023; tự động gia hạn đến 31/03/2024 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	566	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thương Mại Công Nghệ Dịch Vụ Hùng Duy	Không	Không có
10	112/2024/HĐ PP-MSC-GT0	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/04/2024	Từ ngày ký đến hết ngày 31/03/2025; tự động gia hạn đến 31/03/2026 khi không có thông báo chấm dứt HĐ	771	Bán thực phẩm, gia vị và nước	Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thương Mại Công Nghệ Dịch Vụ Hùng Duy	Không	Không có
11	HĐ/1546/MB -WCM2023	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/01/2023	Từ 01/01/2023 – 31/12/2023, Tự động gia hạn mỗi 1 năm cho đến khi có thông báo chấm dứt HĐ	4.945	Bán thực phẩm, gia vị, nước và sản phẩm chăm sóc gia đình.	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce	Công ty con của CTCP Tập đoàn Masan	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị	Thời điểm ký kết	Thời hạn hợp đồng	Giá trị đã thực hiện từ năm 2023 đến nay (tỷ đồng)	Sản phẩm dịch vụ đầu vào, đầu ra	Đối tác tham gia	Mối quan hệ (*)	Các điều khoản quan trọng khác
12	172/2022/HĐ NT/MASAN-BHX	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/01/2022	Từ 01/01/2022 – 31/12/2023, Tự động gia hạn 1 năm khi không có thông báo chấm dứt HĐ, và chỉ được gia hạn 1 lần	1.015	Bán thực phẩm, gia vị, nước và sản phẩm chăm sóc gia đình.	Công Ty Cổ Phần Thương Mại Bách Hóa Xanh	Không	Không có
13	172/2022/HĐ NT/MASAN-BHX	Theo đơn đặt hàng từng lần	01/01/2022	Từ 01/01/2025 – 31/12/2026, Tự động gia hạn 1 năm khi không có thông báo chấm dứt HĐ, và chỉ được gia hạn 1 lần	486	Bán thực phẩm, gia vị, nước và sản phẩm chăm sóc gia đình.	Công Ty Cổ Phần Thương Mại Bách Hóa Xanh	Không	Không có

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Mối quan hệ với thành viên Hội đồng quản trị, thành viên Ủy ban Kiểm toán, Tổng giám đốc, Phó Tổng giám đốc và các cổ đông lớn của Công ty tại thời điểm ký kết hợp đồng.

10.6. Các khách hàng, nhà cung cấp lớn

10.6.1. Nhà cung cấp lớn

Bảng 22: Nhà cung cấp lớn của Tập đoàn

STT	Nhà cung cấp lớn	Giá trị giao dịch (triệu đồng)	Giá trị giao dịch/Doanh số mua hàng (%)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
Lũy kế 9 tháng 2025						
1	Công ty TNHH Wilmar Marketing CLV	761.225	5,57%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Bột mì, dầu	Không
2	CTCP Thành Thành Công – Biên Hòa	712.330	5,21%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Đường	Không

STT	Nhà cung cấp lớn	Giá trị giao dịch (triệu đồng)	Giá trị giao dịch/Doanh số mua hàng (%)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
3	CTCP Thương Mại VBFOOD	283.515	2,07%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Bột mì	Không
4	CTCP Khải Minh KMG	270.686	1,98%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Bột mì	Không
5	Công Ty CP Xuất Nhập Khẩu Cà Phê Đức Nguyên	219.092	2,35%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Hạt cà phê	Không
6	CTCP Masan Jinju	57.556	0,42%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Sản phẩm thịt chế biến	Công ty con gián tiếp của CTCP Tập đoàn Masan
Năm 2024						
1	CTCP Thành Thành Công – Biên Hòa	1.218.450	6,43%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Đường	Không
2	Công ty TNHH Wilmar Marketing CLV	948.024	5,00%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Bột mì, dầu	Không
3	CTCP Khải Minh KMG	471.029	2,49%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Bột mì	Không
4	CTCP Thương Mại VBFOOD	343.069	1,81%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Bột mì	Không
5	Công ty TNHH Cá Mắm Phú Quốc	234.242	1,24%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Cá	Không
6	CTCP Masan Jinju	82.996	0,44%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Sản phẩm thịt chế biến	Công ty con gián tiếp của CTCP Tập đoàn Masan
Năm 2023						
1	CTCP Thành Thành Công – Biên Hòa	1.119.401	6,80%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Đường	Không
2	Công ty TNHH Wilmar Marketing CLV	712.029	4,30%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Bột mì, dầu	Không
3	CTCP Khải Minh KMG	501.672	3,10%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Bột mì	Không
4	CTCP Thương Mại VBFOOD	409.352	2,50%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Bột mì	Không
5	Công ty TNHH Hưng Nghiệp Formosa	372.653	2,30%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Nhựa PET	Không
6	CTCP Masan Jinju	174.149	1,10%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Sản phẩm thịt chế biến	Công ty con gián tiếp của CTCP Tập đoàn Masan

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Mối quan hệ với Thành viên Hội đồng quản trị, Kiểm soát viên, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc và các cổ đông lớn của Công ty tại thời điểm ký kết hợp đồng.

Đặc thù hoạt động sản xuất của các công ty thành viên trong Tập đoàn là cần mua sắm đa dạng nguyên vật liệu, bao bì, phụ gia và dịch vụ kỹ thuật từ rất nhiều nhà cung cấp nhỏ, đại lý địa phương, nhất là ở các khu vực sản xuất đặc thù (ví dụ: nguyên liệu nông sản, thủy sản, vận chuyển, bảo trì, dịch vụ logistics, v.v.). Việc phân bổ đơn hàng cho nhiều đơn vị giúp đảm bảo nguồn cung liên tục, tăng tính cạnh tranh về giá, đồng thời đảm bảo chất lượng và giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào một số ít đối tác.

10.6.2. Khách hàng lớn

Bảng 23: Khách hàng lớn của Tập đoàn

STT	Khách hàng lớn	Giá trị giao dịch (triệu đồng)	Giá trị giao dịch/Tổng doanh thu (%)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
Lũy kế 9 tháng đầu năm 2025						
1	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce	1.542.806	7,2%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Thực phẩm và gia vị	Công ty con gián tiếp của CTCP Tập đoàn Masan
2	Công Ty Cổ Phần Thương Mại Bách Hóa Xanh	486.456	2,3%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Thực phẩm và gia vị	Không
3	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Dũng Tiến	395.043	1,8%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Thực phẩm và gia vị	Không
4	Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoàng Kim Ngọc Lan	373.053	1,7%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Thực phẩm và gia vị	Không
5	Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thương Mại Công Nghệ Dịch Vụ Hùng Duy	355.110	1,7%	01/01/2025 đến 30/09/2025	Thực phẩm và gia vị	Không
Năm 2024						
1	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce	1.932.664	6,30%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Thực phẩm và gia vị	Công ty con gián tiếp của CTCP Tập đoàn Masan
2	Công Ty Cổ Phần Thương Mại Bách Hóa Xanh	583.986	1,90%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Thực phẩm và gia vị	Không

STT	Khách hàng lớn	Giá trị giao dịch (triệu đồng)	Giá trị giao dịch/Tổng doanh thu (%)	Thời gian giao dịch	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
3	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Dũng Tiến	589.769	1,90%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Thực phẩm và gia vị	Không
4	Công Ty TNHH Một Thành Viên Hoàng Kim Ngọc Lan	553.872	1,80%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Thực phẩm và gia vị	Không
5	Công Ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Anh Dũng	493.208	1,60%	01/01/2024 đến 31/12/2024	Thực phẩm và gia vị	Không
Năm 2023						
1	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce	1.469.297	5,2%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Thực phẩm và gia vị	Công ty con gián tiếp của CTCP Tập đoàn Masan
2	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Dũng Tiến	526.677	1,9%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Thực phẩm và gia vị	Không
3	Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thương Mại Công Nghệ Dịch Vụ Hùng Duy	470.583	1,7%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Thực phẩm và gia vị	Không
4	Công Ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Anh Dũng	457.446	1,6%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Thực phẩm và gia vị	Không
5	Công Ty Cổ Phần Thương Mại Bách Hóa Xanh	430.856	1,5%	01/01/2023 đến 31/12/2023	Thực phẩm và gia vị	Không

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Mối quan hệ với thành viên Hội đồng quản trị, thành viên Ủy ban Kiểm toán, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc và các cổ đông lớn của Công ty tại thời điểm ký kết hợp đồng.

Hoạt động kinh doanh của các công ty thành viên trong Tập đoàn trải rộng trên mạng lưới bán lẻ với hàng trăm nghìn điểm bán trên toàn quốc (MCH có mối quan hệ mật thiết với hơn 313.000 nhà bán lẻ truyền thống, 8.500 điểm bán thương mại hiện đại, phục vụ 98% hộ gia đình Việt trong năm 2024). Do đó, doanh thu chủ yếu đến từ số lượng lớn khách hàng bán lẻ nhỏ lẻ, thay vì tập trung vào một số ít khách hàng lớn.

10.7. Vị thế của Công ty trong ngành

10.7.1. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành

CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã phát triển các thương hiệu mạnh bằng cách tận dụng sự am hiểu sâu rộng về người tiêu dùng Việt Nam và năng lực áp dụng thành công các thông lệ đa quốc gia tốt nhất. Công ty tin tưởng rằng điều này đã giúp Công ty xây dựng được một danh mục các thương hiệu riêng biệt hầu như không có đối thủ có thể giữ vững được lòng trung thành của khách hàng ở các mức giá khác nhau trong khi vẫn đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam. CTCP Hàng tiêu dùng Masan tin rằng Công ty đã có thể ứng dụng được các phương pháp và chiến lược của Công ty từ lĩnh vực kinh doanh thực phẩm sang các lĩnh vực kinh doanh khác, như lĩnh vực kinh doanh cà phê và nước đóng chai và do đó đã nâng tầm các thương hiệu này có vị thế hàng đầu trên thị trường. Hơn nữa, CTCP Hàng tiêu dùng Masan tin rằng Công ty đã có thể nắm bắt nhu cầu ngày càng tăng về tính tiện lợi từ những người tiêu dùng trẻ tuổi và cuộc sống năng động của người tiêu dùng Việt Nam thông qua các thương hiệu đồ uống đóng chai, nước tăng lực và danh mục cà phê hòa tan đang tăng trưởng, như việc giới thiệu thương hiệu cà phê Wake-Up, nước tăng lực Compact. Công ty cũng đã chuyển đổi và mở rộng các thương hiệu mà Công ty mua lại bao gồm Vinacafé, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, v.v.

CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã đổi mới những nền tảng về các sản phẩm thực phẩm và đồ uống để trở thành những nhà sản xuất dẫn đầu thị trường xuyên suốt các danh mục hàng hóa mà CTCP Hàng tiêu dùng Masan có hoạt động kinh doanh với tài sản thương hiệu mạnh. Cách tiếp cận của Công ty đối với việc tự xây dựng hoặc mua lại các thương hiệu mạnh được người tiêu dùng tin tưởng là nhất quán với niềm tin của Công ty về việc tập trung vào các nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng. Các sản phẩm của CTCP Hàng tiêu dùng Masan là các thương hiệu hàng đầu thị trường trong các ngành hàng tương ứng.

Trong các thương hiệu thực phẩm và đồ uống được người tiêu dùng lựa chọn nhiều nhất năm 2018 thì nhãn hiệu Nam Ngư của CTCP Hàng tiêu dùng Masan đứng đầu ngành gia vị với 16,4% (Theo kết quả từ Báo cáo thường niên "Dấu chân thương hiệu – Brand Footprint" năm 2018 của Kantar Worldpanel). CTCP Hàng tiêu dùng Masan đứng vị trí số 1 trong Top 10 Công ty thực phẩm uy tín năm 2023 - nhóm ngành: nước chấm, gia vị, dầu ăn theo kết quả khảo sát của Vietnam Report.

Cam kết phát triển bền vững của CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã mang lại những thành quả sau nhiều năm thực hiện, được thể hiện bởi số lượng giải thưởng và bằng khen của các tổ chức đánh giá thương hiệu cả trong và ngoài nước. Đầu năm 2025, CTCP Hàng tiêu dùng Masan được vinh danh trong Top 50 Doanh nghiệp tiêu biểu TP.HCM, nhân kỷ niệm 50 năm thống nhất đất nước, do UBND TP.HCM tổ chức. Hoạt động xét chọn căn cứ trên kết quả kinh doanh, đổi mới sáng tạo, thành tích về Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG). Trước đó, năm 2024, trong sự kiện trao giải Thương hiệu Vàng TP.HCM lần thứ tư (năm 2023) do Sở công thương TP.HCM phối hợp cùng Tạp chí kinh tế Sài Gòn tổ chức, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã ghi danh vào Top 32 thương hiệu xuất sắc nhận giải Thương hiệu Vàng. Cùng với đó, thương hiệu CHIN-SU đành giải thưởng "Thương hiệu Vàng của giới trẻ" dựa trên kết quả khảo sát thực hiện bởi Kantar trong khuôn khổ Thương Hiệu Vàng

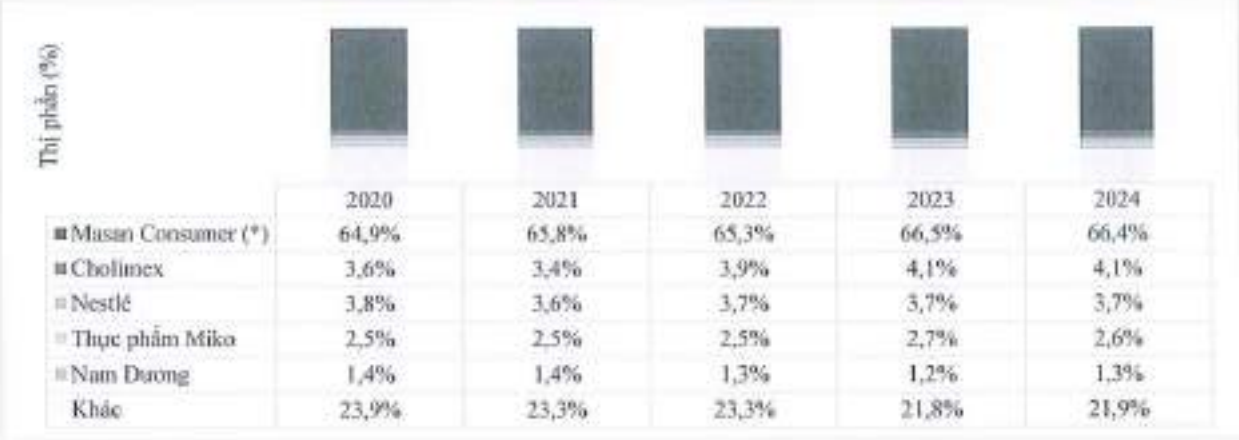
TP.HCM năm 2023 nhằm tôn vinh những thương hiệu thành công trong việc xây dựng một hình ảnh tích cực và ảnh hưởng lớn đến thế hệ tiêu dùng trẻ. Đáng chú ý, CTCP Hàng tiêu dùng Masan và Vinacafé liên tiếp được vinh danh là Top 10 Công Ty Thực Phẩm Uy Tín Việt Nam (Nhóm ngành: Nước chấm, gia vị, dầu ăn) và Công ty ngành đồ uống uy tín Việt Nam (Nhóm ngành: Đồ uống không cồn) năm 2024, theo kết quả của Vietnam Report, đánh dấu 7 năm liên tiếp giữ vững vị trí dẫn đầu trong ngành. Vinacafé Biên Hòa cũng tiếp tục được công nhận là "Thương Hiệu Quốc Gia" trong giai đoạn 2024-2026 (lần thứ 9 liên tiếp) do Bộ Công thương phối hợp cùng với các Bộ, Ngành có liên quan tổ chức đánh giá, xét chọn và trao tặng.

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tại Việt Nam, nắm giữ vị thế dẫn đầu ở nhiều ngành hàng chủ chốt. Tại thời điểm hiện tại, không có doanh nghiệp nào tại Việt Nam có quy mô tương ứng và tương đồng với tất cả các lĩnh vực kinh doanh mà Tập đoàn đang hoạt động.

Ngành hàng Gia vị

Theo Frost & Sullivan, Tập đoàn giữ vị thế dẫn đầu tuyệt đối trong ngành hàng gia vị (nước mắm, tương ớt, v.v.) tại Việt Nam, với thị phần đạt 66,4% năm 2024.

Hình 6: Thị phần ngành hàng Gia vị tại Việt Nam, 2020-2024



	2020	2021	2022	2023	2024
Masan Consumer (*)	64,9%	65,8%	65,3%	66,5%	66,4%
Cholimex	3,6%	3,4%	3,9%	4,1%	4,1%
Nestlé	3,8%	3,6%	3,7%	3,7%	3,7%
Thực phẩm Miko	2,5%	2,5%	2,5%	2,7%	2,6%
Nam Dương	1,4%	1,4%	1,3%	1,2%	1,3%
Khác	23,9%	23,3%	23,3%	21,8%	21,9%

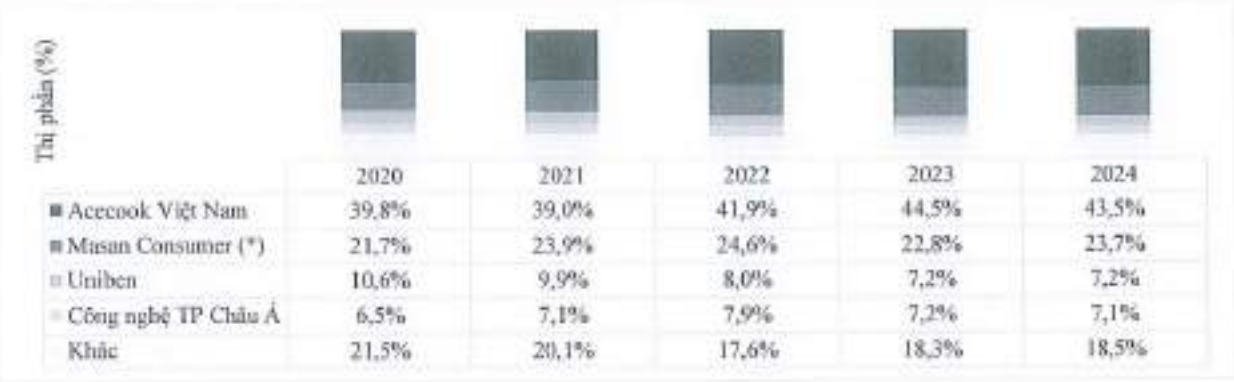
Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

(*) Chi tiết các công ty con của Tập đoàn thuộc ngành hàng Gia vị được trình bày cụ thể tại Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Công ty.

Ngành hàng Thực phẩm tiện lợi:

Trong mảng mì ăn liền, Tập đoàn liên tục mở rộng thị phần, từ 21,7% năm 2020 lên 24,6% năm 2022 và 23,7% năm 2024. Với mức tăng trưởng ổn định, Tập đoàn củng cố vị thế là doanh nghiệp lớn thứ hai thị trường, chỉ sau Acecook.

Hình 7: Thị phần ngành hàng Thực phẩm tiện lợi tại Việt Nam, 2020-2024



	2020	2021	2022	2023	2024
Acecook Việt Nam	39,8%	39,0%	41,9%	44,5%	43,5%
Masan Consumer (*)	21,7%	23,9%	24,6%	22,8%	23,7%
Uniben	10,6%	9,9%	8,0%	7,2%	7,2%
Công nghệ TP Châu Á	6,5%	7,1%	7,9%	7,2%	7,1%
Khác	21,5%	20,1%	17,6%	18,3%	18,5%

Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

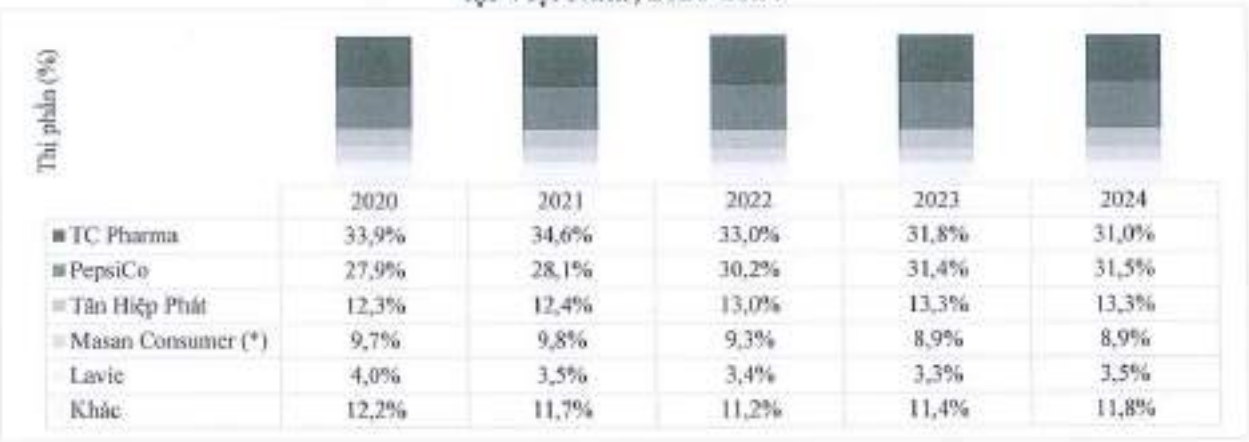
(*) Chi tiết các công ty con của Tập đoàn thuộc ngành hàng Thực phẩm tiện lợi được trình bày cụ thể tại Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Công ty.

Ngành hàng Đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng

Đồ uống đóng chai

Theo Frost & Sullivan, thị trường đồ uống đóng chai tại Việt Nam mang tính tập trung cao, với hai doanh nghiệp dẫn đầu là PepsiCo và TC Pharma Industries, lần lượt nắm giữ 31,5% và 31,0% thị phần năm 2024. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, Tập đoàn duy trì vị thế trong nhóm bốn doanh nghiệp lớn nhất, với thị phần đạt 8,9% trong năm 2024.

Hình 8: Thị phần ngành hàng Đồ uống đóng chai (không bao gồm thức uống dinh dưỡng) tại Việt Nam, 2020-2024



	2020	2021	2022	2023	2024
TC Pharma	33,9%	34,6%	33,0%	31,8%	31,0%
PepsiCo	27,9%	28,1%	30,2%	31,4%	31,5%
Tân Hiệp Phát	12,3%	12,4%	13,0%	13,3%	13,3%
Masan Consumer (*)	9,7%	9,8%	9,3%	8,9%	8,9%
Lavie	4,0%	3,5%	3,4%	3,3%	3,5%
Khác	12,2%	11,7%	11,2%	11,4%	11,8%

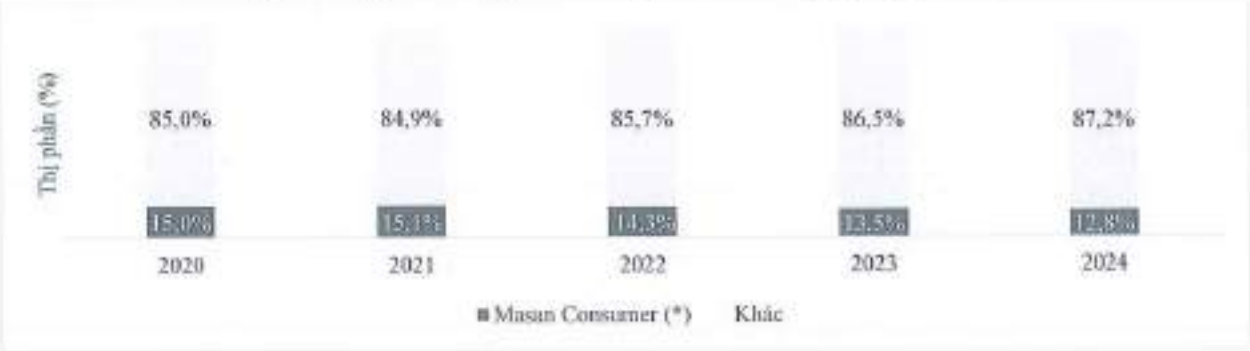
Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

(*) Chi tiết các công ty con của Tập đoàn thuộc Ngành hàng Đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng được trình bày cụ thể tại Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Công ty.

Thức uống dinh dưỡng

Theo Frost & Sullivan, thị trường thức uống dinh dưỡng hiện do Nestlé chiếm ưu thế với các thương hiệu như Nesvita và Milo, bên cạnh sự hiện diện của nhiều thương hiệu nội địa như Thanh An, Nutifood và Masan. Với thương hiệu B'fast, Tập đoàn duy trì vai trò quan trọng trong ngành, với thị phần dao động từ 15,0% năm 2020 đến 12,8% năm 2024. Dù thị phần có sự điều chỉnh trong giai đoạn vừa qua, Tập đoàn vẫn khẳng định vị thế là một trong những doanh nghiệp chủ chốt của phân khúc này, với nền tảng tăng trưởng đến từ sự đa dạng hóa sản phẩm và nhu cầu tiêu dùng ngày càng gia tăng đối với thức uống bổ sung dinh dưỡng.

Hình 9: Thị phần ngành hàng Thức uống dinh dưỡng tại Việt Nam, 2020-2024



Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

(*) Chi tiết các công ty con của Tập đoàn thuộc ngành hàng Đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng được trình bày cụ thể tại Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Công ty.

Ngành hàng Cà phê

Trong năm 2024, Nestlé và Trung Nguyên giữ vị trí dẫn đầu thị trường cà phê hòa tan tại Việt Nam với thị phần lần lượt là 29,6% và 21,1%. Trong khi đó, Tập đoàn đứng ở vị trí thứ ba, nắm giữ 16,9% thị phần.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Hình 10: Thị phần ngành hàng Cà phê hòa tan tại Việt Nam, 2020-2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Nestlé	26,1%	24,8%	32,2%	31,4%	29,6%
Trung Nguyên	14,4%	15,8%	21,2%	21,6%	21,1%
Masan Consumer (*)	17,1%	17,1%	18,2%	17,1%	16,9%
FES Việt Nam	13,1%	12,6%	13,5%	13,3%	15,3%
Trần Quang	12,6%	13,5%	12,8%	13,7%	13,6%
Khác	16,7%	16,2%	2,1%	2,9%	3,5%

Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

(*) Chi tiết các công ty con của Tập đoàn thuộc ngành hàng Cà phê được trình bày cụ thể tại Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Công ty.

Ngành hàng Hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình

Theo Frost & Sullivan, thị trường chất tẩy rửa tại Việt Nam hiện do Unilever thống lĩnh với các thương hiệu chủ lực OMO và Surf, chiếm 54,7% thị phần năm 2024. Phần còn lại của thị trường được nắm bởi nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước, bao gồm Procter & Gamble (P&G), Lix, Masan Consumer và Việt Hương. Dù mới chính thức gia nhập thị trường chất tẩy rửa từ năm 2020, Tập đoàn đã đạt mức tăng trưởng thị phần đáng ghi nhận, từ 5,0% năm 2020 lên 6,4% năm 2024, từng bước khẳng định vị thế trong một thị trường vốn có sự chi phối mạnh mẽ của các tập đoàn đa quốc gia.

Hình 11: Thị phần ngành hàng Hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (chất tẩy rửa) tại Việt Nam, 2020-2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Unilever	57,9%	56,3%	57,4%	56,1%	54,7%
Việt Hương	15,2%	12,8%	11,9%	11,0%	10,9%
Lix	6,0%	5,3%	5,8%	5,6%	6,5%
P&G	9,0%	8,6%	8,4%	7,4%	6,4%
Masan Consumer (*)	5,0%	5,6%	4,5%	6,6%	6,4%
Khác	6,9%	11,4%	12,0%	13,3%	15,1%

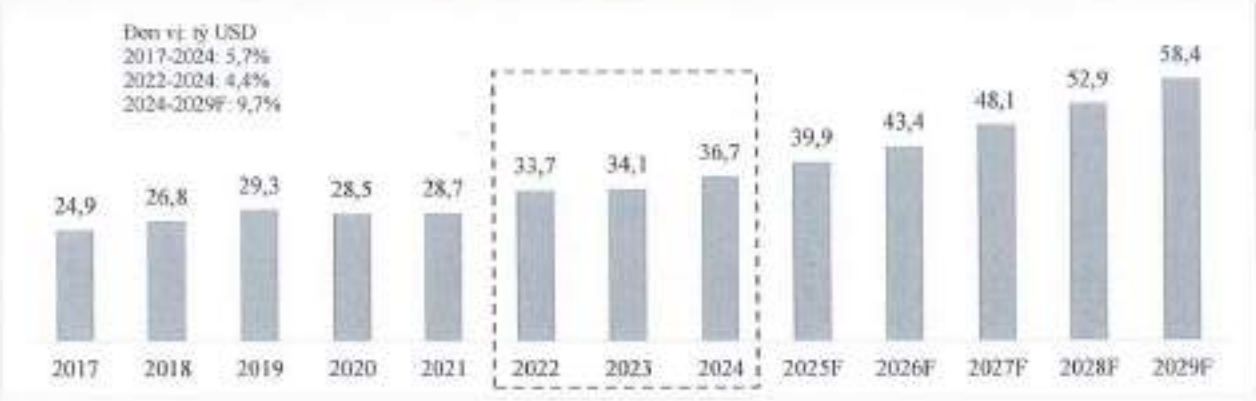
Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

(*) Chi tiết các công ty con của Tập đoàn thuộc ngành hàng Hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình được trình bày cụ thể tại Bảng 3: Thông tin tổng quan về công ty con và công ty liên kết của Công ty.

10.7.2. Triển vọng phát triển của ngành

CTCP Hàng tiêu dùng Masan hoạt động trong ngành hàng tiêu dùng nhanh (Fast Moving Consumer Goods, "FMCG") rộng lớn và đang tăng trưởng nhanh tại Việt Nam với tổng dung lượng thị trường có thể tiếp cận (Total Addressable Market, "TAM"), được hiểu là tổng giá trị doanh thu tiềm năng của toàn ngành FMCG tại Việt Nam, là 36,7 tỷ USD vào năm 2024 và con số này dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng kép hằng năm (CAGR) là 9,7% để đạt 58,4 tỷ USD vào năm 2029F[17], theo Frost & Sullivan. Thị trường FMCG Việt Nam có độ tăng trưởng chững lại trong 3 năm qua, với CAGR trong giai đoạn 2022-2024 đạt 4,4%. Tuy nhiên, thị trường FMCG tại Việt Nam đã bắt đầu ghi nhận các tín hiệu tích cực trong năm 2024 với mức tăng 7,6% từ bán lẻ tăng, phục hồi du lịch trong nước và lạm phát được kiểm soát tốt tại Việt Nam. Đà tăng trưởng của ngành FMCG được kỳ vọng sẽ tiếp tục trong các năm tới nhờ vào các xu hướng tích cực và đóng góp của một số ngành lân cận trong danh mục FMCG lớn được liệt kê sau đây.

Hình 12: Tổng giá trị thị trường FMCG tại Việt Nam



Nguồn: Frost & Sullivan

Bên cạnh các thị trường chính của ngành hàng tiêu dùng nhanh như nước mắm, nước tương, tương ớt, mì gói, nước uống tăng lực, nước uống đóng chai, cà phê hòa tan và chất tẩy, các thị trường lân cận như hạt nêm, các sản phẩm ăn liền, thức uống dinh dưỡng, cà phê pha sẵn cũng có rất nhiều cơ hội để khám phá. Tập đoàn tin rằng với danh mục sản phẩm đa dạng của các Thương Hiệu Mạnh ("Power Brands") cùng với sự tăng trưởng của ngành có thể đem đến nhiều cơ hội tăng trưởng ở đa dạng các thị trường trên.

[17] 2029F: Số liệu dự phóng được ước tính bởi Frost & Sullivan

Hình 13: Minh họa dung lượng thị trường có thể tiếp cận theo ước tính doanh số bán lẻ tại thị trường Việt Nam

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

CTCP Hàng tiêu dùng Masan tin rằng các cơ hội tăng trưởng và triển vọng phát triển của ngành sẽ đến từ các xu hướng mới nổi và đang diễn ra mạnh mẽ tại Việt Nam như sau:

- **Nhu cầu tiện lợi:** Đô thị hóa ở Việt Nam đang gia tăng nhanh chóng, với tốc độ tăng từ 36,6% vào năm 2019 lên 40,2% vào năm 2024, theo Frost & Sullivan. Điều này đã dẫn đến nhu cầu về sự tiện lợi ngày càng tăng do lối sống đô thị nhanh và bận rộn hơn của người tiêu dùng Việt Nam.
- **Cao cấp hóa:** Theo Frost & Sullivan, thu nhập khả dụng bình quân đầu người đạt tăng trưởng kép 5,2% giai đoạn 2017-2024 lên 3.310 USD/đầu người năm 2024 và có thể đạt tăng trưởng kép 7,5% giai đoạn 2024-2029F lên 4.760 USD/đầu người nhờ vào các yếu tố vĩ mô thuận lợi. Sự gia tăng tầng lớp trung lưu và thượng lưu ngày càng tăng ở Việt Nam sẽ củng cố xu hướng người tiêu dùng ưa chuộng các sản phẩm cao cấp.
- **Tiêu dùng nông thôn tăng:** Theo Frost & Sullivan, xu hướng đô thị hóa và thu nhập gia tăng sẽ thúc đẩy tiêu dùng ở các thành phố cấp 2, cấp 3 và các vùng nông thôn. Mạng lưới phân phối thương mại rộng lớn và sự phát triển của các đơn vị bán hàng sẽ củng cố tiêu dùng tại các vùng nông thôn.
- **Mua sắm ở các điểm thương mại hiện đại tăng:** Với mức thu nhập và nhu cầu về tiện ích ngày càng tăng, người tiêu dùng Việt Nam ngày càng ưa chuộng mua sắm tại các cửa hàng thương mại hiện đại thay vì các cửa hàng tạp hóa và các kênh phân phối truyền thống. Theo Frost & Sullivan, thâm nhập thương mại hiện đại ở Việt Nam dự kiến sẽ tăng từ 13,3% lên 16,2% trong 05 năm tới vào năm 2029.

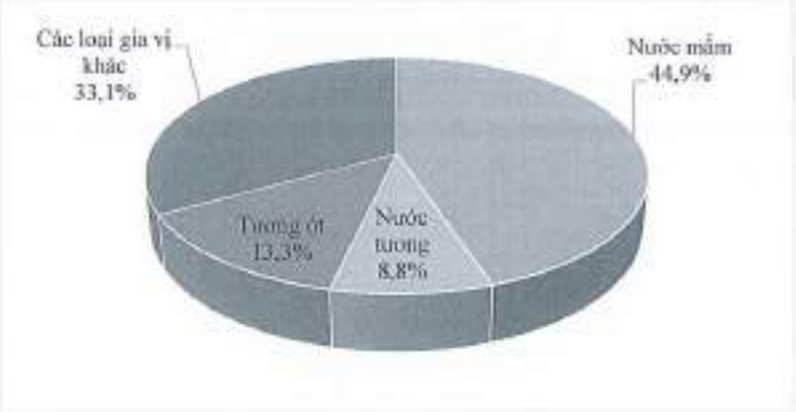
- **Gia tăng ưu tiên dùng hàng Việt:** Người tiêu dùng Việt Nam ngày càng ưu tiên các thương hiệu nội địa lớn, với 93% người tiêu dùng Việt Nam được khảo sát cho biết họ sẽ ưu tiên hàng hóa Việt Nam và 87% người tiêu dùng Việt Nam được khảo sát cho biết nguồn gốc thương hiệu là quan trọng, theo Frost & Sullivan.

10.7.3. Động lực phát triển chính của các ngành hàng:

10.7.3.1. Ngành hàng Gia vị[18]

Gia vị như nước xốt, gia vị dạng hạt và gia vị khô đóng vai trò quan trọng ẩm thực Việt Nam. Tổng quy mô thị trường gia vị đạt 1,3 tỷ USD vào năm 2024. Dự kiến thị trường sẽ tăng trưởng ở mức CAGR là 10,7% trong giai đoạn 2024-2029F. Cũng trong năm 2024, nhóm gia vị cốt lõi chiếm 66,9% tổng thị trường, trong đó nước mắm là động lực chính đóng góp 44,9%. Xu hướng này cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của ngành gia vị tại Việt Nam, với nước mắm tiếp tục giữ vai trò chủ đạo trong cơ cấu thị trường.

Hình 14: Cơ cấu danh mục ngành hàng gia vị tại Việt Nam năm 2024



Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

Một số yếu tố thúc đẩy sản phẩm gia vị tại Việt Nam bao gồm:

Nhu cầu về sự tiện lợi

Các món súp, nước dùng và món hầm là thực phẩm thiết yếu trong ẩm thực Việt Nam. Do đó, nhu cầu đối với các chất gia tăng hương vị như nước cốt, thảo mộc và gia vị luôn ở mức cao nhờ tính tiện lợi. Ngày càng nhiều người chuyển đến sinh sống tại các khu đô thị cùng với lối sống bận rộn, nhu cầu về các loại xốt và gia vị chế biến sẵn ngày càng gia tăng. Người tiêu dùng ưu tiên các sản phẩm giúp tiết kiệm thời gian nấu nướng mà vẫn giữ được hương vị truyền thống. Vì vậy, nhu cầu đang ngày càng tăng đối với các loại xốt xào sẵn, xốt ướp, nước chấm, gia vị dạng hạt nhỏ và các sản phẩm gia vị khác giúp rút ngắn thời gian chế biến nhưng vẫn giữ nguyên hương vị truyền thống.

[18] Dựa theo báo cáo phân tích thị trường của Frost & Sullivan

Người tiêu dùng trẻ và các hộ gia đình đô thị đang dần chuyển từ việc sử dụng gia vị thô sang các loại gia vị đóng gói tiện lợi nhờ sự đảm bảo về chất lượng, tính tiện dụng và thời gian bảo quản lâu dài. Xu hướng này đặc biệt rõ rệt tại các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội và Đà Nẵng.

Gia tăng nhận thức về sức khỏe

Người tiêu dùng ngày càng ưu tiên các loại nước xốt có hàm lượng sodium thấp, nguyên liệu tự nhiên và không chứa chất bảo quản. Họ cũng tìm kiếm những trải nghiệm vị giác phong phú hơn, chẳng hạn như sự hòa quyện giữa cay, ngọt, chua, kết hợp với các thành phần độc đáo như thảo mộc đặc biệt, gia vị phương Đông và nước xốt có nguồn gốc từ trái cây.

Bên cạnh đó, các dòng gia vị hạt có bổ sung lợi ích sức khỏe và tính năng cũng đang thu hút sự quan tâm lớn từ người tiêu dùng. Xu hướng này không chỉ phổ biến tại Việt Nam mà còn mở rộng ra các thị trường Châu Á Thái Bình Dương khác như Hàn Quốc.

Xu hướng cao cấp hóa sản phẩm

Người tiêu dùng ngày càng có xu hướng tìm kiếm các sản phẩm cao cấp và đặc biệt hơn, được đánh giá cao về chất lượng, chứa các thành phần có lợi cho sức khỏe và mang lại trải nghiệm vị giác tinh tế mà không làm mất đi hương vị truyền thống. Xu hướng cao cấp hóa đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, đặc biệt trong các sản phẩm như nước mắm hữu cơ, nước tương cao cấp và các loại xốt ớt thủ công.

Ưu tiên sử dụng sản phẩm nội địa

Theo khảo sát người tiêu dùng do Frost & Sullivan thực hiện tại Việt Nam vào cuối năm 2024, 93% người bày tỏ sự yêu thích đối với các thương hiệu thực phẩm và đồ uống trong nước, phản ánh tinh thần tự hào dân tộc và xu hướng ủng hộ các doanh nghiệp trong nước. Bên cạnh đó, cũng theo khảo sát này, gần 89% người tiêu dùng cho biết họ có khả năng chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm cao cấp, đặc biệt là trong nhóm người tiêu dùng trẻ và phân khúc hộ gia đình có thu nhập cao.

Du lịch phát triển

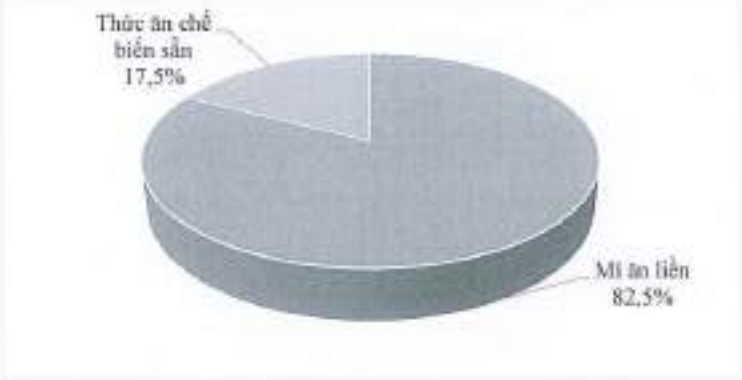
Việt Nam ghi nhận sự tăng trưởng mạnh trong ngành du lịch quốc tế, đón gần 15,4 triệu lượt khách trong 9 tháng đầu năm 2025, tăng 21,5% so với năm trước. Xu hướng này đang tạo động lực cho nhu cầu tiêu thụ gia vị, khi du khách ngày càng quan tâm đến hương vị ẩm thực Việt Nam.

10.7.3.2. Ngành hàng Thực phẩm tiện lợi[19]

Giá trị doanh số của ngành hàng thực phẩm tiện lợi năm 2024 đạt 2,6 tỷ USD, sản lượng đạt 554 nghìn tấn, trong đó mì ăn liền đóng góp gần 82,5% tổng giá trị doanh số. Trong giai đoạn 2024-2029, ngành hàng thực phẩm tiện lợi được dự báo đạt mức tăng trưởng kép là 10,6%.

[19] Dựa theo báo cáo phân tích thị trường của Frost & Sullivan

Hình 15: Biểu đồ danh mục ngành hàng Thực phẩm tiện lợi tại Việt Nam năm 2024



Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

Là một phần không thể thiếu trong ẩm thực Việt Nam, các sản phẩm từ mì được ưa chuộng hơn cả. Trong khi người Việt đã tiêu thụ nhiều hơn so với các quốc gia châu Á khác, khả năng tiêu thụ dự kiến sẽ còn tiếp tục tăng do các nhà sản xuất giới thiệu thêm nhiều sản phẩm mới, nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng với mặt hàng thiết yếu này, đặc biệt hướng tới đối tượng trẻ và người trong độ tuổi lao động. Một số động lực tăng trưởng chính của ngành hàng Thực phẩm tiện lợi tại Việt Nam bao gồm:

Sự tiện lợi và tiết kiệm thời gian

Với tốc độ đô thị hóa nhanh chóng, ngày càng nhiều người dân chuyển đến các thành phố để làm việc hoặc học tập và tìm kiếm các lựa chọn bữa ăn nhanh chóng và tiện lợi do lối sống bận rộn. Nhóm dân số trẻ sẽ đòi hỏi nhiều lựa chọn bữa ăn tiện lợi hơn, bao gồm mì ăn liền và các bữa ăn chế biến sẵn. Sự ưa chuộng mì ăn liền đang gia tăng vì chúng yêu cầu ít thời gian chế biến. Người tiêu dùng cũng tìm kiếm một lựa chọn tiết kiệm thời gian và bổ dưỡng, đặc biệt là cho bữa sáng - sự chuyển dịch sang cuộc sống thành thị thúc đẩy nhu cầu về các lựa chọn thực phẩm tiện lợi, nhanh chóng để phù hợp với lối sống bận rộn hơn. Nhu cầu về các giải pháp cho một bữa ăn nhanh, tiện lợi được thấy trong các bữa ăn chế biến sẵn đang tăng lên do sự hiện diện ngày càng tăng của mẫu hình gia đình hạt nhân (loại hình gia đình mà cha mẹ và con cái sống chung trong một căn nhà) và cuộc sống bận rộn do công việc, điều kiện gia đình và giáo dục.

So sánh với Thái Lan, đất nước có mật độ dân số đô thị cao hơn Việt Nam, thu nhập khả dụng đã tăng và nhu cầu đối với các sản phẩm hướng đến sự tiện lợi, bao gồm thực phẩm tiện lợi, đáp ứng nhu cầu của lối sống nhanh và bận rộn. Việt Nam có thể sẽ theo xu hướng này khi tỷ lệ dân số đô thị của đất nước đạt 40% vào năm 2024, tương đương với Thái Lan vào năm 2010.

Sự thay đổi về sở thích của người tiêu dùng

Khi người tiêu dùng Việt Nam ngày càng quan tâm đến sức khỏe, nhu cầu về mì ăn liền lành mạnh, chẳng hạn như mì làm từ ngũ cốc nguyên hạt, giảm sodium hoặc thành phần hữu cơ, đang tăng lên. Người tiêu dùng cũng tìm kiếm các biến thể hương vị và sản phẩm sáng tạo. Bên cạnh đó, mối liên

hệ giữa thương hiệu và hình ảnh sản phẩm ngày càng trở nên quan trọng đối với người tiêu dùng Gen Z (thế hệ những người sinh từ năm 1997 đến năm 2012), những người không chỉ ngày càng chú trọng đến sức khỏe mà còn có xu hướng quan tâm đến hình ảnh mà họ thể hiện với bạn bè. Do đó, người tiêu dùng Gen Z dự kiến sẽ đặc biệt chú trọng đến diện mạo và yếu tố sức khỏe đi kèm với thói quen tiêu thụ lành mạnh. Hiện tại, 88% mì ăn liền được đóng gói dạng túi mềm. Các loại bao bì khác như cốc/bát, túi, v.v. chỉ chiếm 12%, và dự kiến sẽ tiếp tục tăng, được thúc đẩy bởi sở thích của người tiêu dùng đối với các lối sống mới và các dịp ăn uống ngoài nhà.

Đa dạng hương vị trong ẩm thực

Bữa ăn sẵn ngày càng được ưa chuộng trong giới trẻ và người làm việc bận rộn, đặc biệt là các sản phẩm giữ nguyên hương vị Việt Nam. Mặc dù ẩm thực Việt truyền thống nhấn mạnh nguyên liệu tươi sống và bữa ăn tự chế biến, nhưng xu hướng hiện đại đang dẫn đến nhu cầu cao hơn đối với các bữa ăn sẵn kết hợp giữa nguyên liệu Việt và phong cách chế biến phương Tây.

Sự gia tăng số lượng hộ gia đình đơn lẻ

Số lượng hộ gia đình một người ngày càng tăng do xu hướng kết hôn muộn, dẫn đến nhu cầu cao hơn đối với các giải pháp bữa ăn tiện lợi.

Sự ngày càng phổ biến của lò vi sóng

Theo Frost & Sullivan, số lượng lò vi sóng trên mỗi 1.000 hộ gia đình rơi vào khoảng 20 cái (năm 2023), tương tự như Thái Lan trong những năm 2010. Khi đô thị hóa và nhịp sống bận rộn gia tăng, lò vi sóng trở thành thiết bị phổ biến, thúc đẩy nhu cầu thực phẩm tiện lợi, dễ chế biến và hâm nóng nhanh, đồng thời giảm lãng phí thực phẩm.

Thu nhập khả dụng gia tăng

Khi thu nhập khả dụng của người dân Việt Nam tăng lên, nhu cầu về mì ăn liền cao cấp với nguyên liệu tốt hơn và hương vị độc đáo cũng tăng theo. Người tiêu dùng có thu nhập cao dự kiến sẽ chuyển hướng ưu tiên sang các sản phẩm cao cấp với thịt thật và nhiều protein hơn. Dựa trên khảo sát người tiêu dùng của Frost & Sullivan, gần 84% người tiêu dùng cho biết họ rất có thể hoặc có khả năng chi trả cho mì ăn liền cao cấp, tỷ lệ này đặc biệt cao ở người cao tuổi và người tiêu dùng có thu nhập cao.

Sự phát triển của các kênh thương mại hiện đại

Sự phát triển của các cửa hàng tiện lợi và siêu thị với chuỗi cung ứng lạnh phát triển đã giúp các bữa ăn chế biến sẵn dễ tiếp cận hơn, thúc đẩy tiêu dùng (ví dụ: theo Frost & Sullivan, trong năm 2024, ngành Hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) ở Thái Lan có 21% doanh số đến từ kênh thương mại hiện đại, trong khi ở Trung Quốc con số này là 13%).

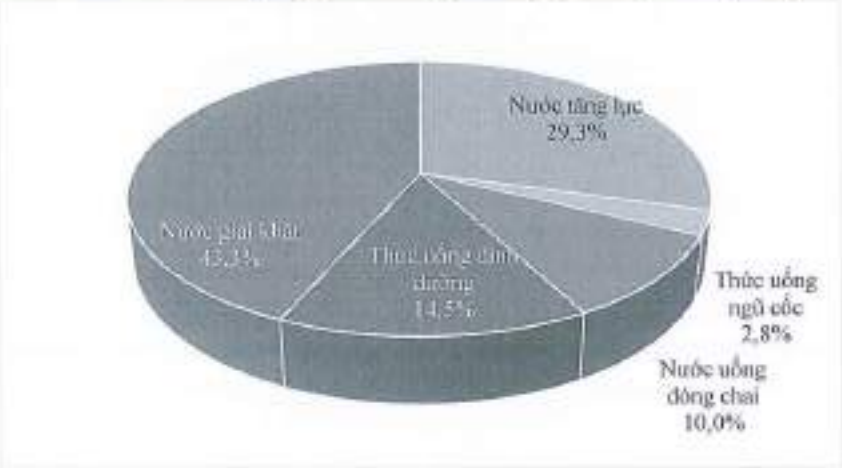
[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

10.7.3.3. Ngành hàng Đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng[20]

Các danh mục chính trong ngành hàng thức uống không cồn bao gồm nước tăng lực, thức uống ngũ cốc, nước đóng chai, cùng với các danh mục lân cận như nước giải khát và thức uống dinh dưỡng. Trong năm 2024, giá trị thị trường ngành đồ uống không cồn đạt 8,3 tỷ USD. Trong đó, nước giải khát chiếm 43,3% tổng thị phần đồ uống không cồn, xếp sau là là nước tăng lực với 29,3% thị phần.

Tại Việt Nam, thị trường đồ uống không cồn dự kiến có tốc độ tăng trưởng kép 8,8% trong giai đoạn 2024-2029F, đạt mức 12,9 tỷ USD.

Hình 16: Biểu đồ cơ cấu danh mục ngành hàng đồ uống không cồn tại Việt Nam năm 2024



Nguồn: Frost & Sullivan, NIQ Việt Nam

Một số động lực tăng trưởng chính của ngành hàng Đồ uống tại Việt Nam bao gồm:

Sự phát triển của tầng lớp trung lưu ở Việt Nam

Thúc đẩy bởi gia tăng thu nhập khả dụng, tầng lớp trung lưu tại Việt Nam có nhiều nhu cầu cho những thức uống dinh dưỡng và cao cấp, bao gồm ngũ cốc. Người tiêu dùng sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho sản phẩm cao cấp nếu họ tin sản phẩm đó mang lại lợi ích cho sức khoẻ.

Sự thay đổi về lối sống và tiện ích

Nhu cầu thức uống tăng lực của học sinh, sinh viên, tầng lớp tri thức trẻ và người lao động ngày càng tăng. Những thức uống này đem lại sự tỉnh táo tức thời và là một sự lựa chọn nhanh chóng, tiện nghi. Việc mở rộng khu vực thành thị dẫn tới nhiều thay đổi về lối sống, khiến người tiêu dùng có xu hướng tìm kiếm những sản phẩm tiện ích phù hợp với cuộc sống bận rộn. Thức uống ngũ cốc là lựa chọn nhanh và tiện nghi, đầy đủ chất dinh dưỡng, đặc biệt dành cho tầng lớp lao động và học sinh, sinh viên. Thức uống ngũ cốc được đánh giá là sản phẩm thay thế có lợi cho sức khoẻ hơn ngũ cốc truyền thống chứa hàm lượng đường cao, bổ sung nhiều dưỡng chất thiết yếu như chất xơ, vitamin và khoáng

[20] Dựa theo báo cáo phân tích thị trường của Frost & Sullivan

chất. Sự gia tăng tầng lớp lao động và học sinh cùng với lối sống bận rộn đẩy mạnh nhu cầu tiêu thụ trà, thức uống dinh dưỡng và nước giải khát dùng ngay. Cùng với sự phát triển của những hình thức thương mại hiện đại như siêu thị mini và cửa hàng tiện lợi, những thức uống này càng trở nên dễ tiêu thụ hơn.

Ý thức về sức khoẻ

Với ý thức về sức khoẻ ngày càng tăng lên, người tiêu dùng tìm kiếm những lựa chọn có lợi cho sức khoẻ như trà dùng ngay, với nhiều hương vị khác nhau, sản xuất từ nguyên liệu thiên nhiên và ít hàm lượng đường. Người tiêu dùng đang càng ngày càng chú trọng tìm kiếm những thức uống chứa nhiều thành phần vitamin, men vi sinh, chất giải độc, giúp bổ sung lợi ích cho sức khoẻ. Nhu cầu về những sản phẩm như thức uống dinh dưỡng, bổ sung chế độ ăn, đáp ứng những yêu cầu cụ thể về sức khoẻ.

Cải tiến và đa dạng hoá sản phẩm

Nhà sản xuất thức uống không cồn đang tập trung đổi mới nhằm đáp ứng nhu cầu cụ thể của người tiêu dùng. Thức uống như tăng lực cà phê đáp ứng nhu cầu tỉnh táo. Cùng với đó, nước tăng lực, thức uống dinh dưỡng và ngũ cốc luôn được cải tiến để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng thay đổi, bao gồm việc đưa ra những hương vị mới, lựa chọn không đường, nguyên liệu tự nhiên, và sản phẩm với nhiều công dụng, đáp ứng nhu cầu quan tâm tới sức khoẻ của người tiêu dùng.

10.7.3.4. Ngành hàng Cà phê[21]

Danh mục chính ngành hàng cà phê là cà phê hoà tan, cùng với các danh mục lân cận như cà phê pha sẵn và cà phê rang xay. Theo thống kê của Frost & Sullivan và Nielsen, tại Việt Nam, doanh số của mặt hàng này đạt tốc độ tăng trưởng kép 9,5% trong giai đoạn 2017-2024. Sản lượng và giá bán trung bình có tốc độ tăng trưởng tương ứng là 5,9% và 3,4%. Trước đây, thị trường cà phê hoà tan được thúc đẩy bởi sản lượng, với danh mục cà phê hoà tan dự kiến đóng góp 67,4% vào giá trị doanh số và 77,2% vào sản lượng trong năm 2024. Đặc biệt, trong giai đoạn 2017-2024, giá trị của mặt hàng cà phê hoà tan cao cấp đạt tốc độ tăng trưởng kép 13,5%, sản lượng đạt 9,6%, cao hơn cà phê hoà tan truyền thống với mức tăng trưởng kép tương ứng là 7,9% và 4,9%. Dự báo trong giai đoạn 2024-2029F, giá trị doanh số ngành hàng này đạt mức tăng trưởng kép 6,7%, sản lượng đạt 2,5% và giá bán trung bình đạt 4,0%.

Một số động lực tăng trưởng chính của Ngành cà phê hoà tan tại Việt Nam bao gồm:

Văn hoá cà phê mạnh mẽ của Việt Nam

Cà phê là một phần không thể thiếu trong văn hoá Việt Nam. Việt Nam cũng là quốc gia lớn thứ 2 thế giới về sản xuất cà phê. Ngoài những loại cà phê truyền thống như cà phê pha phin, cà phê sữa đá hay cà phê trứng đã là những sản phẩm không thể thiếu, cà phê hoà tan ngày càng trở nên phổ biến như một lựa chọn thay thế cho người tiêu dùng muốn một trải nghiệm nhanh chóng, đặc biệt là lao

[21] Dựa theo báo cáo phân tích thị trường của Frost & Sullivan

động trẻ bận rộn và học sinh, sinh viên. Sự phổ biến ngày càng tăng của việc tiêu thụ cà phê như một hoạt động kết nối xã hội càng hỗ trợ cho sự phát triển của thị trường này.

Các lựa chọn về đặc tính và hương liệu

Các nhà sản xuất đang đổi mới sản phẩm của họ để đáp ứng các thị hiếu và sở thích đa dạng. Một loạt các sản phẩm cà phê hòa tan vị cappuccino, latte, mocha và cà phê caramel giúp cà phê hòa tan trở nên hấp dẫn hơn đối với nhiều đối tượng hơn, đặc biệt là giới trẻ. Họ cũng tập trung vào việc tùy chỉnh hương vị theo vùng miền.

Xu hướng chuyển dịch sang các lựa chọn tốt cho sức khỏe hơn

Do nhận thức về sức khỏe của người tiêu dùng Việt Nam ngày càng tăng, nhu cầu cho các lựa chọn cà phê lành mạnh hơn, chẳng hạn như cà phê hòa tan không đường hoặc ít calo, đang gia tăng. Một số nhà sản xuất đang giới thiệu các sản phẩm cà phê hòa tan cao cấp, bổ sung các thành phần chức năng như vitamin, khoáng chất hoặc adaptogen vào thương hiệu của họ, thu hút những người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe, mong muốn một loại đồ uống hỗ trợ sức khỏe và bổ sung năng lượng.

Sự gia tăng về thu nhập khả dụng

Với thu nhập ngày càng tăng, người tiêu dùng sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm cao cấp như cà phê rang xay đặc sản hoặc bằng cà phê pha tại chỗ. Cà phê đang dần chuyển từ một loại đồ uống đơn thuần sang một sản phẩm cao cấp, được thưởng thức như một phần của phong cách sống nâng tầm.

10.7.3.5. Ngành hàng Hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình[22]

Các sản phẩm cốt lõi của HPC bao gồm chất tẩy rửa, trong khi các sản phẩm lân cận bao gồm các sản phẩm chăm sóc gia đình khác (nước rửa chén, thuốc tẩy, nước lau bề mặt, nước tẩy toilet), sữa tắm và dầu gội. Giá trị thị trường HPC ở Việt Nam đạt khoảng 2,7 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến sẽ đạt CAGR là 6,9% trong giai đoạn 2024-2029F, với sản lượng dự kiến tăng trưởng với CAGR là 4,8%. Một số động lực tăng trưởng chính của ngành hàng HPC tại Việt Nam bao gồm:

Gia đình hạt nhân ngày càng phổ biến

Dân số Việt Nam ngày càng tăng dẫn đến số lượng hộ gia đình gia tăng, thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm tẩy rửa và chăm sóc nhà cửa. Sự gia tăng của các gia đình hạt nhân và hộ gia đình đơn lẻ cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu đối với các định dạng bao bì nhỏ gọn, tiện lợi hơn.

Đô thị hóa

Quá trình đô thị hóa nhanh chóng tại Việt Nam đã thay đổi đáng kể lối sống, với ngày càng nhiều người chuyển đến thành phố và sống trong các căn hộ nhỏ với tiện nghi hiện đại. Xu hướng này đã tạo ra nhu cầu đối với các sản phẩm tẩy rửa tiện lợi, hiệu quả cao, dễ sử dụng và bảo quản.

[22] Dựa theo báo cáo phân tích thị trường của Frost & Sullivan

Nhận thức về sức khỏe và vệ sinh

Khi nhận thức về vệ sinh và làm sạch ngày càng cao, người tiêu dùng ưu tiên các sản phẩm có khả năng diệt khuẩn, khử trùng và loại bỏ tác nhân gây dị ứng. Đại dịch COVID-19 đã làm gia tăng sự chú trọng của người tiêu dùng đối với vệ sinh và sạch sẽ, từ đó thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm làm sạch. Sau đại dịch, nhận thức về sức khỏe và vệ sinh vẫn được duy trì mạnh mẽ, góp phần thúc đẩy nhu cầu lâu dài đối với các sản phẩm này. Ngày càng có nhiều người tiêu dùng lựa chọn nước giặt thay vì bột giặt, do tính tiện lợi và khả năng hòa tan nhanh, không để lại cặn trên quần áo và máy giặt. Nhiều sản phẩm nước giặt hiện nay còn tích hợp tính năng xả vải, giúp tiết kiệm thời gian và chi phí vì không cần mua thêm nước xả riêng biệt. Tương tự, trong danh mục sản phẩm tắm gội, người tiêu dùng đang chuyển từ xà phòng bánh sang sữa tắm, do sữa tắm tiện lợi và dễ sử dụng hơn. Đặc biệt, ở các khu đô thị và khu công nghiệp, người tiêu dùng ưa chuộng các sản phẩm tiết kiệm thời gian, dẫn đến nhu cầu gia tăng đối với sữa tắm 2 trong 1 tích hợp cả chức năng gội đầu.

Sản phẩm đa chức năng

Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm các sản phẩm đa chức năng, như làm sạch bề mặt, mặt bàn và dụng cụ, vì chúng tiện lợi và tiết kiệm chi phí. Trong ngành hàng dầu gội và sữa tắm, người tiêu dùng, đặc biệt là ở các khu vực đô thị và khu công nghiệp, tìm kiếm những sản phẩm dễ sử dụng và tiết kiệm thời gian do cuộc sống nhanh và bận rộn. Điều này thúc đẩy nhu cầu về sữa tắm 2 trong 1, vừa có tác dụng tắm cơ thể vừa có tác dụng gội đầu.

10.7.4. Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty so với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước, xu thế chung trên thế giới

Với các sản phẩm tiêu dùng, các tiêu chí về nâng cao nguồn gốc, chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm đang là mục tiêu hướng tới của Nhà nước Việt Nam. Hòa cùng đường lối đó của Nhà nước, và cũng là xu hướng chung của thế giới, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đặt ra những tiêu chí khắt khe về sản phẩm hàng tiêu dùng của Công ty làm mục tiêu hướng tới nhằm có thể mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm an toàn, nguồn gốc rõ ràng với mức giá và túi tiền của đại đa số người tiêu dùng. Do đó, định hướng phát triển của Công ty hoàn toàn phù hợp với triển vọng phát triển của ngành, chính sách phát triển của Việt Nam và xu thế chung trên thế giới.

10.8. Hoạt động Marketing

Công ty tin rằng chiến lược xây dựng thương hiệu và tiếp thị marketing là công cụ cho sự thành công và tăng trưởng nhanh chóng của CTCP Hàng tiêu dùng Masan. Bộ phận tiếp thị được chia thành hai nhóm: phát triển thương hiệu và các hoạt động thị trường. Nhóm phát triển thương hiệu tạo ra chiến lược xây dựng thương hiệu và kết hợp với nhóm hoạt động thị trường để phát triển các chiến dịch tiếp thị với các cơ quan truyền thông.

Đối với chiến lược thương hiệu:

CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã áp dụng một chiến lược thương hiệu mẹ (umbrella brand) để tiếp thị sản phẩm của Công ty đến các nhóm người tiêu dùng khác nhau. Mỗi dòng sản phẩm chính như nước

mắm, nước tương, tương ớt, mì ăn liền, cà phê hòa tan và nước đóng chai đều có một thương hiệu cao cấp: CHIN-SU là thương hiệu cao cấp cho ngành hàng nước chấm, Omachi là thương hiệu cao cấp cho ngành hàng mì ăn liền, Vinacafé là thương hiệu cao cấp cho ngành hàng cà phê và Vivant là thương hiệu cao cấp cho ngành hàng nước đóng chai, mà Công ty tin rằng sẽ giúp CTCP Hàng tiêu dùng Masan đáp ứng nhu cầu của nhiều cấp độ khách hàng khác nhau. Sự ra đời của các phiên bản sản phẩm, chẳng hạn như nước mắm CHIN-SU hương cá hồi của Công ty, tiếp tục cho phép Công ty bán cho nhiều người tiêu dùng tại các khu vực khác nhau và với thị hiếu khác nhau.

CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã từng bước xây dựng sự nhận diện thương hiệu của người tiêu dùng cho các thương hiệu của Công ty. CTCP Hàng tiêu dùng Masan cũng tích cực bảo vệ thương hiệu của Masan trước những hành vi xâm phạm và làm giả thương hiệu bởi các bên thứ ba. Thông qua mạng lưới phân phối, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đánh giá các sản phẩm của đối thủ cạnh tranh dựa vào các dòng sản phẩm của Công ty. Nếu nhận thấy được một sự vi phạm nghiêm trọng thương hiệu của CTCP Hàng tiêu dùng Masan, Công ty sẽ thực hiện các bước chủ động, bao gồm cả hành động pháp lý, để bảo vệ hình ảnh thương hiệu của mình.

Đối với chiến lược tiếp thị:

CTCP Hàng tiêu dùng Masan có các hoạt động quảng cáo và tiếp thị, tùy theo từng kênh bán hàng, để quảng bá sản phẩm và tăng cường nhận diện thương hiệu. Công ty dựa vào quảng cáo truyền hình như phương tiện chủ yếu để tiếp cận khách hàng mục tiêu. Quảng cáo của công ty thường từ 15 đến 30 giây tập trung vào thông điệp sức khỏe, mùi vị và khả năng chi trả của các sản phẩm của công ty. Bộ phận tiếp thị làm việc với các công ty quảng cáo để đánh giá số quảng cáo cần thiết để tiếp thị sản phẩm một cách hiệu quả và thu xếp thời gian quảng cáo phù hợp trên các kênh truyền hình trên toàn quốc.

10.9. Quyền sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế

Công ty đã thực hiện đăng ký nhãn hiệu, quyền tác giả và có logo riêng.

- Tên thương mại: Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Tên tiếng Anh: Masan Consumer Corporation
- Logo Công ty:

Masan consumer

- Công ty đã đăng ký tên miền: www.masanconsumer.com

Quyền sở hữu trí tuệ có tầm quan trọng, mang tính căn bản đối với hoạt động kinh doanh của Công ty. Tập đoàn hiện đang sở hữu 461 giấy chứng nhận và đơn đăng ký nhãn hiệu trong nước, trong đó Omachi, CHIN-SU, Tam Thái Tử và Nam Ngư là các nhãn hiệu hàng hóa nổi tiếng, được nhiều người tiêu dùng yêu mến. Ngoài ra, Tập đoàn cũng sở hữu 483 giấy chứng nhận và đơn đăng ký nhãn hiệu tại nhiều quốc gia khác như: Thụy Sĩ, Nhật Bản, Úc, Singapore, Châu Âu, Mỹ, Trung Quốc, Cuba,

Hàn Quốc, Nga, Campuchia, Lào, Canada, Myanmar, Đài Loan, New Zealand, Hồng Kông và Philippines, Thái Lan, Anh, v.v.

Bên cạnh phát triển các nhãn hiệu, CTCP Hàng tiêu dùng Masan cũng đặc biệt quan tâm đến việc phát triển các kiểu dáng công nghiệp, với 61 bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp được cấp bảo hộ tại Việt Nam và quốc tế. Đồng thời, Công ty cũng đang sở hữu 91 giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả do Cục Bản Quyền Tác Giả Việt Nam cấp.

CTCP Hàng tiêu dùng Masan áp dụng cách tiếp cận chủ động để quản lý danh mục tài sản trí tuệ. Công ty đã, đang và cam kết luôn chủ động thực hiện các thủ tục pháp lý cần thiết để bảo hộ thương hiệu, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và các hình thức tài sản trí tuệ khác mà, khi có thể dự đoán hợp lý, có thể trở thành các tài sản quan trọng của công ty trong việc áp dụng lên các sản phẩm, dịch vụ phát sinh trong tương lai. Đăng ký quyền sở hữu trí tuệ thường được thực hiện bởi đại lý hoặc bộ phận pháp lý của CTCP Hàng tiêu dùng Masan. Trong phạm vi hợp lý, bất kỳ nhà phân phối, khách hàng, cơ quan chức năng nào thông báo cho Công ty về một sự vi phạm nghiêm trọng hoặc tìm ẩn đến các nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp hoặc các tài sản trí tuệ khác của Công ty, Công ty có các biện pháp, hành động phù hợp với quy định của pháp luật và thực tiễn để bảo vệ tài sản trí tuệ của Công ty.

Bảng 24: Sở hữu trí tuệ

	Quyền tác giả	Nhãn hiệu	Kiểu dáng công nghiệp
1. VIỆT NAM			
Đơn đăng ký	0	167	27
Văn bằng	92	323	34
Tổng cộng	**92**	**490**	**61**
2. QUỐC TẾ			
Đơn đăng ký	0	376	13
Văn bằng	0	250	36
Tổng cộng	**0**	**626**	**49**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

10.10. Chính sách nghiên cứu và phát triển

CTCP Hàng tiêu dùng Masan có đội ngũ nghiên cứu và phát triển ("R&D") với nhiều đam mê, nhiệt huyết, giỏi chuyên môn, sẵn sàng đối đầu với thử thách, làm việc chặt chẽ với đội ngũ tiếp thị, hướng đến mục tiêu chung của Công ty và hướng đến người tiêu dùng. Cách tiếp cận đổi mới và phát triển của CTCP Hàng tiêu dùng Masan bắt nguồn từ nền tảng thông tin chi tiết về người tiêu dùng độc quyền của Công ty, kết hợp cả dữ liệu định lượng và định tính để xác định nhu cầu lớn chưa được đáp ứng của người tiêu dùng Việt Nam.

Gần 30 năm qua, Masan Consumer đã không ngừng phát triển năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm để liên tục giới thiệu những sản phẩm chất lượng nhất đến tay người tiêu dùng. Nhân lực R&D

của Tập đoàn được chia làm 3 cấp: (1) các chuyên gia trong và ngoài nước với hơn 20 năm kinh nghiệm, phụ trách phát triển công nghệ, nền tảng mới, (2) đội ngũ quản lý ngành hàng với 15 đến 20 năm kinh nghiệm, (3) các nhân sự trẻ, được đào tạo bài bản trong và ngoài nước, dẫn dắt xu hướng mới thông qua nghiên cứu thị trường chuyên sâu. Tính đến ngày 30 tháng 09 năm 2025, CTCP Hàng tiêu dùng Masan có một đội ngũ gồm 118 nhân viên Phát Triển Thương Hiệu, 134 nhân viên R&D chính thức và 17 phòng thí nghiệm R&D để hỗ trợ đổi mới và phát triển sản phẩm.

Tập đoàn theo đuổi chính sách R&D tập trung vào việc đẩy mạnh năng lực nội bộ (đặc biệt về nhân sự và cơ sở hạ tầng R&D, phát triển sản phẩm mới dựa trên dữ liệu tiêu dùng, và xây dựng quy trình phối hợp chặt chẽ giữa R&D và marketing. Chính sách này được kỳ vọng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và hỗ trợ tăng trưởng doanh thu dài hạn. Nhờ đó, Tập đoàn đã liên tục ra mắt những sản phẩm mang tính đột phá, ghi dấu ấn mạnh mẽ với người tiêu dùng Việt Nam, như lẩu tự sôi, cơm tự chín, trà Bupnon TEA365 ứng dụng những công nghệ hoàn toàn mới, khác biệt với sản phẩm khác trên thị trường.

Trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng (Consumer Innovation Center) với sứ mệnh lắng nghe và thấu hiểu người tiêu dùng được đưa vào hoạt động từ tháng 6/2023. Tại trung tâm này, Công ty đã gặp gỡ, trò chuyện, trao đổi với cộng đồng "Consumers in love" - những người tiêu dùng tin yêu sử dụng các nhãn hàng khác, để tìm kiếm những ý tưởng, những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng và phát triển các sản phẩm phù hợp.

Nền tảng nghiên cứu và phát triển của CTCP Hàng tiêu dùng Masan tập trung xoay quanh các mục tiêu sau:

Chuyển đổi các ngành công nghiệp hàng hóa: CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã chuyển đổi thị trường nước mắm và mì ăn liền mang tính hàng hóa cao và không có thương hiệu tại Việt Nam với nước mắm CHIN-SU và Nam Ngư và mì ăn liền Omachi. Hoạt động nghiên cứu và phát triển xác định nhu cầu về một loại nước mắm ngon, giá cả phải chăng và tốt cho sức khỏe, đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và phát triển quy trình thanh trùng kép để tạo ra một sản phẩm ít mặn hơn, ngon hơn.

Phá vỡ các thị trường bão hòa hoặc chưa được khai thác: CTCP Hàng tiêu dùng Masan sử dụng nền tảng thông tin chi tiết về người tiêu dùng độc quyền của mình để điều hướng bối cảnh cạnh tranh, xác định khoảng trống chưa được khai thác và phá vỡ danh mục bằng cách giới thiệu các sản phẩm sáng tạo. Ví dụ: trong danh mục nước tăng lực là một thị trường bão hòa cao do một số công ty thống trị, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã xác định một điểm gia nhập thị trường trong không gian nước tăng lực có hương vị cà phê khi phát hiện ra rằng người tiêu dùng đang tìm kiếm nước tăng lực mang lại sự tỉnh táo ngoài việc tăng cường năng lượng. Sau đó, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã phát triển Wake-Up 247, công ty tiên phong trong việc phổ biến nước tăng lực hương vị cà phê tại Việt Nam.

Cao cấp hóa danh mục: Do đời sống ngày càng cải thiện, người tiêu dùng Việt Nam ngày càng nâng cao thói quen tiêu dùng và mua các sản phẩm chất lượng cao hơn. CTCP Hàng tiêu dùng Masan xác định được khoảng trống trên thị trường đối với các dịch vụ cao cấp để phát triển các sản phẩm chất

lượng cao với nhiều lợi ích giá trị gia tăng hơn trong danh mục nước mắm và mì ăn liền và từ đó đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng. Thông qua sự đổi mới sản phẩm không ngừng, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã thiết lập thành tích liên tục tung ra nhiều sản phẩm cao cấp, giá trị gia tăng hơn trong các danh mục nước mắm và mì ăn liền giải quyết các tính năng và chức năng (ví dụ: nước mắm trộn sẵn của Nam Ngư để thuận tiện) và các thuộc tính cảm xúc (ví dụ: lẩu tự sôi của Omachi mang đến một trải nghiệm mới).

Tạo ra hiệu quả và không ngừng cải tiến các sản phẩm sáng tạo: CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã không ngừng tạo ra một danh mục các sản phẩm cao cấp và chính thống giá cả phải chăng, phục vụ 100 triệu người tiêu dùng trên khắp thành thị và nông thôn Việt Nam. Tổng doanh thu đổi mới của CTCP Hàng tiêu dùng Masan (tức là tổng doanh thu từ các sản phẩm được tạo ra trong vòng 12 tháng trước kỳ báo cáo), đạt 1.405,7 tỷ đồng vào năm 2023 và tiếp tục tăng 62,3% lên 2.281,0 tỷ đồng vào năm 2024, nhấn mạnh sự nhanh nhẹn của CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong việc chuyển đổi thông tin chi tiết của người tiêu dùng thành các sản phẩm phù hợp với người tiêu dùng.

CTCP Hàng tiêu dùng Masan liên tục ra mắt các sản phẩm đổi mới tới người tiêu dùng Việt Nam. Trong năm 2023, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã cách mạng hóa thị trường bằng cách ra mắt lẩu tự sôi đầu tiên của Việt Nam - Omachi Lẩu Tự Sôi. Dựa trên thành công này, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã mở rộng sang danh mục tự hâm nóng vào năm 2024 với Omachi Cơm Tự Chín, một bữa cơm tự hâm nóng kiểu bento. Cùng năm 2024, CTCP Hàng tiêu dùng Masan giới thiệu Omachi Lẩu Cầm Tay – lẩu tiện dụng lấy cảm hứng từ hương vị lẩu tự sôi.

Trong năm 2023, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã tung ra nước tăng lực ít đường EnerZ và trà xanh uống liền BupNon Tea365, phục vụ cho sở thích có ý thức về sức khỏe của Gen Z. Ngoài ra, CTCP Hàng tiêu dùng Masan còn giới thiệu sữa hạt B'fast, cung cấp các chất dinh dưỡng thiết yếu dành riêng cho trẻ em và phụ nữ. Trong ngành hàng cà phê hòa tan, CTCP Hàng tiêu dùng Masan đã ra mắt Vinacafé Cup, Wake-Up Bờ Hồ, Vinacafé Chất, và gần đây nhất là Wake-Up Mekong vào năm 2024, mang đến những trải nghiệm cà phê độc đáo và sảng khoái. Thành công nổi bật của năm 2024 là Wake-Up Mekong, một loại cà phê hòa tan sáng tạo pha trộn giữa vị kem đậm đà với hương vị cà phê đậm đà, được chế biến để hoàn toàn phù hợp với sở thích khẩu vị của người tiêu dùng ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

Đối với ngành hàng HPC, trong năm 2024, CTCP Hàng tiêu dùng Masan ra mắt Santoso, một thương hiệu dầu gội và sữa tắm lấy cảm hứng từ thiên nhiên của Nhật Bản, hứa hẹn mang đến trải nghiệm mới cho người tiêu dùng.

Trong những năm tới, CTCP Hàng tiêu dùng Masan dự kiến phối hợp chặt chẽ với WinCommerce và chương trình Hội Viên WIN để phát triển sản phẩm mới dựa trên nền tảng phân tích và thấu hiểu hành vi khách hàng của những đơn vị này. Đây là một lợi thế cạnh tranh của Masan Consumer khi nằm trong nền tảng bán lẻ - tiêu dùng The CrownX của Tập Đoàn Masan.

10.11. Chiến lược kinh doanh

Với mục tiêu trở thành một trong những doanh nghiệp FMCG giá trị nhất Đông Nam Á trong giai đoạn 2025-2030, Tập đoàn đã xây dựng một hệ thống chiến lược cụ thể với bốn động cơ tăng trưởng bền vững trên khắp năm ngành hàng chính và ba nền tảng FMCG mới cho chiến lược tổng thể của Tập đoàn, được triển khai với nguồn vốn linh hoạt từ dòng tiền hoạt động kinh doanh và sử dụng đòn bẩy tài chính từ các tổ chức tín dụng khi cần thiết.

Hình 17: Các động cơ tăng trưởng chính và nền tảng FMCG mới

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Chiến lược tăng trưởng cho các ngành hàng được áp dụng theo bốn động cơ tăng trưởng mới bao gồm như sau:

1. "Cao cấp hóa gian bếp (Premiumize the Kitchen)": cho ngành hàng gia vị và ngành hàng thực phẩm tiện lợi
2. "Chiếm lĩnh thị trường không gian phòng khách và phòng tắm (Win the Living room & Bathroom)": cho ngành hàng cà phê, ngành hàng đồ uống và ngành hàng hóa mỹ phẩm, chăm sóc cá nhân và gia đình
3. "Mở rộng danh mục thương hiệu sang thị trường ngoài hộ gia đình (Expand Scope of Brands to Out-of-home)": cho ngành hàng gia vị, ngành hàng thực phẩm tiện lợi, ngành hàng đồ uống và ngành hàng cà phê
4. "Đưa ẩm thực Việt Nam ra thế giới (Go Global)": cho ngành hàng gia vị, ngành hàng thực phẩm tiện lợi và ngành hàng cà phê

Hình 18: Trụ cột tăng trưởng

	Trụ cột tăng trưởng			
	Cao cấp hóa gian bếp	Chiếm lĩnh thị trường không gian phòng khách và phòng tắm	Mở rộng danh mục thương hiệu sang thị trường ngoài hộ gia đình	Đưa ẩm thực Việt Nam ra thế giới (Go Global)
Gia vị	✓		✓	✓
Thực phẩm tiện lợi	✓		✓	✓
Đồ uống		✓	✓	
Cà phê		✓	✓	✓
HPC		✓		

Cụ thể chi tiết thực thi cho bốn động cơ tăng trưởng này như sau:

Động cơ tăng trưởng #1: Cao cấp hóa gian bếp

Tập đoàn đang tập trung nâng cấp và cao cấp hóa các sản phẩm thiết yếu trong gian bếp, như gia vị và thực phẩm tiện lợi nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng hằng ngày. Giai đoạn cao cấp hóa này sẽ tập trung vào việc nâng tầm sản phẩm khi người tiêu dùng ngày càng chú trọng đến chất lượng và sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn.

Đối với ngành hàng gia vị

Theo Frost and Sullivan, thị trường nước mắm cao cấp được kỳ vọng sẽ đạt CAGR trong giai đoạn 2024-2029F ở mức 13,8%, vượt xa tốc độ 4,8% của phân khúc nước mắm phổ thông. Đối với nước tương, theo Frost & Sullivan, thị trường nước tương cao cấp dự báo sẽ chiếm 56,0% thị phần nước tương chung vào năm 2029. Cũng theo khảo sát của Frost & Sullivan, có đến 85% người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm nước tương cao cấp với thành phần tự nhiên, không chất bảo quản, tốt cho sức khỏe và mang lại trải nghiệm vị giác tốt hơn.

Dựa vào những dự báo trên, Tập đoàn định hướng tập trung nâng cao trải nghiệm người tiêu dùng và tận dụng xu hướng cao cấp hóa bằng việc phát triển sản phẩm với các đặc tính như sau:

- Cung cấp dinh dưỡng tốt hơn cho sức khỏe (CHIN-SU Cá Cơm Biển Đông sẽ được bổ sung Sắt, Omega 3 và nước tương cô đặc chất lượng cao có lợi cho sức khỏe)
- Tiện lợi hơn cho việc sử dụng (Nam Ngư sẽ được pha sẵn tỏi ớt vào nước mắm)
- Bao bì cao cấp, sang trọng hơn (sử dụng chai thủy tinh cao cấp cho CHIN-SU Cá Cơm Biển Đông)
- Áp dụng phương pháp sản xuất cao cấp hơn (nước tương được ủ truyền thống tự nhiên)
- Đối với các sản phẩm gia vị dạng hạt khác, Công ty tập trung vào việc nâng cấp công thức sản phẩm cải thiện hiệu suất chi phí trên từng đơn vị

Đối với ngành hàng thực phẩm tiện lợi

Theo Frost & Sullivan, mì cao cấp chiếm dự kiến sẽ chiếm 45,0% vào năm 2029. Ngoài ra, thị trường mì cao cấp được dự báo sẽ có mức CAGR trong giai đoạn 2024-2029F đạt 12,2% cao hơn mức 4,4% của thị trường mì phổ thông.

Các chiến lược cụ thể của Tập đoàn như sau:

- Tiếp tục khai thác và tận dụng tối đa thương hiệu Omachi để cho ra mắt các sản phẩm tiện lợi sáng tạo như mì ly, mì trộn, mì nấu và lẩu mini.
- Mở rộng sang phân khúc bữa ăn thay thế tại nhà và nhà hàng, tập trung vào phân khúc giá trên 1 USD.
- Đặt mục tiêu gia nhập các thị trường ngách mới như sản phẩm cho mẹ và bé để khẳng định vai trò tiên phong trong việc đáp ứng thị hiếu tiêu ngày càng thay đổi.

Động cơ tăng trưởng #2: Chiếm lĩnh thị trường không gian phòng khách và phòng tắm

Ở lĩnh vực này, Tập đoàn sẽ tập trung tận dụng phong cách sống của người tiêu dùng và xu hướng hương vị địa phương để nâng cấp danh mục đồ uống và phê hòa tan thông qua chiến lược đa hướng.

Đối với ngành hàng đồ uống

Theo Frost & Sullivan, đối với nước tăng lực, Việt Nam có mức tiêu thụ nước tăng lực bình quân đầu người cao nhất khu vực Châu Á Thái Bình Dương, chủ yếu từ lao động phổ thông và sinh viên. Tuy nhiên, hương vị địa phương vẫn chưa được khai thác triệt để. Đối với trà đóng chai, Frost & Sullivan dự báo xu hướng tiêu thụ sẽ tiếp tục tăng khi người tiêu dùng Việt Nam dần chuyển dịch từ nước ngọt có gas sang lựa chọn lành mạnh hơn.

Các chiến lược cụ thể của Tập đoàn như sau:

- Đối với nước tăng lực, Tập đoàn dự định ra mắt sản phẩm nước tăng lực hương vị truyền thống là Guarana, hướng đến nhóm lao động phổ thông và nhóm khách hàng trẻ. Bên cạnh đó, tận dụng lợi thế có sẵn từ Wake-Up 247, Tập đoàn sẽ tập trung phát triển các dòng nước tăng lực kết hợp cà phê như cold brew, latte và cà phê sữa
- Đối với trà đóng chai, Tập đoàn nhận định trà trái cây là phân khúc hấp dẫn nhất, do đó, chiến lược là sẽ tập trung vào các hương vị trái cây độc đáo, như trà hibiscus giúp hỗ trợ tiêu hóa.

Đối với ngành hàng cà phê

Các chiến lược cụ thể của Tập đoàn như sau:

- Cá nhân hóa hương vị vùng miền và mở rộng sang định dạng cà phê rang xay dưới thương hiệu Vinacafe
- Phát triển dòng sản phẩm dành cho người nhạy cảm với caffeine như cà phê "White" và cà phê sữa đậm vị dưới thương hiệu Wake Up

Đối với ngành hàng hóa mỹ phẩm, chăm sóc cá nhân và gia đình

Các chiến lược cụ thể của Công ty như sau:

- Tập trung củng cố sự hiện diện của thương hiệu NET tại khu vực miền Nam và Đồng bằng Sông Cửu Long bằng cách tận dụng lợi thế từ giá cả cạnh tranh cùng công thức làm sạch được kiểm nghiệm lâm sàng
- Xây dựng và củng cố bản sắc thương hiệu Chanté, định hướng đưa Chanté trở thành sản phẩm chủ lực trong ngành hành chăm sóc gia đình. Mở rộng sang các danh mục liên quan như nước rửa chén và vệ sinh sàn nhà
- Lên kế hoạch mở rộng danh mục sản phẩm sang các dòng sữa tắm, dầu gội và chăm sóc tóc với thương hiệu mới Santoso được phát triển theo tiêu chuẩn Nhật Bản

Động cơ tăng trưởng #3: Mở rộng danh mục thương hiệu sang thị trường ngoài hộ gia đình

Trong suốt lịch sử phát triển, Tập đoàn luôn tập trung đáp ứng nhu cầu tiêu dùng tại nhà. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng đối với các sản phẩm tiện lợi, chất lượng cao phù hợp với lối sống năng động, Tập đoàn đã mở rộng danh mục tiêu dùng ngoài gia đình, tập trung vào gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống. Nhờ tận dụng sức mạnh thương hiệu và đổi mới sản phẩm, Tập đoàn hướng đến việc khai thác cơ hội thị trường mới, đa dạng hóa danh mục và củng cố vị thế cạnh tranh.

Đối với ngành hàng gia vị

Các chiến lược cụ thể của Tập đoàn như sau:

- Tiến hành mở rộng vào kênh tiêu dùng tại chỗ như khách sạn, nhà hàng và các khu dịch vụ ăn uống (HORECA), một phân khúc vẫn chưa được khai thác tối đa. Tập đoàn đã ra mắt các dòng gia vị pha sẵn dạng chai, tiện lợi cho tiêu dùng ngoài gia đình mà không cần chế biến phức tạp

Đối với ngành hàng thực phẩm tiện lợi

Các chiến lược cụ thể của Công ty như sau:

- Tiếp tục tận dụng sức mạnh thương hiệu cao cấp Omachi để dẫn đầu phân khúc bữa ăn sẵn
- Công ty đã giới thiệu mì ly, mì trộn nhằm đáp ứng xu hướng tiêu dùng linh hoạt. Các sản phẩm lẩu tự sôi đang có sức hút mạnh mẽ và tiếp tục được mở rộng
- Công ty lên kế hoạch ra mắt dòng sản phẩm bữa ăn sẵn với mức giá phải chăng để tiếp cận phân khúc rộng hơn mà vẫn đảm bảo tính chất lượng và sáng tạo

Đối với ngành hàng đồ uống

Các chiến lược cụ thể của Công ty như sau:

- Đẩy mạnh kênh tiêu dùng tại chỗ và mở rộng phân phối qua cả kênh bán lẻ hiện đại và truyền thống với các dòng bao bì nhỏ. Quy cách này giúp giảm rào cản thử nghiệm, tiếp cận tốt hơn nhóm khách hàng Gen Z và Millennials (thế hệ được sinh ra vào khoảng từ năm 1981 đến 1996) có lối sống thành thị

Động cơ tăng trưởng #4: Đưa ẩm thực Việt Nam ra thế giới

Với sự hiện diện mạnh mẽ trong gian bếp Việt, Tập đoàn sẵn sàng đáp ứng nhu cầu toàn cầu ngày càng tăng đối với ẩm thực Việt Nam và châu Á, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ yêu thích hương vị truyền thống. Theo báo cáo của Frost & Sullivan, Hiệp hội Nhà hàng Quốc gia xếp hạng ẩm thực Việt Nam nằm trong top 3 xu hướng ẩm thực toàn cầu năm 2023 và xếp hạng 22 trong "Top 100 Nền Ẩm thực tốt nhất thế giới" bởi TasteAtlas trong năm 2024. Mặc dù một số công ty quốc tế đã ra mắt sản phẩm lấy cảm hứng từ ẩm thực Việt Nam, thị trường nước ngoài vẫn chưa được khai thác mạnh mẽ, điều này mở ra cơ hội lớn cho Công ty. Các chiến lược Go Global của Tập đoàn sẽ tập trung vào hai thị trường chính là Mỹ và Trung Quốc, sau đó mở rộng sang Nhật Bản và Hàn Quốc.

Đối với ngành hàng gia vị và ngành hàng thực phẩm tiện lợi

- Chiến lược tăng trưởng ở Mỹ là chú trọng tập trung vào hai sản phẩm chủ lực là phở và tương ớt, nhấn mạnh thương vị Việt Nam truyền thống tốt cho sức khỏe. Sản phẩm sẽ được định vị ở phân khúc trung - cao cấp và Công ty sẽ hợp tác với các nhà phân phối và đại lý có kinh nghiệm đưa sản phẩm châu Á vào chuỗi bán lẻ lớn tại Mỹ
- Tại Trung Quốc, Tập đoàn sẽ ưu tiên lấy sản phẩm chủ lực là phở để phát triển thị trường, tận dụng các khoảng trống thị trường khi các thương hiệu nội địa nhỏ chưa có định vị rõ ràng và thiếu sự liên kết với ẩm thực Việt. Chiến lược sẽ tập trung vào các thành phố miền nam Trung Quốc cũng như các đô thị lớn như Thượng Hải và Hàng Châu, nơi có nhu cầu cao với ẩm thực quốc tế và sở hữu cộng đồng người nước ngoài đông đảo

Đối với ngành hàng cà phê

- Đẩy mạnh sự hiện diện của cà phê hòa tan bằng việc tận dụng sự phổ biến ngày càng rộng rãi của cà phê Việt Nam. Tập trung vào các nền tảng thương mại điện tử (JD, Tmall, v.v.) để tối ưu tốc độ tăng trưởng, độ phủ và thử nghiệm sản phẩm nhanh hơn so với kênh bán lẻ truyền thống
- Xây dựng đồng thời đội ngũ bán hàng trực tiếp, khai thác cơ hội tại tại các thành phố trọng điểm

Ngoài vận dụng bốn động cơ tăng trưởng cho chiến lược phát triển của từng ngành hàng, Tập đoàn sẽ xây dựng một nền tảng FMCG thế hệ mới cho chiến lược tổng thể của Tập đoàn, xoay quanh ba chủ đề: (i) Dẫn dắt sự chuyển đổi trong đổi mới sản phẩm, chiến lược tiếp thị và chuỗi cung ứng, hướng tới tới xuất sắc trong sản xuất; (ii) Ứng dụng chuyển đổi số từ đầu đến cuối để tối ưu vận hành – "Bán lẻ vượt trội"; (iii) ESG – Phát triển bền vững bằng cách tạo ra giá trị tốt đẹp.

Tập đoàn thực hiện chuyển đổi nền tảng FMCG dựa trên hai yếu tố cốt lõi: (i) người tiêu dùng ngày càng khắt khe và có nhiều lựa chọn sản phẩm, kênh mua sắm; (ii) thương hiệu tận dụng công nghệ để tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng và số hóa chuỗi cung ứng sẽ có lợi thế trong tối ưu hóa kế hoạch cung - cầu và nâng cao năng suất. Sự chuyển đổi này không chỉ giúp Tập đoàn tối ưu hóa quy trình vận hành mà còn tạo nền tảng vững chắc cho tăng trưởng bền vững trong tương lai.

Cụ thể nền tảng FMCG mới sẽ tập trung các vấn đề sau:

Tăng tỷ lệ thành công trong đổi mới sản phẩm bằng cách khai thác nền tảng phân tích hành vi tiêu dùng và thử nghiệm quy mô nhỏ tại WinCommerce

- Ứng dụng mô hình CIC và CIL để thu thập dữ liệu định tính và định lượng, từ đó thúc đẩy chiến lược đổi mới sản phẩm có mục tiêu. Ngoài ra, Tập đoàn kết hợp với WIN Membership để cải thiện dữ liệu hành vi mua sắm, đồng thời triển khai tiếp thị cá nhân hóa nhằm tăng tỷ lệ chuyển đổi tại các cửa hàng WinCommerce
- Tận dụng WinCommerce – hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất Việt Nam với hơn 4.100 siêu thị và cửa hàng tiện lợi mang thương hiệu WinMart và WinMart+ (tính đến 30/09/2025), Tập đoàn có lợi thế triển khai thử nghiệm quy mô nhỏ trước khi mở rộng toàn quốc, giúp giảm rủi ro khi ra mắt sản phẩm mới

Định hướng, cá nhân hóa tiếp thị marketing kỹ thuật số và quảng cáo trên kênh truyền hình

- Tập đoàn đang dịch chuyển ngân sách quảng cáo và khuyến mãi sang tiếp thị số, đồng thời đo lường hiệu suất trên các kênh thông qua mô hình phân tích Tiếp thị hỗn hợp và các Tuần quảng bá thương hiệu sẽ được sử dụng để nâng cao nhận diện sản phẩm mới và triển khai các chiến dịch tiếp thị tùy chỉnh dành riêng cho thành viên WiN.
- Tập đoàn sẽ tiếp tục đẩy mạnh đầu tư vào tiếp thị số nhằm tối ưu hóa tỷ suất hoàn vốn, tận dụng xu hướng số hóa ngày càng mạnh mẽ của người tiêu dùng Việt Nam.

Xuất sắc trong sản xuất

Tập đoàn hướng đến tinh gọn sản xuất, tự động hóa và tổ chức linh hoạt để tối ưu hóa và giảm chi phí sản xuất

- Sản xuất tinh gọn: giảm số giờ lao động bằng cách tinh giản quy trình, loại bỏ hoạt động không tạo giá trị và đào tạo đội ngũ đa kỹ năng
- Tự động hóa: tập trung tự động hóa các quy trình cốt lõi và đầu tư hợp lý nhằm nâng cao hiệu suất, đảm bảo tính liên tục trong vận hành và tối ưu hóa lợi nhuận. Việc ứng dụng công nghệ tự động giúp cải thiện năng suất, giảm chi phí và tăng tính ổn định cho chuỗi sản xuất, từ đó tạo ra giá trị bền vững cho doanh nghiệp
- Cơ cấu tổ chức linh hoạt: áp dụng mô hình tổ chức phẳng để đẩy nhanh quá trình ra quyết định và nâng cao tính linh hoạt trong vận hành

Số hóa chuỗi cung ứng

Công nghệ đóng vai trò cốt lõi trong nền tảng FMCG thế hệ mới của Công ty.

- Tập đoàn sẽ ứng dụng nền tảng hoạch định cung - cầu dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI) để tối ưu hóa sản xuất, mua hàng và phân phối. Hệ thống này giúp đội ngũ bán hàng đưa ra các khuyến nghị tối ưu về đơn hàng và chương trình khuyến mãi, nâng cao năng suất tổng thể
- Để đảm bảo tính minh bạch xuyên suốt chuỗi cung ứng, Tập đoàn hướng đến mô hình trực tiếp đến kênh bán lẻ truyền thống (GT) và người tiêu dùng thông qua WIN+ (hợp tác giữa WinCommerce và các chủ tiệm tạp hóa trong phân phối hàng tiêu dùng) và WIN Membership (chương trình khách hàng thân thiết của WinCommerce). Tập đoàn cũng sẽ tích hợp QR code trên bao bì sản phẩm để theo dõi hành vi mua hàng và trang bị máy tính bảng cho đội ngũ bán hàng nhằm thu thập dữ liệu theo thời gian thực cho nền tảng hoạch định cung - cầu bằng AI.

10.12. Trường hợp Tổ chức đăng ký niêm yết hoạt động trong lĩnh vực ngành nghề kinh doanh có điều kiện, nêu thông tin về việc đáp ứng các điều kiện kinh doanh theo quy định pháp luật liên quan

Công ty không hoạt động trong bất kỳ ngành nghề kinh doanh có điều kiện nào theo quy định tại Phụ lục IV ban hành kèm theo Luật Đầu tư 2020, Luật số 57/2024/QH15 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Đầu tư 2020 và theo quy định các văn bản hướng dẫn hiện hành, do đó không phát sinh nghĩa vụ công bố thông tin tại mục này.

11. Chính sách đối với người lao động

Chất lượng nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự phát triển lâu dài và bền vững, do vậy Công ty luôn đặt mục tiêu xây dựng đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn, tay nghề cao, tác phong phục vụ chuyên nghiệp lên hàng đầu trong chiến lược phát triển của mình.

11.1. Số lượng và cơ cấu lao động trong Công ty

Số lượng lao động bình quân của Tập đoàn trong hai năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết là 2023 và 2024 lần lượt là **5.061** và **5.290** người.

Tính đến thời điểm 30/09/2025, tổng số lượng lao động của Công ty là **1.208** người và của Tập đoàn là **5.345** người. Cơ cấu lao động của Công ty phân theo giới tính, trình độ chuyên môn và thời hạn hợp đồng lao động được thể hiện trong bảng sau.

Bảng 25: Cơ cấu lao động Tập đoàn (Hợp nhất)

Cơ cấu lao động	Năm 2023		Năm 2024		9 tháng năm 2025	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Phân loại theo giới tính						
Nam	3.245	64%	3.423	65%	3.350	63%
Nữ	1.816	36%	1.867	35%	1.995	37%
Phân loại theo trình độ						
Trên đại học	65	1%	68	1%	67	1%
Đại học	1.895	38%	1.995	38%	1.845	35%

Cơ cấu lao động	Năm 2023		Năm 2024		9 tháng năm 2025	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Cao đẳng, Trung cấp	1.136	22%	1.206	23%	1.180	22%
Sơ cấp và công nhân kỹ thuật	421	8%	425	8%	389	7%
Lao động phổ thông	1.544	31%	1.596	30%	1.864	35%
Phân loại theo thời hạn hợp đồng						
Lao động không thuộc diện ký hợp đồng lao động	-	0%	-	0%	-	0%
Hợp đồng không thời hạn	3.092	61%	3.148	60%	2.799	53%
Hợp đồng thời hạn từ 1-3 năm	1.879	37%	2.072	39%	2.513	48%
Hợp đồng thời vụ	90	2%	70	1%	33	1%
Tổng	**5.061**	**100,0%**	**5.290**	**100,0%**	**5.345**	**100,0%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 26: Cơ cấu lao động Công ty (Công ty mẹ)

Cơ cấu lao động	Năm 2023		Năm 2024		9 tháng năm 2025	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Phân loại theo giới tính						
Nam	947	63%	1.041	63%	715	59%
Nữ	567	37%	613	37%	493	41%
Phân loại theo trình độ						
Trên đại học	50	3%	52	3%	54	4%
Đại học	1.016	67%	1.121	68%	941	78%
Cao đẳng, Trung cấp	211	14%	242	15%	164	14%
Sơ cấp và công nhân kỹ thuật	57	4%	57	3%	17	1%
Lao động phổ thông	180	12%	182	11%	32	3%
Phân loại theo thời hạn hợp đồng						
Lao động không thuộc diện ký hợp đồng lao động	-	0%	-	0%	-	0%
Hợp đồng không thời hạn	767	51%	783	47%	652	54%
Hợp đồng thời hạn từ 1-3 năm	736	49%	865	52%	553	46%
Hợp đồng thời vụ	11	1%	6	0,4%	3	0%
Tổng	**1.514**	**100,0%**	**1.654**	**100,0%**	**1.208**	**100%**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

11.2. Chế độ làm việc

Thời giờ làm việc và nghỉ ngơi của người lao động trong CTCP Hàng tiêu dùng Masan theo quy định của Bộ luật lao động. Người lao động được hưởng chế độ nghỉ lễ và nghỉ phép theo quy định của pháp luật hiện hành và Thoả ước lao động tập thể. Người lao động được cấp phát trang thiết bị làm việc phù hợp và và các khoản phụ cấp theo quy định của pháp luật.

Công ty thường xuyên nâng cấp không gian văn phòng, kết hợp trang thiết bị hiện đại và cung cấp đồ bảo hộ lao động toàn diện. Công ty khẳng định trong việc cam kết xây dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp và thân thiện nhằm thúc đẩy năng suất và sự sáng tạo của tất cả nhân viên.

11.3. Chính sách đào tạo

Chính sách đào tạo cao, việc tuyên dương và thưởng nhân viên công bằng, hợp lý với mức năng lực và mức đóng góp của họ cho sự phát triển của Công ty. Công ty kết hợp chặt chẽ việc đào tạo và phát triển nhân viên, luôn tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên tham gia các chương trình đào tạo nội bộ và bên ngoài. Sáng kiến này nhằm mục đích nâng cao kỹ năng chuyên môn, có được những năng lực mới cần thiết cho yêu cầu công việc hiện tại và tương lai, đồng thời đóng góp vào sự thành công lâu dài của Công ty. Các chương trình và nội dung khóa học được thiết kế phù hợp với trình độ và nhu cầu học tập của từng nhân viên, đảm bảo không chỉ phù hợp với mong đợi của công ty mà còn đào tạo các thế hệ lãnh đạo kế tiếp.

Chiến lược đào tạo nhân tài của Công ty minh bạch và được xác định rõ ràng, gồm một số yếu tố chính. Đó là việc cung cấp cho nhân viên cơ hội để có được kinh nghiệm quý giá và kỹ năng lãnh đạo, đánh giá dựa trên năng lực thực tế, cung cấp đào tạo thường xuyên cả về kỹ năng, kỹ thuật và kỹ năng mềm, đồng thời đảm bảo chất lượng cuộc sống cao cho tất cả nhân viên. Ngoài ra, Công ty đã xây dựng các kế hoạch đào tạo dài hạn nhằm chuẩn bị cho những nhân viên có triển vọng trở thành những nhà lãnh đạo tương lai.

Công ty thường xuyên đào tạo nhân viên của mình về các hành vi làm việc phù hợp để giữ an toàn cho bản thân và những người khác, đồng thời áp dụng kiến thức này vào cuộc sống hàng ngày. Bên cạnh đó, Công ty tổ chức các buổi huấn luyện khác nhau về an toàn lao động, phòng chống cháy nổ, sơ cứu và phòng ngừa tai nạn lao động cho nhân viên, v.v.

11.4. Chính sách lương, thưởng, trợ cấp / phúc lợi

Lương: Công ty thực hiện việc chi trả lương cho nhân viên dựa vào cấp công việc của nhân viên, năng lực, chức vụ, thang lương và điều kiện kinh doanh tổng thể của Công ty. Mức lương của nhân viên không thấp hơn mức lương tối thiểu vùng do Nhà nước quy định. Tiền lương tháng thực tế được tính căn cứ theo mức lương đã thỏa thuận trên Hợp đồng lao động, các khoản hỗ trợ, bổ sung khác (nếu có), các khoản phải đóng bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp, thuế thu nhập cá nhân theo Luật định và số ngày làm việc, số ngày nghỉ thể hiện trên bảng chấm công hàng tháng của CBCNV. Người lao động làm thêm giờ được trả lương tính trên cơ sở tiền lương công việc đang làm theo quy định của pháp luật. Người lao động làm việc ban đêm thì được trả thêm ít nhất bằng 30% tiền lương của ngày làm việc bình thường. Người lao động làm thêm giờ vào ban đêm thì ngoài

việc trả lương làm thêm giờ theo quy định, còn được trả thêm 20% tiền lương theo công việc làm vào ban ngày. Công ty thực hiện chế độ xem xét điều chỉnh lương cho CBCNV hàng năm và luôn có sự quan tâm thường xuyên đến thu nhập, đời sống CBCNV.

Thưởng: Nhằm khuyến khích động viên CBCNV trong Công ty gia tăng hiệu quả đóng góp, Công ty có chính sách thưởng thiết thực, phúc lợi đảm bảo đầy đủ. Chính sách khen thưởng hàng Quý, thưởng đột xuất cho cá nhân và tập thể có thành tích xuất sắc. Thực hiện khen thưởng xứng đáng, kịp thời để khuyến khích, động viên nhằm phát huy tinh thần sáng kiến cải tiến, nâng cao hiệu quả trong công việc của CBCNV, tiết giảm chi phí, tăng tính cạnh tranh cho Công ty.

Các khoản hỗ trợ và Phụ cấp: Căn cứ vào đặc điểm sản xuất kinh doanh và đặc thù công việc, tùy từng trường hợp cụ thể, Công ty sẽ xem xét các khoản hỗ trợ và/ hoặc phụ cấp cho từng cá nhân nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho CBCNV trong quá trình làm việc, bao gồm: Phụ cấp kiêm nhiệm, Phụ cấp trách nhiệm đề bạt, Phụ cấp trách nhiệm, Phụ cấp độc hại, Phụ cấp đặc biệt, Hỗ trợ tiền ăn giữa ca, Hỗ trợ đi lại, Hỗ trợ nhà ở, Hỗ trợ điện thoại, v.v. tuỳ thuộc vào điều kiện làm việc và vị trí làm việc của nhân viên.

Bảo hiểm và phúc lợi: Công ty tham gia đầy đủ chế độ Bảo hiểm xã hội và Bảo hiểm y tế cho tất cả CBCNV. Ngoài ra, Công ty còn mua Bảo hiểm tai nạn cho toàn thể CBCNV của Công ty và Bảo hiểm sức khoẻ cho cấp chuyên viên trở lên nhằm chăm sóc sức khỏe của nhân viên thông qua hệ thống bệnh viện trong nước và quốc tế hàng đầu tại Việt Nam. Mỗi năm, Công ty kết hợp với Công đoàn tổ chức cho CBCNV tham quan nghỉ mát ít nhất một lần.

11.5. Quy chế phát hành cổ phiếu cho người lao động

ĐHĐCĐ và HĐQT quyết định và ban hành quy chế phát hành cổ phiếu cho người lao động cho từng đợt phát hành đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật.

12. Chính sách cổ tức

ĐHĐCĐ quyết định mức chi trả cổ tức và hình thức chi trả cổ tức từ lợi nhuận được giữ lại của Công ty theo quy định của Điều lệ Công ty và Luật doanh nghiệp. Cổ tức có thể được trả bằng tiền, bằng cổ phiếu của Công ty hoặc bằng các tài sản khác theo quyết định của ĐHĐCĐ. Công ty chỉ được trả cổ tức cho Cổ đông khi Công ty đã hoàn thành nghĩa vụ thuế và các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của Pháp luật; trích lập các quỹ theo quy định của Pháp luật và Điều lệ Công ty và ngay sau khi trả hết số cổ tức, Công ty vẫn bảo đảm thanh toán đủ các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác đến hạn.

HĐQT có thể quyết định tạm ứng cổ tức theo quy định của Luật doanh nghiệp. Trường hợp cổ tức được chi trả bằng tiền mặt, Công ty sẽ chi trả bằng tiền đồng Việt Nam.

Việc chi trả có thể thực hiện trực tiếp hoặc thông qua việc chuyển khoản vào tài khoản ngân hàng do Cổ đông cung cấp. Trường hợp Công ty đã chuyển khoản theo đúng các thông tin chi tiết về tài khoản ngân hàng do Cổ đông cung cấp mà Cổ đông đó không nhận được tiền, Công ty không phải chịu trách nhiệm về khoản tiền Công ty chuyển cho Cổ đông. Việc thanh toán cổ tức đối với các cổ phiếu đã

đăng ký giao dịch tại Sở Giao dịch Chứng khoán được tiến hành theo các quy định của Pháp luật. Các vấn đề khác liên quan đến phân phối lợi nhuận được thực hiện theo quy định của Pháp luật.

Bảng 27: Tình hình chi trả cổ tức qua các năm gần nhất

	Tổng cổ tức chi trả (đồng)	Tỷ lệ cổ tức / mệnh giá cổ phiếu	Hình thức chi trả (*)	Thời điểm chi trả	Nghị quyết HĐQT	Nghị quyết ĐHĐCĐ
2023	Đợt 1: 3.224.459.209.500	45% (tương đương 4.500 đồng/cổ phiếu)	Tiền mặt	14/08/2023	NQ HĐQT số 06/2023/NQ-HĐQT-MSC ngày 07/07/2023	NQ ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 số 01/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2024
	Đợt 2: 3.946.289.358.000	55% (tương đương 5.500 đồng/cổ phiếu)	Tiền mặt	12/07/2024	NQ HĐQT số 11/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 21/06/2024	
	Đợt 3: 12.173.914.888.800	168% (tương đương 16.800 đồng/cổ phiếu)	Tiền mặt	04/10/2024	NQ HĐQT số 22/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 16/09/2024	NQ ĐHĐCĐ số 02/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 13/09/2024
2024	6.884.059.014.500	95% (tương đương 9.500 đồng/cổ phiếu) (**)	Tiền mặt	30/12/2024	NQ HĐQT số 30/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 10/12/2024	NQ ĐHĐCĐ số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024
2025	Đợt 1: 2.628.623.585.000	25% (tương đương 2.500 đồng/cổ phiếu) (***)	Tiền mặt	16/07/2025	NQ HĐQT số 13/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 26/06/2025	NQ ĐHĐCĐ số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2025

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Trong năm 2023, 2024 và tính đến thời điểm hiện tại, Công ty không thực hiện chi trả cổ tức bằng cổ phiếu

(**) Đại hội đồng cổ đông Công ty đã thông qua việc chi trả mức tạm ứng cổ tức năm 2024 tối đa là 100% tại Nghị quyết số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024 và Hội đồng quản trị đã thông qua triển khai việc chi trả mức tạm ứng cổ tức là 95% với hình thức chi trả bằng tiền mặt tại Nghị quyết số 30/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 10/12/2024.

(***) Đại hội đồng cổ đông Công ty đã thông qua việc tạm ứng cổ tức năm 2025 từ nguồn lợi nhuận giữ lại của Công ty, với mức tạm ứng tối đa là 60% tại Nghị quyết số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2025. Hội đồng quản trị đã thông qua triển khai việc chi trả mức tạm ứng cổ tức đợt 1 là 25% với hình thức chi trả bằng tiền mặt tại Nghị quyết HĐQT số 13/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 26/06/2025.

13. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ chức đăng ký niêm yết

- **Cam kết thuê hoạt động:** Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê hoạt động không được hủy ngang (liên quan đến thuê văn phòng, kho bãi, v.v.) như sau:

Bảng 28: Cam kết thuê hoạt động

Đơn vị: đồng

Thời hạn hợp đồng thuê hoạt động	31/12/2024	30/06/2025 (*)
Trong vòng 1 năm	1.351.681.366.000	97.112.766.105
Trong vòng 2 đến 5 năm	376.033.745.550	47.719.317.497
Trên 5 năm	262.557.394.520	264.118.776.761
Tổng cộng	**1.990.272.506.070**	**408.950.860.363**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2024 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng năm 2025

(*) Đối với số liệu Báo cáo tài chính hợp nhất quý cho kỳ kết thúc ngày 30/09/2025, Công ty không trình bày Cam kết thuê hoạt động.

- **Cam kết chi tiêu vốn:** Tập đoàn có các cam kết chi tiêu vốn (liên quan đến mua sắm tài sản dài hạn như các dây chuyền, máy móc, thiết bị, v.v) sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hợp nhất.

Bảng 29: Cam kết chi tiêu vốn

Đơn vị: đồng

Cam kết chi tiêu vốn	31/12/2024	30/06/2025 (*)
Đã được duyệt và đã ký kết hợp đồng	401.633.095.455	508.480.427.035
Đã được duyệt nhưng chưa ký kết hợp đồng	691.916.992.990	834.787.673.999
Tổng cộng	**1.093.550.088.445**	**1.343.268.101.034**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2024 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng năm 2025

(*) Đối với số liệu Báo cáo tài chính hợp nhất quý cho kỳ kết thúc ngày 30/09/2025, Công ty không trình bày Cam kết chi tiêu vốn.

- **Cam kết về quản trị công ty đại chúng:** Công ty xin cam kết sẽ rà soát và tuân thủ đầy đủ các quy định về quản trị công ty đại chúng sau khi niêm yết theo Chương VIII Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Chứng khoán và Nghị định 245/2025/NĐ-CP ngày 11/09/2025 sửa đổi, bổ sung Nghị định 155/2020/NĐ-CP.
- **Thông tin về phương án sử dụng cổ phiếu quỹ và phương án phát hành cổ phiếu:** Tại ngày 28 tháng 11 năm 2025, Đại hội đồng Cổ đông Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đã thông qua Nghị quyết số 04/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC bằng hình thức lấy ý kiến bằng văn bản, phê duyệt (1) phương án sử dụng 10.884.065 cổ phiếu quỹ để phân phối cho cổ đông hiện hữu và (2) phương án phát hành 226.874.640 cổ phiếu để tăng vốn cổ phần từ nguồn vốn chủ sở hữu. Thời gian thực hiện sau khi được Ủy ban Chứng khoán Nhà nước chấp thuận.

14. Các thông tin, nghĩa vụ nợ tiềm ẩn, tranh chấp kiện tụng liên quan tới Tổ chức đăng ký niêm yết có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính của Tổ chức đăng ký niêm yết và việc niêm yết cổ phiếu

Tính đến thời điểm của Bản cáo bạch này, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con cam kết không có các nghĩa vụ nợ tiềm ẩn trọng yếu, tranh chấp kiện tụng có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính của Công ty và việc niêm yết cổ phiếu.

15. Thông tin về cam kết của Tổ chức đăng ký niêm yết, người đại diện theo pháp luật của tổ chức đăng ký niêm yết không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xoá án tích

Công ty cam kết Công ty và người đại diện theo pháp luật của Công ty không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xóa án tích.

16. Thông tin về việc tổ chức đăng ký niêm yết, người đại diện theo pháp luật của tổ chức đăng ký niêm yết không bị xử lý vi phạm trong thời hạn 02 năm tính đến thời điểm đăng ký niêm yết do thực hiện hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động về chứng khoán và thị trường chứng khoán quy định tại Điều 12 Luật Chứng khoán năm 2019 và Khoản 5 Điều 1 Luật số 56/2024/QH15

Công ty cam kết Công ty và người đại diện theo pháp luật của Công ty không bị xử lý vi phạm trong thời hạn 02 năm tính đến thời điểm đăng ký niêm yết do thực hiện hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động về chứng khoán và thị trường chứng khoán quy định tại Điều 12 Luật Chứng khoán năm 2019 và Khoản 5 Điều 1 Luật số 56/2024/QH15.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

V. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘN KINH DOANH, TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH VÀ DỰ KIẾN KẾ HOẠCH

1. Kết quả hoạt động kinh doanh

1.1. Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh của Công ty

Hai bảng tiếp theo sẽ tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh của Tổ chức đăng ký niêm yết trong giai đoạn 2023-2024 và lũy kế 9 tháng 2025.

Bảng 30: Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	Lũy kế 9 tháng 2025
Tổng giá trị tài sản	40.552.689	27.899.960	(31,2%)	31.885.003
Ngành thực phẩm	5.763.915	6.035.414	4,7%	(****)
Ngành đồ uống	2.301.160	2.180.077	(5,3%)	(****)
Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	1.076.142	1.100.645	2,3%	(****)
Không phân bổ	31.411.472	18.583.825	(40,8%)	(****)
Doanh thu thuần	28.240.993	30.897.226	9,4%	21.281.047
Ngành thực phẩm	19.447.478	21.192.375	9,0%	14.370.871
Ngành đồ uống	6.492.071	7.334.127	13,0%	5.059.208
Ngành sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	2.069.957	2.124.597	2,6%	1.642.383
Khác	231.486	246.127	6,3%	208.585
Doanh thu hoạt động tài chính	1.853.512	1.800.659	(2,9%)	794.347
Chi phí tài chính	538.028	377.909	(29,8%)	422.902
Chi phí bán hàng	5.328.084	5.903.986	10,8%	4.082.522
Chi phí quản lý doanh nghiệp	925.674	975.923	5,4%	711.861
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	8.094.756	9.012.591	11,3%	5.336.414
Lợi nhuận/(lỗ) khác	4.091	(8.278)	(302,3%)	(4.581)
Lợi nhuận trước thuế TNDN	8.098.847	9.004.313	11,2%	5.331.834
Lợi nhuận sau thuế TNDN	7.194.170	7.920.538	10,1%	4.659.722
Lợi nhuận sau thuế TNDN (phân bổ	7.085.164	7.803.276	10,1%	4.587.786

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	Lũy kế 9 tháng 2025
cho chủ sở hữu của Công ty)				
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức (Tổng số tiền trả cổ tức / Lợi nhuận sau thuế TNDN phân bổ cho chủ sở hữu của Công ty)	273,0% (*)	88,2% (**)	-	90,3% (***)
Tỷ lệ cổ tức/mệnh giá cổ phiếu (%)	268,0% (*)	95,0% (**)	-	25,0% (***)

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC hợp nhất quý 3 năm 2025

(*) Tính toán dựa trên tổng số tiền chi trả. Việc chi trả cổ tức bằng tiền của năm 2023 được chia làm 3 lần: lần 1 trả 45%/cổ phiếu (ngày thanh toán 14/08/2023), lần 2 trả 55%/cổ phiếu (ngày thanh toán 12/07/2024) và lần 3 trả 168%/cổ phiếu (ngày thanh toán 04/10/2024). Đại hội đồng Cổ đông của Công ty vào các ngày 25/04/2024 và ngày 13/09/2024 đã phê duyệt tổng số tiền chi trả cổ tức trong năm 2023 là 3.224 tỷ đồng và trong năm 2024 là 16.120 tỷ đồng.

(**) Đại hội đồng cổ đông Công ty đã thông qua việc chi trả mức tạm ứng cổ tức năm 2024 tối đa là 100% tại Nghị quyết số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024 và Hội đồng quản trị đã thông qua triển khai việc chi trả mức tạm ứng cổ tức là 95% với hình thức chi trả bằng tiền mặt tại Nghị quyết số 30/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 10/12/2024. Ngày 30/12/2024, Công ty đã thanh toán 6.884 tỷ đồng.

(***) Tính toán dựa trên số tiền chi trả và lợi nhuận sau thuế TNDN phân bổ cho chủ sở hữu của Công ty lũy kế 6 tháng 2025. Căn cứ trên Nghị quyết ĐHĐCĐ số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC thông qua việc tạm ứng cổ tức 2025 từ nguồn lợi nhuận giữ lại của Công ty với mức tạm ứng tối đa là 60%, Nghị quyết HĐQT 13/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 26/06/2025 phê duyệt mức tạm ứng cổ tức năm 2025 đợt 1 là 25%. Ngày 16/07/2025, Công ty đã thanh toán 2.629 tỷ đồng.

(****) Đối với số liệu Báo cáo tài chính hợp nhất quý cho kỳ kết thúc ngày 30/09/2025, Công ty không trình bày tổng giá trị tài sản theo từng ngành hàng.

Tại thời điểm 31/12/2023, tổng tài sản hợp nhất của Tập đoàn đạt 40.553 tỷ đồng, tăng 21,0% tương đương 7.036 tỷ đồng so với thời điểm cuối năm 2022 chủ yếu đến từ tích lũy nguồn tiền có được từ kết quả kinh doanh và các khoản phải thu từ hoạt động đầu tư để tối ưu hóa dòng tiền gia tăng lợi nhuận tài chính. Tính đến 31/12/2024, tổng tài sản hợp nhất giảm 31,2% so với đầu năm 2024 và đạt 27.899 tỷ đồng, chủ yếu do Tập đoàn thực hiện trả cổ tức năm 2023 và năm 2024 trong năm 2024.

Doanh thu thuần hợp nhất năm 2023 của Tập đoàn đạt 28.241 tỷ đồng, tăng trưởng 4,7% so với năm 2022. Tập đoàn đã đạt tăng trưởng vượt trội trong khi toàn thị trường FMCG chỉ đạt tăng trưởng âm

2% năm 2023 (Nguồn: Nielsen). Trong năm qua, Tập đoàn đã phát triển kênh sàn thương mại điện tử trong chiến lược Go Global. Chủ lực là nhãn hàng CHIN-SU và Omachi đã tạo tiếng vang tại các thị trường lớn như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc. Năm 2023, Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (trên cơ sở hợp nhất) của Tập đoàn tăng 30% so với năm trước do các chỉ tiêu sau:

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN[23] của Tập đoàn tăng 18%, do các yếu tố sau: (i) Tăng trưởng doanh số của ngành hàng gia vị, sản phẩm chăm sóc gia đình và đồ uống, cộng với việc kiểm soát hiệu quả chi phí nguyên vật liệu đầu vào và chi phí sản xuất giúp gia tăng lợi nhuận gộp của Tập đoàn; (ii) mức tăng của lợi nhuận gộp bù trừ với mức tăng thấp hơn của chi phí hoạt động chủ yếu chi phí quảng cáo, khuyến mãi. Chi phí quảng cáo, khuyến mại tăng với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Tập đoàn;
- Thu nhập thuần từ hoạt động tài chính[24] tăng 139%, nhờ việc tối ưu hóa dòng tiền đầu tư của Tập đoàn và lãi suất chi phí đi vay được giảm.

Trong năm 2024, Tập đoàn ghi nhận tổng doanh thu thuần hợp nhất đạt 30.897 tỷ đồng, tăng 9,4% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu nhờ tăng trưởng mạnh từ mảng xuất khẩu (tăng 22,4% so với cùng kỳ) và ngành Đồ uống đóng chai, thức uống dinh dưỡng tại thị trường nội địa (tăng 13,0% so với cùng kỳ). Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (trên cơ sở hợp nhất) của Tập đoàn tăng 10% so với cùng kỳ năm trước, đạt 7.921 tỷ đồng, chủ yếu do các chỉ tiêu sau:

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN của Tập đoàn tăng 12%, do các yếu tố sau: (i) Doanh thu thuần tăng trưởng 9%, trong đó chủ yếu là tăng trưởng của ngành hàng đồ uống, thực phẩm tiện lợi và gia vị cộng hưởng với việc kiểm soát hiệu quả chi phí sản xuất giúp gia tăng lợi nhuận gộp của Tập đoàn; và (ii) mức tăng của lợi nhuận gộp bù trừ với mức tăng thấp hơn của chi phí hoạt động. Chi phí hoạt động chủ yếu chi phí quảng cáo, khuyến mãi tăng với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Tập đoàn;
- Thu nhập thuần hoạt động tài chính tăng 8%, nhờ việc tối ưu hóa các dòng tiền đầu tư của Tập đoàn và lãi suất chi phí đi vay được giảm.

Với kết quả này, Tập đoàn đã hoàn thành 98,1% kế hoạch doanh thu hợp nhất và 108,5% lợi nhuận sau thuế hợp nhất (kịch bản cơ sở) đề ra tại kỳ họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2024[25].

Tại thời điểm 30/09/2025, tổng tài sản hợp nhất của Tập đoàn đạt 31.855 tỷ đồng, tăng 14,3% so với thời điểm cuối năm 2024 chủ yếu đến từ tích lũy nguồn tiền có được từ kết quả kinh doanh. Doanh

[23] Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN được tính bằng Lợi nhuận gộp trừ Tổng chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp
[24] Thu nhập thuần hoạt động tài chính được tính bằng Doanh thu hoạt động tài chính trừ Chi phí tài chính
[25] Kế hoạch doanh thu và lợi nhuận sau thuế hợp nhất năm 2024 của Tập đoàn lần lượt là 31.500 – 34.500 tỷ đồng, và 7.300 – 7.500 tỷ đồng, đã được thông qua theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2024

thu và lợi nhuận sau thuế lũy kế 9 tháng 2025 lần lượt đạt 21.281 tỷ đồng (giảm 3% so với cùng kỳ năm trước) và 4.660 tỷ đồng (giảm 16% so với cùng kỳ năm trước). Trong đó, doanh thu và lợi nhuận sau thuế Quý 3/2025 lần lượt đạt 7.517 tỷ đồng (giảm 6% so với cùng kỳ năm trước) và 1.698 tỷ đồng (giảm 19% so với cùng kỳ năm trước). Biến động kết quả kinh doanh chủ yếu do:

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN lũy kế 9 tháng 2025 và Quý 3/2025 của Tập đoàn lần lượt giảm 4% và 9% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu do: (i) Doanh thu thuần lũy kế 9 tháng 2025 và Quý 3/2025 lần lượt giảm 3% và 6%, chủ yếu là giảm của ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống do các nhà bán lẻ truyền thống lớn và nhỏ chủ động giảm hàng tồn kho tạm thời để thích ứng với hệ thống thuế hộ kinh doanh mới của Chính phủ, dẫn đến việc các điểm bán lẻ điều chỉnh tồn kho trong Quý 2/2025 và Quý 3/2025; và (ii) mức giảm của lợi nhuận gộp bù trừ với mức giảm thấp hơn của chi phí hoạt động. Chi phí hoạt động chủ yếu chi phí quảng cáo, khuyến mãi tăng với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Tập đoàn;
- Thu nhập thuần từ hoạt động tài chính lũy kế 9 tháng 2025 và Quý 3/2025 ghi nhận mức giảm lần lượt là 67% và 66% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu do thu nhập lãi giảm vì nguồn tiền cho hoạt động đầu tư tài chính bị giảm sau khi Tập đoàn đã thực hiện chi trả cổ tức hơn 23 nghìn tỷ đồng trong năm 2024.

Bước sang Quý 4/2025, Công ty có cơ sở để kỳ vọng kết quả kinh doanh cải thiện nhờ (i) quá trình triển khai mô hình phân phối trực tiếp đã đi vào ổn định với tốc độ phục hồi doanh số bán ra; (ii) tăng trưởng tiếp tục duy trì ở các kênh thương mại hiện đại, xuất khẩu và thương mại điện tử, (iii) nâng cấp sản phẩm tại các ngành hàng trọng điểm bao gồm Gia vị, Thực phẩm tiện lợi, Đồ uống, HPC và Cà phê; và (iv) đà tăng trưởng tích cực từ thị trường quốc tế.

Trên cơ sở kế hoạch sản xuất – kinh doanh năm 2025 đã được ĐHĐCĐ thông qua tại Nghị quyết ĐHĐCĐ số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC của Công ty ngày 25/04/2025, cùng với bối cảnh mô hình phân phối trực tiếp chỉ mới được hoàn tất mở rộng trên phạm vi toàn quốc từ đầu Quý 4/2025 và thị trường trong năm tiếp tục chịu tác động ngắn hạn từ việc điều chỉnh chính sách thuế của Chính phủ đối với hộ kinh doanh cá thể, Tập đoàn dự kiến đến cuối năm 2025 sẽ hoàn thành hơn 90% kế hoạch doanh thu thuần hợp nhất và kế hoạch lợi nhuận sau thuế hợp nhất năm 2025 đã thông qua.

Bảng 31: Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	Lũy kế 9 tháng 2025
Tổng giá trị tài sản	37.077.462	23.464.922	(36,7%)	26.543.561
Doanh thu thuần	27.405.675	30.140.251	10,0%	20.708.681
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	6.561.906	7.112.328	8,4%	3.556.744
Lợi nhuận/(lỗ) khác	1.936	(3.210)	(265,8%)	(1.556)

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	Lũy kế 9 tháng 2025
Lợi nhuận trước thuế TNDN	6.563.843	7.109.118	8,3%	3.555.188
Lợi nhuận sau thuế TNDN	6.261.139	6.659.859	6,4%	3.338.036
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	309,0% (*)	103,4% (**)	-	88,3% (***)
Tỷ lệ cổ tức/mệnh giá cổ phiếu (%) (*)	268,0% (*)	95,0% (**)	-	25,0% (***)

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng quý 3 năm 2025

(*) Tính toán dựa trên tổng số tiền chi trả. Việc chi trả cổ tức bằng tiền của năm 2023 được chia làm 3 lần: lần 1 trả 45%/cổ phiếu (ngày thanh toán 14/08/2023), lần 2 trả 55%/cổ phiếu (ngày thanh toán 12/07/2024) và lần 3 trả 168%/cổ phiếu (ngày thanh toán 04/10/2024). Đại hội đồng Cổ đông của Công ty vào các ngày 25/04/2024 và ngày 13/09/2024 đã phê duyệt tổng số tiền chi trả cổ tức trong năm 2023 là 3.224 tỷ đồng và trong năm 2024 là 16.120 tỷ đồng

(**) Đại hội đồng cổ đông Công ty đã thông qua việc chi trả mức tạm ứng cổ tức năm 2024 tối đa là 100% tại Nghị quyết số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024 và Hội đồng quản trị đã thông qua triển khai việc chi trả mức tạm ứng cổ tức là 95% với hình thức chi trả bằng tiền mặt tại Nghị quyết số 30/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 10/12/2024.

(***) Tính toán dựa trên số tiền chi trả và lợi nhuận sau thuế TNDN phân bổ cho chủ sở hữu của Công ty lũy kế 6 tháng 2025. Căn cứ trên Nghị quyết ĐHĐCĐ số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC thông qua việc tạm ứng cổ tức 2025 từ nguồn lợi nhuận giữ lại của Công ty với mức tạm ứng tối đa là 60%, Nghị quyết HĐQT 13/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 26/06/2025 phê duyệt mức tạm ứng cổ tức năm 2025 đợt 1 là 25%. Ngày 16/07/2025, Công ty đã thanh toán 2.629 tỷ đồng.

Bảng 32: Lợi nhuận được phân phối từ các công ty con

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu trên BCTC Công ty mẹ	Năm 2023	Năm 2024	Lũy kế 6 tháng 2025
Công ty TNHH Masan HPC	47.965	58.518	-
Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan	4.943.570	3.973.540	2.500.000 [26]
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage	60.284	839.964	-
Công ty TNHH Masan Innovation	-	-	-
Masan Consumer (Thailand) Limited	-	-	-
Tổng cộng	**5.051.819**	**4.872.022**	**2.500.000**

Nguồn: BCTC riêng lẻ năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC soát xét 6 tháng năm 2025

[26] Đây là khoản tạm ứng lợi nhuận năm 2025

Liên quan đến tình hình thực thu các khoản lợi nhuận được phân phối từ các công ty con qua các năm cụ thể như sau:

Bảng 33: Tình hình thực thu các khoản lợi nhuận được phân phối từ các công ty con nêu ở Bảng 32 tính đến ngày 30/06/2025

Đơn vị: triệu đồng

Thực thu lợi nhuận được phân phối từ các công ty con	Năm 2023	Năm 2024	Lũy kế 6 tháng 2025
Công ty TNHH Masan HPC	47.965	58.518	-
Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan	4.943.570	3.973.540	0[27]
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage	60.284	839.964	-
Công ty TNHH Masan Innovation	-	-	-
Masan Consumer (Thailand) Limited	-	-	-
Tổng cộng	**5.051.819**	**4.872.022**	**0**

Nguồn: BCTC riêng lẻ năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC soát xét 6 tháng năm 2025

Trong năm 2023, doanh thu thuần từ Công ty tăng nhẹ 4,9% so với năm 2022, ngoài ra lợi nhuận sau thuế tăng 16% so với năm trước do các chỉ tiêu sau:

- Thu nhập thuần từ hoạt động tài chính tăng 26%, nhờ việc tối ưu hóa dòng tiền đầu tư và phân phối lợi nhuận nhận được cao hơn cùng kỳ năm trước;
- Mức tăng trên cần trừ với mức giảm Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN của Công ty (giảm 42%), do các yếu tố: (i) tăng trưởng của ngành hàng gia vị và đồ uống giúp gia tăng lợi nhuận gộp của Công ty; (ii) mặc dù mức lợi nhuận gộp tăng, mức tăng này bị bù trừ với mức tăng cao hơn của chi phí hoạt động, chủ yếu là chi phí quảng cáo, khuyến mãi, với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Công ty.

Trong năm 2024, doanh thu thuần tăng 10,0% so với cùng kỳ năm trước trong đó chủ yếu đến từ ngành hàng đồ uống, thực phẩm, giúp gia tăng lợi nhuận gộp của Công ty. Ngoài ra, lợi nhuận sau thuế tăng 6% so với năm trước do các chỉ tiêu sau:

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN của Công ty tăng 129%, do các yếu tố sau: (i) Doanh thu thuần tăng trưởng 10%, trong đó chủ yếu là tăng trưởng của ngành hàng đồ uống, thực phẩm tiện lợi và gia vị giúp gia tăng lợi nhuận gộp của Công ty; và (ii) mức tăng của lợi nhuận gộp bù trừ với mức tăng thấp hơn của chi phí hoạt động. Chi phí hoạt động chủ yếu chi phí quảng cáo, khuyến mãi tăng với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Công ty;

[27] Trong tháng 7/2025, Công ty đã nhận đủ 2.500.000 triệu đồng tạm ứng lợi nhuận từ Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan

- Thu nhập thuần từ hoạt động tài chính giảm 1%, chủ yếu lợi nhuận từ hoạt động tài chính thấp hơn so với cùng kỳ năm trước.

Lũy kế 9 tháng năm 2025, doanh thu thuần đạt 20.709 tỷ đồng giảm 3,2% so với cùng kỳ năm trước do giảm doanh thu các ngành hàng theo nhu cầu thị trường. Lợi nhuận sau thuế TNDN của Công ty (trên cơ sở riêng lẻ) Quý 3 năm 2025 giảm 24% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu do:

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh trước thuế TNDN của Công ty tăng 34%, do các yếu tố sau: (i) Doanh thu thuần giảm 3% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu là giảm của ngành hàng gia vị, thực phẩm tiện lợi và đồ uống làm lợi nhuận gộp giảm; và (ii) mức giảm của lợi nhuận gộp bù trừ với mức giảm cao hơn của chi phí hoạt động. Chi phí hoạt động chủ yếu chi phí quảng cáo, khuyến mãi tăng với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Công ty;
- Thu nhập thuần từ hoạt động tài chính giảm 33% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu do thu nhập lãi từ hoạt động đầu tư giảm.

Ý kiến của Tổ chức kiểm toán độc lập: Tổ chức kiểm toán đưa ra ý kiến chấp nhận toàn phần đối với Báo cáo tài chính Tập đoàn cho năm tài chính 2023 và 2024.

1.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh trong hai năm gần nhất

Những nhân tố thuận lợi

Trong hai năm 2023, 2024 và tính đến thời điểm hiện tại, Tập đoàn đã hưởng lợi từ một số xu hướng thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Các xu hướng này sẽ tiếp tục dẫn dắt tăng trưởng trong các năm tiếp theo của Tập đoàn:

- **Trải nghiệm sản phẩm & dịch vụ cao cấp tại nhà:** Người tiêu dùng Việt Nam ngày càng cho thấy sự ưu tiên về chất lượng. Theo báo cáo của Nielsen IQ, 78% người tiêu dùng trong nhóm được khảo sát cho biết họ sẵn sàng chi trả thêm cho sản phẩm chất lượng cao. Đặc biệt, 64% người tiêu dùng mong muốn có được trải nghiệm tương tự như tại các nhà hàng hay khách sạn. Trong số đó, 60% người tiêu dùng cho rằng "yếu tố trải nghiệm được chứng thực" đóng vai trò then chốt trong quyết định mua các sản phẩm sức khỏe và làm đẹp. Đây là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp đầu tư vào phân khúc sản phẩm cao cấp. Tuy nhiên thách thức lớn nằm ở việc truyền tải rõ nét giá trị gia tăng, xây dựng uy tín và mang đến trải nghiệm thực sự cho khách hàng.
- **Đa dạng hóa sản phẩm theo nhóm tuổi:** Cơ cấu dân số Việt Nam đang thay đổi nhanh chóng với sự gia tăng tỷ lệ người cao tuổi và giảm tỷ lệ dân số trẻ. Đặc biệt, theo nghiên cứu được công bố từ Visa (Công ty công nghệ thanh toán điện tử) và Kantar (Công ty tư vấn, cung cấp dữ liệu), 84% khách hàng trung niên ở Việt Nam trong nhóm được khảo sát sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho sở thích cá nhân. Nhóm khách hàng này ngày càng quan tâm đến các yếu tố sức khỏe và chế độ dinh dưỡng như kiểm soát lượng calories, đường, chất béo và muối. Do đó, các doanh nghiệp có cơ hội lớn khi phát triển các sản phẩm hướng đến nhu cầu này nhằm khai thác tiềm năng từ phân khúc người tiêu dùng cao tuổi.

- **Tăng trưởng nhu cầu sản phẩm tiện lợi:** Với nhịp sống bận rộn, đặc biệt là trong nhóm khách hàng độc thân và gia đình nhỏ, 84% người tiêu dùng khẳng định tiện lợi là yếu tố quyết định khi lựa chọn sản phẩm. Các sản phẩm ăn liền bổ dưỡng, có thể dùng ngay với dạng bao bì nhỏ tiện cùng với xu hướng "on-the-go" (sử dụng tại chỗ), đang ngày càng chiếm ưu thế. Theo dự báo của B-Company JP, thị trường cửa hàng tiện lợi tại Việt Nam sẽ tăng trưởng mạnh mẽ, dự kiến đạt thêm 226,4 tỷ USD trong giai đoạn 2023- 2028, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) đạt hơn 13%. Đây sẽ là kênh phân phối chủ đạo và dễ tiếp cận với phân khúc khách hàng trên.
- **Khám phá nguyên liệu địa phương:** Theo báo cáo "The Future of Food 2025" (Triển vọng ngành thực phẩm năm 2025) từ The Luxury Group by Marriott International, người tiêu dùng cao cấp tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương ngày càng ưu tiên nguyên liệu và gia vị bản địa, đề cao giá trị văn hóa và đặc trưng lâu đài. Đến 78% người tiêu dùng cho biết họ lựa chọn các nhãn hiệu sử dụng nguyên liệu địa phương có giá trị văn hóa, lịch sử. Đây là cơ hội cho các doanh nghiệp khai thác sản phẩm mang tính bản địa, để không chỉ phục vụ khách hàng trong nước mà còn hướng tới việc mở rộng ra thị trường quốc tế.

Bên cạnh đó, chiến lược đa dạng hóa sản phẩm đã đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì và phát triển thị trường của Tập đoàn. Tập đoàn đã mở rộng danh mục sản phẩm với nhiều dòng sản phẩm mới, bao gồm cả thực phẩm, đồ uống và hàng tiêu dùng nhanh khác, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Đồng thời, Tập đoàn không ngừng đổi mới và cải tiến chất lượng sản phẩm, ra mắt các sản phẩm mới để phù hợp với nhu cầu thay đổi của thị trường. Điều này giúp Tập đoàn không chỉ giữ vững thị phần mà còn mở rộng thị trường tiêu thụ.

Hệ thống phân phối hiện diện khắp cả nước cũng là một lợi thế lớn của Tập đoàn. Tập đoàn sở hữu một mạng lưới phân phối rộng khắp từ thành thị đến nông thôn, giúp sản phẩm dễ dàng tiếp cận với người tiêu dùng. Ngoài ra, việc hợp tác với các đối tác bán lẻ lớn như WinMart giúp sản phẩm của Tập đoàn có mặt tại nhiều điểm bán lẻ trên toàn quốc, tăng cường khả năng tiếp cận và nhận diện thương hiệu.

Trong bối cảnh mua sắm giải trí (Shoppertainment) là xu hướng, Tập đoàn đã phối hợp cùng Lazada, TikTok Shop và các KOL/KOC thực hiện hàng loạt phiên bán hàng trực tuyến (livestream), nơi mà người dùng được tiếp cận nhanh nhất đến các sản phẩm mới, chất lượng, thú vị. Tập đoàn cũng đã tận dụng tốt ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh. Việc áp dụng các giải pháp số hóa trong quản lý và kinh doanh cũng giúp Tập đoàn cải thiện khả năng quản lý chuỗi cung ứng và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của khách hàng. Chuyển đổi số không chỉ giúp Tập đoàn nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh trong thị trường ngày càng số hóa.

Những nhân tố khó khăn

Bên cạnh những nhân tố thuận lợi, Tập đoàn cũng đối mặt với một số bất lợi trong hai năm 2023 và 2024, và đến thời điểm hiện tại, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Tập đoàn.

Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường là một thách thức lớn. Tập đoàn cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và sự đa dạng của sản

phẩm. Thị trường thực phẩm và đồ uống tại Việt Nam sẽ ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn khi có nhiều thương hiệu và công ty thuộc ngành hàng tiêu dùng quốc tế nổi tiếng thâm nhập vào thị trường. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc phá giá.

Các đối thủ cạnh tranh chính của CTCP Hàng tiêu dùng Masan trong mỗi danh mục tương ứng (theo Frost & Sullivan) như sau:

Ngành hàng thực phẩm:

- **Nước mắm** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 68,8% thị phần trong khi bốn công ty hàng đầu bao gồm CTCP Hàng tiêu dùng Masan, Công ty TNHH Công Nghệ Thực Phẩm Miko, Công ty TNHH Sản Xuất Kinh Doanh Nước Mắm Hưng Thịnh , CTCP Uniben cùng kiểm soát tổng cộng 78,3% thị phần vào năm 2024.
- **Nước tương** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 52,9% thị phần trong khi bốn công ty hàng đầu bao gồm CTCP Hàng tiêu dùng Masan, Nestle, CTCP Thực phẩm Cholimex và Công ty TNHH Thực phẩm Quốc tế Nam Dương cùng kiểm soát tổng cộng 90,0% thị phần vào năm 2024.
- **Tương ớt** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 67,0% thị phần trong khi ba công ty hàng đầu bao gồm CTCP Hàng tiêu dùng Masan, CTCP Vietnam Food và Công ty TNHH Thực phẩm Quốc tế Nam Dương cùng kiểm soát tổng cộng 89,6% thị phần vào năm 2024.
- **Mì ăn liền** – CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 23,7% thị phần trong khi bốn công ty hàng đầu bao gồm CTCP Acecook Việt Nam, CTCP Hàng tiêu dùng Masan, CTCP Uniben và Công ty TNHH Afotech cùng kiểm soát tổng cộng 81,5% thị phần vào năm 2024.

Ngành hàng đồ uống:

- **Cà phê hòa tan** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 16,9% thị phần trong khi năm công ty hàng đầu bao gồm Nestlé, Trung Nguyên, CTCP Hàng tiêu dùng Masan, Công ty TNHH Fes (Việt Nam) và Công ty TNHH Trần Quang Việt Nam cùng kiểm soát tổng cộng 96,5% thị phần vào năm 2024
- **Nước tăng lực** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 10,0% thị phần trong khi bốn công ty hàng đầu bao gồm Công ty TNHH TCPVN, Pepsi, Công ty TNHH Thương Mại - Dịch Vụ Tân Hiệp Phát và CTCP Hàng tiêu dùng Masan cùng kiểm soát tổng cộng 92,9% thị phần vào năm 2024.
- **Nước đóng chai** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 5,6% thị phần trong khi năm công ty hàng đầu bao gồm Pepsi, La Vie, Công ty TNHH Thương Mại - Dịch Vụ Tân Hiệp Phát, CTCP Hàng tiêu dùng Masan và Nhà máy Nước khoáng Thạch Bích (chi nhánh của Công ty Cổ phần Đường Quảng Ngãi) cùng kiểm soát tổng cộng 77,2% thị phần vào năm 2024.

Ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình:

- **Chất tẩy rửa** - CTCP Hàng tiêu dùng Masan kiểm soát 6,4% thị phần trong khi năm công ty hàng đầu bao gồm Unilever, CTCP Hương Liệu Việt Hương , CTCP Bột giặt Lix, Procter & Gamble (P&G) và CTCP Hàng tiêu dùng Masan cùng kiểm soát tổng cộng 84,9% thị phần vào năm 2024.

Tập đoàn có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như các chương trình khuyến mãi và tiếp thị. Những khoản chi này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động.

Ngoài ra, yếu tố quản lý và nhân lực cũng là một thách thức. Việc mở rộng quy mô sản xuất và kinh doanh đòi hỏi Tập đoàn phải có đội ngũ quản lý và nhân lực chất lượng cao. Tuy nhiên, việc thu hút và giữ chân nhân tài trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt là không dễ dàng. Đồng thời, quản lý hiệu quả một hệ thống phân phối và sản xuất rộng lớn cũng đặt ra nhiều thách thức về tổ chức và điều hành.

Những bất lợi này đã và đang tạo ra nhiều thách thức cho Tập đoàn trong quá trình phát triển và duy trì vị thế trên thị trường. Tuy nhiên, với những chiến lược và biện pháp thích hợp, Công ty có thể vượt qua khó khăn và tiếp tục phát triển bền vững.

Những biến động lớn có thể ảnh hưởng tới kết quả hoạt động kinh doanh của Tổ chức đăng ký niêm yết kể từ thời điểm kết thúc năm tài chính gần nhất

Kể từ thời điểm kết thúc năm tài chính 2023, 2024 và tính đến thời điểm hiện tại, không có bất cứ biến động lớn nào có thể ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh của Tổ chức đăng ký niêm yết.

2. Tình hình tài chính

2.1. Các chỉ tiêu tài chính cơ bản

2.1.1. Báo cáo về vốn điều lệ, vốn kinh doanh và tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh

Bảng 34: Tình hình sử dụng vốn chủ sở hữu của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
Vốn cổ phần	7.274.619	7.355.532	1,1%	10.676.207
Thặng dư vốn cổ phần	3.610.329	3.648.755	1,1%	3.648.154
Vốn khác của chủ sở hữu	(265.776)	(265.776)	0,0%	(265.776)
Cổ phiếu quỹ	(994.666)	(994.666)	0,0%	(994.666)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	8.324	10.486	26,0%	12.959
Quỹ đầu tư phát triển	22.732	22.732	0,0%	22.732
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	16.124.128	923.140	(94,3%)	2.882.303
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	595.870	627.624	5,3%	696.289
Vốn chủ sở hữu	**26.375.559**	**11.327.827**	**(57,1%)**	**16.678.202**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC hợp nhất quý 3 năm 2025

Bảng 35: Tình hình sử dụng vốn chủ sở hữu của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
Vốn góp của chủ sở hữu	7.274.619	7.355.532	1,1%	10.676.207
Thặng dư vốn cổ phần	3.610.329	3.648.755	1,1%	3.648.154
Cổ phiếu quỹ	(994.666)	(994.666)	0,0%	(994.666)
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	16.914.387	569.983	(96,6%)	1.279.396
Vốn chủ sở hữu	**26.804.669**	**10.579.604**	**(60,5%)**	**14.609.091**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng quý 3 năm 2025

Trong năm 2024, lợi nhuận sau thuế chưa phân phối của công ty hợp nhất và công ty giảm lần lượt 94% và 97% phần lớn đến từ hoạt động chi trả cổ tức của Công ty.

Tại 30/09/2025, vốn chủ sở hữu của công ty hợp nhất và công ty tăng lần lượt 47,2% và 38,1% so với thời điểm cuối năm 2024 chủ yếu đến từ lợi nhuận giữ lại trong kỳ của Công ty.

Tại thời điểm ngày 31/12/2023, tổng vốn chủ sở hữu hợp nhất của Tập đoàn đạt khoảng 26,4 nghìn tỷ đồng. Tại thời điểm ngày 31/12/2024, tổng vốn chủ sở hữu hợp nhất của Tập đoàn đạt 11,3 nghìn tỷ đồng, ghi nhận mức giảm 57,1% so với đầu năm. Nguyên nhân chủ yếu là do trong năm 2024, Tập đoàn ghi nhận lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp hợp nhất khoảng 7,9 nghìn tỷ đồng, đồng thời thực hiện chi trả cổ tức với tổng giá trị hơn 23 nghìn tỷ đồng.

Chi tiết tình hình sử dụng vốn từ các đợt phát hành:

Trong giai đoạn 2023-2024 và tính đến thời điểm hiện tại, Công ty có 03 đợt phát hành cổ phiếu để tăng vốn điều lệ theo hình thức phát hành cổ phiếu theo Chương trình cho người lao động trong Công ty và phát hành thêm cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu, cụ thể như sau:

Bảng 36: Thông tin về các đợt phát hành, chào bán trong giai đoạn 2023-2024 và tính đến thời điểm hiện tại

Thời gian	Các đợt phát hành	Nguồn vốn thu được (mệnh giá)	Mục đích sử dụng vốn	Các Nghị quyết
Tháng 8/2023	Phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động	9.606.650.000 đồng	Bổ sung vốn lưu động	Nghị quyết số 01/2023/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/4/2023 và Nghị quyết số 08/2023/NQ-HĐQT-MSC ngày 29/8/2023
Tháng 7/2024	Phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động	71.306.350.000 đồng	Bổ sung vốn lưu động	Nghị quyết số 01/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 10/07/2024 và Nghị quyết số 12/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 10/07/2024

Thời gian	Các đợt phát hành	Nguồn vốn thu được (mệnh giá)	Mục đích sử dụng vốn	Các Nghị quyết
Tháng 1/2025	Phát hành thêm cổ phiếu ra công chúng cho cổ đông hiện hữu	3.268.116.430.000 đồng	Trả nợ vay và Thanh toán tiền thuê văn phòng	Nghị quyết số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024 và Nghị quyết số 26/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 15/10/2024
Tháng 7/2025	Phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động	52.559.240.000 đồng	Bổ sung vốn lưu động	Nghị quyết số 14/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 04/07/2025 và Nghị quyết 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2025

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

- **Phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động 2023:**

Công ty đã thực hiện phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động theo Nghị quyết số 01/2023/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/4/2023 và Nghị quyết số 08/2023/NQ-HĐQT-MSC ngày 29/8/2023. Chi tiết như sau:

	Giai đoạn từ 16/1/2024 đến 24/5/2024 (đồng)
Số tiền thu được từ phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động ("ESOP")	48.033.250.000
Tiến độ sử dụng số tiền thu được từ ESOP ▪ Thanh toán tiền mua hàng hóa cho các nhà cung cấp	48.033.250.000
Tổng số tiền từ ESOP đã sử dụng	**48.033.250.000**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Công ty đã nhận được Công văn số 9451/UBCK-QLCB ngày 29/12/2023 thông báo nhận được tài liệu báo cáo kết quả đợt phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động của Công ty. Công ty hiện đã giải ngân số tiền thu được từ đợt phát hành để phục vụ cho nhu cầu hoạt động kinh doanh và bổ sung vốn lưu động, phù hợp với mục đích sử dụng vốn đã được phê duyệt tại Nghị quyết Đại hội đồng Cổ đông thường niên năm 2023 số 01/2023/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 24/04/2023 của Công ty.

- **Phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động 2024:**

Căn cứ Báo cáo kiểm toán số 24-01-00778-24-1 về tình hình sử dụng số tiền thu được từ đợt phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động ("ESOP") cho giai đoạn từ ngày 5 tháng 9 năm 2024 (ngày nhận đủ tiền) đến ngày 18 tháng 9 năm 2024 (ngày hoàn thành sử dụng vốn) được lập bởi Công ty TNHH KPMG Việt Nam, số tiền thu được từ đợt phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động năm 2024 được sử dụng như sau:

	Giai đoạn từ 5/9/2024 đến 18/9/2024 (đồng)
Số tiền thu được từ phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động ("ESOP")	71.306.350.000
Tiến độ sử dụng số tiền thu được từ ESOP	
▪ Thanh toán tiền mua hàng hóa cho các nhà cung cấp	43.801.412.891
▪ Thanh toán tiền mua dịch vụ cho các nhà cung cấp	27.504.937.109
Tổng số tiền từ ESOP đã sử dụng	**71.306.350.000**

Căn cứ vào tình hình sử dụng vốn thực tế đã được kiểm toán, số tiền thu được từ đợt phát hành đã được sử dụng để phục vụ cho nhu cầu hoạt động kinh doanh và bổ sung vốn lưu động, phù hợp với mục đích sử dụng vốn đã được phê duyệt tại Nghị quyết Đại hội đồng Cổ đông thường niên năm 2024 số Nghị quyết số 01/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 10/07/2024 của Công ty.

- **Phát hành thêm cổ phiếu ra công chúng 2025:**

Công ty đã thực hiện chào bán cổ phiếu ra công chúng theo Giấy chứng nhận chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng số 24/GCN-UBCK ngày 23/01/2025 của UBCKNN. Công ty đã nhận được Công văn số 578/UBCK-QLCB ngày 28/03/2025 thông báo nhận được tài liệu báo cáo kết quả đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng của Công ty. Chi tiết như sau:

- Tổng số cổ phiếu đã phân phối: 326.811.643 cổ phiếu, tương ứng 100% tổng số cổ phiếu chào bán
- Tổng số tiền thu được từ đợt chào bán: 3.268.116.430.000 đồng
- Tổng chi phí: 601.100.000 đồng
- Tổng thu ròng từ đợt chào bán: 3.267.515.330.000 đồng

Căn cứ theo báo cáo kiểm toán số 25-01-00278-25-1 về biến động vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần tại ngày 25 tháng 3 năm 2025 và cho giai đoạn từ ngày 1 tháng 1 năm 2025 đến ngày 25 tháng 3 năm 2025 được lập bởi Công ty TNHH KPMG Việt Nam:

- Vốn cổ phần tăng thêm từ phát hành cổ phiếu mới từ đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng: 3.268.116.430.000 đồng
- Chi phí trực tiếp liên quan đến việc phát hành cổ phiếu mới từ đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng: 601.100.000 đồng

Căn cứ theo Báo cáo kiểm toán số 25-01-00462-25-1 về tình hình sử dụng số tiền thu được từ phát hành cổ phiếu mới từ đợt chào bán thêm cổ phiếu ra công chúng cho giai đoạn từ ngày 25 tháng 3 năm 2025 (ngày nhận đủ tiền) đến ngày 27 tháng 6 năm 2025 (ngày hoàn thành sử dụng vốn) được lập bởi Công ty TNHH KPMG Việt Nam, số tiền thu được từ đợt phát hành cổ phiếu mới được sử dụng như sau:

	Giai đoạn từ 25/3/2025 đến 27/6/2025 (đồng)
Số tiền thu được từ đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng	3.268.116.430.000
Tiến độ sử dụng số tiền thu được từ đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng	
▪ Trả nợ vay cho Ngân hàng Bank of China (Hong Kong) Limited – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh theo Hợp đồng tổng hạn mức tín dụng số U2000/ST/MCH/2019 ngày 3/2/2020	480.000.000.000
▪ Trả nợ vay cho Ngân hàng Bangkok Đại chúng Trách nhiệm Hữu hạn – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh theo Hợp đồng vay vốn số CP/HCM/007-19 ngày 31/5/2019	300.000.000.000
▪ Trả nợ vay cho Ngân hàng Mizuho Bank Ltd. – Chi nhánh Thành phố Hà Nội theo hợp đồng tín dụng ngày 15/11/2019	300.000.000.000
▪ Trả nợ vay cho Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại Thương Việt Nam – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh theo Hợp đồng cấp tín dụng số 28/394342/24-DN1/N-CTD/01 và Hợp đồng cho vay theo hạn mức số 28/394342/24-DN1/N-HM/01 ngày 17/9/2024	730.000.000.000
▪ Trả nợ vay cho Ngân hàng BNP Paribas – Singapore Branch theo Hợp đồng cấp tín dụng số MNCCoverage/HLC/CK/AL ngày 22/04/2020	349.000.000.000
▪ Thanh toán tiền thuê văn phòng cho Công ty TNHH Zenith Investment theo Hợp đồng cho thuê văn phòng số 0926/2024/HĐT-ZENITH-MSC ngày 26/9/2024	1.109.116.430.000
Tổng số tiền đã sử dụng	**3.268.116.430.000**

- **Phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động 2025:**

Công ty đã thực hiện phát hành theo chương trình lựa chọn người lao động theo Nghị quyết số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/4/2025 và Nghị quyết số 14/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 04/07/2025. Chi tiết như sau:

	Giai đoạn từ 28/7/2025 đến 8/8/2025 (đồng)
Số tiền thu được từ phát hành cổ phiếu theo chương trình lựa chọn cho người lao động ("ESOP")	52.559.240.000
Tiến độ sử dụng số tiền thu được từ ESOP	
▪ Thanh toán tiền mua nguyên vật liệu, bao bì và chi phí quảng cáo cho các nhà cung cấp	52.559.240.000
Tổng số tiền từ ESOP đã sử dụng	**52.559.240.000**

Căn cứ vào tình hình sử dụng vốn thực tế, số tiền thu được từ đợt phát hành đã được sử dụng để phục vụ cho nhu cầu hoạt động kinh doanh và bổ sung vốn lưu động, phù hợp với mục đích sử dụng vốn đã được phê duyệt tại Nghị quyết Đại hội đồng Cổ đông thường niên năm 2025 số Nghị quyết số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/4/2025 của Công ty.

2.1.2. Trích khấu hao tài sản cố định

Tài sản cố định hữu hình, tài sản cố định vô hình được ghi nhận ban đầu theo giá gốc. Trong quá trình sử dụng, tài sản cố định hữu hình, tài sản cố định vô hình được ghi nhận theo nguyên giá, hao mòn lũy kế và giá trị còn lại.

Khấu hao tài sản cố định được trích theo phương pháp đường thẳng với thời gian khấu hao của các loại tài sản cố định được ước tính như sau:

- Nhà cửa và vật kiến trúc : 04 – 40 năm
- Nâng cấp tài sản thuê : 03 – 05 năm
- Máy móc và thiết bị : 03 – 25 năm
- Phương tiện vận tải, truyền dẫn : 03 – 15 năm
- Thiết bị văn phòng : 03 – 15 năm
- Quyền sử dụng đất : 19 – 50 năm
- Phần mềm máy tính : 04 – 10 năm
- Quyền khai thác tài nguyên nước khoáng : 17 – 30 năm
- Nhãn hiệu : 10 – 30 năm
- Quan hệ khách hàng : 05 – 15 năm
- Tài nguyên nước khoáng : 10 – 37 năm

Tập đoàn tuân thủ Chuẩn mực kế toán Việt Nam, Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định có liên quan đến việc trích khấu hao tài sản cố định, tuân thủ theo quy định tại Thông tư số 45/2013/TT-BTC ngày 25/4/2013 của Bộ Tài chính về hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng và trích khấu hao tài sản cố định (đã được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 147/2016/TT-BTC ngày 13/10/2016).

Những thay đổi trong chính sách khấu hao của Tập đoàn trong 2 năm qua và đến thời điểm hiện tại: Theo Báo cáo tài chính kiểm toán năm 2023 và 2024, và báo cáo tài chính quý 3 năm 2025, Tập đoàn không có thay đổi về chính sách khấu hao.

2.1.3. Mức lương bình quân

Mức lương bình quân của người lao động trong Tập đoàn (hợp nhất) trong hai năm gần nhất như sau:

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	9 tháng đầu năm 2025
Lương bình quân (đồng/người/tháng)	17.374.116	18.079.570	18.762.491

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Mức lương bình quân của người lao động của Tập đoàn (hợp nhất) trong năm 2023, năm 2024 và 9 tháng đầu năm 2025 lần lượt là: 17.374.116 đồng/người/tháng, 18.079.570 đồng/người/tháng và 18.762.491 đồng/người/tháng, cao hơn mức thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam năm 2023 và 2024 (căn cứ theo số liệu của Cục Thống kê Việt Nam, thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam năm 2023 và 2024 lần lượt là 4,96 triệu đồng/người/tháng và 7,7 triệu đồng/người/tháng).

Tập đoàn không có thông tin so sánh với mức lương bình quân của các doanh nghiệp khác cùng ngành trong cùng địa bàn.

2.1.4. Tình hình công nợ

Các khoản phải thu: Các khoản phải thu khách hàng và các khoản phải thu khác được phản ánh theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

Dự phòng phải thu khó đòi: Dự phòng các khoản phải thu khó đòi được lập cho từng khoản phải thu căn cứ vào thời gian quá hạn trả nợ gốc theo cam kết nợ ban đầu (không tính đến việc gia hạn nợ giữa các bên), hoặc căn cứ vào mức tổn thất ước tính có thể xảy ra. Chênh lệch giữa khoản dự phòng phải lập ở cuối kỳ kế toán này và khoản dự phòng đã lập ở cuối kỳ kế toán trước được ghi nhận tăng hoặc giảm chi phí quản lý doanh nghiệp trong kỳ kế toán. Các khoản phải thu được xác định là không thể thu hồi sẽ được xóa sổ.

Các khoản phải trả: Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được thể hiện theo giá gốc.

Dự phòng nợ phải trả: Một khoản dự phòng được ghi nhận nếu, do kết quả của một sự kiện trong quá khứ, Tập đoàn có pháp lý hiện tại hoặc liên đới có thể ước tính một cách đáng tin cậy, và chắc chắn sẽ làm giảm sút các lợi ích kinh tế trong tương lai để thanh toán các khoản nợ phải trả do nghĩa vụ đó. Khoản dự phòng được xác định bằng cách chiết khấu dòng tiền dự kiến phải trả trong tương lai với tỷ lệ chiết khấu trước thuế phản ánh đánh giá của thị trường ở thời điểm hiện tại về giá trị thời gian của tiền và rủi ro cụ thể của khoản nợ đó.

Các chính sách kế toán liên quan đến công nợ và dự phòng được Tập đoàn thực hiện theo quy định tại Chuẩn mực kế toán Việt Nam, hướng dẫn tại Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính về chế độ kế toán doanh nghiệp.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 37: Tình hình công nợ

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Công ty (riêng lẻ)			Hợp nhất		
	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Nợ phải thu	18.862.077	8.716.706	8.515.465	20.327.427	12.067.993	9.993.171
Nợ phải trả	10.272.792	12.885.318	11.934.470	14.177.130	16.572.134	15.206.801

Nguồn: BCTC riêng và hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng và hợp nhất quý 3 năm 2025

2.1.5. Các khoản phải thu

Bảng 38: Các khoản phải thu của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
1. Các khoản phải thu ngắn hạn	**10.989.266**	**1.704.721**	**(84,5%)**	**2.311.990**
Phải thu ngắn hạn của khách hàng	1.068.838	1.031.310	(3,5%)	1.141.299
Trả trước cho người bán ngắn hạn	297.602	329.007	(10,6%)	412.967
Phải thu về cho vay ngắn hạn	3.492.431	244.977	(93,0%)	244.977
Phải thu ngắn hạn khác	6.130.395	99.427	(98,4%)	512.747
2. Các khoản phải thu dài hạn	**9.338.161**	**10.363.273**	**11,0%**	**7.681.180**
Phải thu về cho vay dài hạn	-	3.891.770	-	6.661.769
Phải thu dài hạn khác	9.338.161	6.471.503	(30,7%)	1.019.411
Tổng cộng	**20.327.427**	**12.067.994**	**(40,6%)**	**9.993.171**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC hợp nhất quý 3 năm 2025

Bảng 39: Các khoản phải thu của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
1. Các khoản phải thu ngắn hạn	**13.443.071**	**1.174.415**	**(91,3%)**	**1.611.934**
Phải thu ngắn hạn của khách hàng	1.015.985	958.678	(5,6%)	1.087.707
Trả trước cho người bán ngắn hạn	20.171	27.765	37,6%	44.551
Phải thu về cho vay ngắn hạn	3.299.000	-	-	-
Phải thu ngắn hạn khác	9.107.915	187.972	(97,9%)	479.676
2. Các khoản phải thu dài hạn	**5.419.006**	**7.542.292**	**39,2%**	**6.903.531**
Phải thu về cho vay dài hạn	-	3.800.033	-	6.570.033
Phải thu dài hạn khác	5.419.006	3.742.259	(30,9%)	333.498
Tổng cộng	**18.862.077**	**8.716.707**	**(53,8%)**	**8.515.465**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng quý 3 năm 2025

Nhìn chung các khoản phải thu của Tập đoàn và Công ty giảm đáng kể trong năm 2024 chủ yếu đến từ sự sụt giảm của các khoản phải thu ngắn hạn khác và dài hạn khác. Cụ thể, số liệu hợp nhất cho thấy khoản phải thu ngắn hạn khác giảm 98,4% chủ yếu đến từ (1) các khoản lợi nhuận phân phối trong hoạt động phi thương mại với các bên liên quan giảm đáng kể và (2) thu hồi các khoản cọc cho bên thứ ba liên quan đến các hợp đồng hợp tác đầu tư. Tương tự với số liệu của Công ty, khoản phải thu ngắn hạn khác và dài hạn khác giảm đáng kể chủ yếu đến từ việc thu hồi các khoản cọc cho bên thứ ba liên quan đến các hợp đồng hợp tác đầu tư.

Tại ngày kết thúc năm tài chính 31/12/2023, 31/12/2024 và tại ngày 30/09/2025, Tập đoàn và Công ty không có bất kỳ các khoản phải thu quá hạn nào phải trích lập dự phòng.

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan là đơn vị thành viên trong Tập đoàn Masan[28], hoạt động theo chính sách quản lý tài chính và cơ chế điều phối dòng tiền tập trung do Tập đoàn Masan ban hành và áp dụng thống nhất trong toàn hệ thống. Trên cơ sở đó, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan với tư cách là công ty thành viên kế thừa và tuân thủ đầy đủ chính sách quản lý tiền tập trung này, nhằm tối ưu hóa hiệu quả sử dụng vốn, đảm bảo tính chủ động trong cân đối thanh khoản, đồng thời đáp ứng kịp thời nhu cầu vốn phục vụ hoạt động sản xuất – kinh doanh và đầu tư trong toàn hệ thống.

Chính sách này cũng được thiết kế nhằm đảm bảo dòng tiền được kiểm soát tập trung, hạn chế tối đa rủi ro thất thoát dòng tiền ra khỏi hệ thống Tập đoàn Masan và tận dụng lợi thế nhờ quy mô để tối ưu hóa lợi nhuận đối với đơn vị thành viên và cả Tập đoàn Masan nói chung, qua đó nâng cao hiệu quả quản trị tài chính hợp nhất.

Trên cơ sở chính sách nêu trên, các giao dịch đi vay – cho vay nội bộ giữa các đơn vị trong Tập đoàn đều được thực hiện trên nguyên tắc minh bạch, được phê duyệt bởi các cấp có thẩm quyền theo đúng quy trình quản trị nội bộ, cũng như tuân thủ các quy định pháp luật hiện hành có liên quan. Các giao dịch đều có hợp đồng vay vốn cụ thể, quy định rõ mục đích sử dụng vốn vay, thời hạn vay, lãi suất, phương thức trả nợ và các nghĩa vụ liên quan của các bên, đồng thời được xem xét, thẩm định. Lãi suất cho vay nội bộ được xác định trên cơ sở tham chiếu mặt bằng lãi suất thị trường tại từng thời kỳ, bảo đảm nguyên tắc giao dịch độc lập và hạn chế rủi ro chuyển giá.

Việc Công ty thực hiện cho vay đối với các đơn vị liên quan trong Tập đoàn nhằm phục vụ nhu cầu vốn lưu động, đầu tư ngắn hạn nhằm tối ưu hóa lợi nhuận và cơ cấu lại dòng tiền nội bộ. Toàn bộ nguồn vốn cho vay đều được kiểm soát chặt chẽ và có đánh giá khả năng thu hồi, qua đó hạn chế rủi ro tín dụng phát sinh. Trên cơ sở năng lực tài chính của các đơn vị vay, dòng tiền thực tế và lịch sử thực hiện nghĩa vụ thanh toán, Tập đoàn đánh giá khả năng thu hồi các khoản cho vay này ở mức cao.

---

[28] *Tập đoàn Masan bao gồm Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan – được niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP.HCM (HOSE) với mã chứng khoán MSN, và các công ty con trực tiếp và gián tiếp*

Tập đoàn cam kết việc phát sinh các giao dịch cho vay nội bộ nêu trên được thực hiện trên cơ sở tuân thủ quy định pháp luật liên quan, phù hợp với cơ chế quản lý tài chính nội bộ của Tập đoàn và không ảnh hưởng đến quyền lợi hợp pháp của cổ đông Tập đoàn.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 40: Khoản phải thu ngắn hạn/dài hạn khác - Thông tin về hợp đồng hợp tác đầu tư/kinh doanh (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Ngành nghề	Lãi suất	Thời hạn (tháng)	31/12/2023	31/12/2024	30/06/2025	30/09/2025
Chi tiết các hợp đồng hợp tác đầu tư/kinh doanh ngắn hạn						
Đầu tư tài chính	Từ 6,0% đến 8,0%	Từ 12 đến 23 tháng	5.510.000	-	3.504.000	400.000
Tổng số dư ngắn hạn			**5.510.000**	**-**	**3.504.000**	**400.000**
Chi tiết các hợp đồng hợp tác đầu tư/kinh doanh dài hạn						
Đầu tư tài chính	Từ 6,0% đến 7,3%	Từ 23 đến 24 tháng	9.086.740	6.121.000	2.617.000	634.000
Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản	Chia sẻ lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của hợp đồng hợp tác kinh doanh	60 tháng	188.300	188.300	-	-
Tổng số dư dài hạn			**9.275.040**	**6.309.300**	**2.617.000**	**634.000**
Tổng số dư			**14.785.040**	**6.309.300**	**6.121.000**	**1.034.000**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 41: Khoản phải thu ngắn hạn/dài hạn khác – Thông tin về hợp đồng hợp tác đầu tư/kinh doanh (Riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Ngành nghề	Lãi suất	Thời hạn (tháng)	31/12/2023	31/12/2024	30/06/2025	30/09/2025
Chi tiết các hợp đồng hợp tác đầu tư/kinh doanh ngắn hạn						
Đầu tư tài chính	Từ 6,0% đến 8,0%	Từ 12 đến 23 tháng	4.680.000	-	3.300.000	400.000
Tổng số dư ngắn hạn			**4.680.000**	**-**	**3.300.000**	**400.000**
Chi tiết các hợp đồng hợp tác đầu tư/kinh doanh dài hạn						
Đầu tư tài chính	Từ 6,0% đến 7,3%	Từ 23 đến 24 tháng	5.374.300	3.600.000	300.000	-
Tổng số dư dài hạn			**5.374.300**	**3.600.000**	**300.000**	**-**
Tổng số dư			**10.054.300**	**3.600.000**	**3.600.000**	**400.000**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Hoạt động hợp tác đầu tư/kinh doanh với các đối tác trong những lĩnh vực đầu tư tài chính, chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thuỷ sản được Công ty triển khai nhằm tối ưu hóa hiệu quả sử dụng nguồn vốn nhàn rỗi. Các khoản hợp tác này đã và đang được thực hiện theo đúng kế hoạch, đồng thời mang lại mức sinh lợi ổn định cho Công ty. Trong suốt quá trình triển khai, Công ty duy trì việc theo dõi và đánh giá định kỳ đối với năng lực vận hành, kinh nghiệm triển khai cũng như tình hình tài chính của các đối tác. Kết quả cho thấy các đối tác đều duy trì nền tảng kinh doanh vững chắc và thực hiện đầy đủ các cam kết trong hợp đồng hợp tác.

Từ kết quả vận hành thực tế và chất lượng của các đối tác, Công ty tin tưởng rằng các khoản hợp tác đầu tư/kinh doanh này sẽ tiếp tục tạo ra dòng lợi nhuận ổn định và đóng góp tích cực vào kết quả hoạt động chung của Công ty trong thời gian tới.

Bảng 42: Khoản phải thu về cho vay ngắn hạn/dài hạn – Thông tin về các hợp đồng cho vay (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Ngành nghề của Bên đi vay	Giá trị HĐ	Thời điểm đến hạn	Mục đích cho vay	Lãi suất	31/12/2023	31/12/2024	30/06/2025	30/09/2025
Khoản phải thu về cho vay ngắn hạn								
Sản xuất bia và mạch nha ủ men bia	140.000	2025	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	5,0% - 5,5%	90.000	144.977	144.977	144.977
Tư vấn quản lý	12.000.000	2027	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	3.356.431	-	-	-
Bán buôn đồ uống	146.000	2024-2025	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	5,2% - 8,0%	46.000	100.000	100.000	100.000
Tổng số dư ngắn hạn					**3.492.431**	**244.977**	**244.977**	**244.977**
Khoản phải thu về cho vay dài hạn								
Tư vấn quản lý	13.970.000	2027-2028	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	-	3.891.769	4.691.769	6.661.769
Tổng số dư dài hạn					**-**	**3.891.769**	**4.691.769**	**6.661.769**
Tổng cộng					**3.492.431**	**4.136.746**	**4.936.746**	**6.906.746**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 43: Khoản phải thu về cho vay ngắn hạn/dài hạn – Thông tin về các hợp đồng cho vay (Riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Ngành nghề của Bên đi vay	Giá trị HĐ	Thời điểm đến hạn	Mục đích cho vay	Lãi suất	31/12/2023	31/12/2024	30/06/2025	30/09/2025
Khoản phải thu về cho vay ngắn hạn								
Sản xuất món ăn, thức ăn chế biến sẵn	7.400.000	2027	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	1.699.000	-	-	-
Sản xuất mì ống, mì sợi và sản phẩm tương tự	6.000.000	2027	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	1.600.000	-	-	-
Tổng số dư ngắn hạn					**3.299.000**	-	-	-
Khoản phải thu về cho vay dài hạn								
Sản xuất món ăn, thức ăn chế biến sẵn	7.400.000	2027	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	-	1.897.856	2.297.856	2.297.856
Sản xuất mì ống, mì sợi và sản phẩm tương tự	6.000.000	2027	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	-	1.902.176	2.302.176	2.302.176
Tư vấn quản lý	1.970.000	2028	Sử dụng cho hoạt động chung của doanh nghiệp	8,0%	-	-	-	1.970.000
Tổng số dư dài hạn					-	**3.800.032**	**4.600.032**	**6.570.032**
Tổng cộng					**3.299.000**	**3.800.032**	**4.600.032**	**6.570.032**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống

Hoạt động cho vay đối với các đối tác được Công ty triển khai nhằm bảo đảm việc sử dụng hợp lý nguồn vốn nhàn rỗi và tối ưu hóa hiệu quả trên dòng tiền. Công ty đã thực hiện thẩm định theo quy trình nội bộ, bao gồm việc đánh giá năng lực tài chính, mức độ tín nhiệm, khả năng tạo dòng tiền của các đối tác liên quan.

Trong suốt thời hạn của khoản vay, Công ty áp dụng cơ chế giám sát thường xuyên và tiến hành rà soát định kỳ nhằm cập nhật kịp thời tình hình hoạt động, biến động tài chính và khả năng thực hiện nghĩa vụ thanh toán của các đối tác.

Căn cứ trên kết quả giám sát thực tế, các đối tác vay vốn đều tuân thủ đầy đủ nghĩa vụ trả nợ và các điều khoản đã cam kết trong hợp đồng vay. Do đó, Công ty đánh giá rằng các khoản vay hiện hành có mức độ rủi ro thấp, khả năng thu hồi cao và được kỳ vọng sẽ tiếp tục tạo ra nguồn thu nhập lãi ổn định, đóng góp tích cực vào kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty trong kỳ và các kỳ tiếp theo.

2.1.6. Các khoản phải trả

Bảng 44: Các khoản phải trả của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
1. Nợ ngắn hạn	**13.728.747**	**14.600.190**	**6,3%**	**12.728.384**
Phải trả người bán ngắn hạn	2.023.712	2.314.640	14,4%	1.847.747
Người mua trả tiền trước ngắn hạn	66.137	88.127	33,2%	123.201
Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	593.032	620.265	4,6%	744.029
Phải trả người lao động	280	280	-	94.628
Chi phí phải trả ngắn hạn	2.385.301	2.436.250	2,1%	2.490.712
Phải trả ngắn hạn khác	163.607	46.130	(71,8%)	39.117
Vay ngắn hạn	8.468.803	9.066.645	7,1%	7.361.098
Quỹ khen thưởng, phúc lợi	27.875	27.853	(0,1%)	27.853
2. Nợ dài hạn	**448.383**	**1.971.944**	**339,8%**	**2.478.417**
Phải trả người bán dài hạn	19.289	14.817	(23,2%)	14.082
Phải trả dài hạn khác	30.438	31.095	2,2%	30.884
Vay dài hạn	227.388	1.764.400	675,9%	2.273.000
Thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại phải trả	159.915	150.104	(6,1%)	150.014
Dự phòng phải trả dài hạn	11.353	11.528	1,5%	10.437
Tổng cộng	**14.177.130**	**16.572.134**	**16,9%**	**15.206.801**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC hợp nhất quý 3 năm 2025

Bảng 45: Các khoản phải trả của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
1. Nợ ngắn hạn	**10.246.019**	**11.092.753**	**8,3%**	**9.634.127**
Phải trả người bán ngắn hạn	1.961.470	2.372.894	21,0%	2.582.816
Người mua trả tiền trước ngắn hạn	57.865	64.032	10,7%	102.080
Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	271.400	245.925	(9,4%)	141.614
Phải trả người lao động	94	-	-	39.306
Chi phí phải trả ngắn hạn	1.957.818	1.942.382	(0,8%)	1.745.230
Phải trả ngắn hạn khác	152.372	22.519	(85,2%)	18.082
Vay ngắn hạn	5.845.000	6.445.000	10,3%	5.005.000
2. Nợ dài hạn	**26.773**	**1.792.565**	**6.595,4%**	**2.300.342**
Phải trả dài hạn khác	26.773	28.165	5,2%	27.342
Vay dài hạn	-	1.764.400	-	2.273.000
Tổng cộng	**10.272.792**	**12.885.318**	**25,4%**	**11.934.470**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng quý 3 năm 2025

Nhìn chung các khoản phải trả của Tập đoàn và Công ty tăng nhẹ trong năm 2024, nguyên nhân tăng chủ yếu đến từ việc Tập đoàn và Công ty gia tăng khoản vay ngắn hạn và dài hạn. Cụ thể, khoản vay ngắn hạn của Tập đoàn tăng thêm 7,1% so với năm 2023, khoản vay dài hạn tăng thêm 675,9% so với năm 2023. Tương tự với số liệu Công ty, khoản vay ngắn hạn tăng 10,3% so với năm 2023, và vay dài hạn tăng thêm 1.764 tỷ đồng. Các khoản vay này đều được vay từ các ngân hàng thương mại nhằm mục đích phục vụ cho nhu cầu hoạt động kinh doanh và bổ sung vốn lưu động.

2.1.7. Tình hình thanh toán các khoản nợ

Các khoản vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn đều được Tập đoàn thanh toán đầy đủ và đúng hạn trong thời gian qua. Trong quá trình thanh toán, Tập đoàn luôn thanh toán đúng hạn và đầy đủ các khoản nợ bao gồm lãi và gốc, đảm bảo uy tín của Tập đoàn. Tập đoàn không có bất kỳ khoản nợ quá hạn nào tính đến thời điểm lập Bản Cáo bạch này.

Tại kỳ kết thúc năm tài chính ngày 31/12/2023, kỳ kết thúc ngày 31/12/2024 và thời điểm của Bản cáo bạch này, Tập đoàn không có bất kỳ vi phạm các điều khoản trong hợp đồng liên quan đến các khoản phải trả. Việc tuân thủ các điều khoản vay và không có khoản vay quá hạn bao gồm gốc và lãi tại ngày 31/12/2023 và 31/12/2024 được xác nhận tại BCTC hợp nhất năm 2023 và 2024 được kiểm toán, và báo cáo tài chính quý 3 năm 2025 của Công ty.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 46: Tổng dư nợ vay của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
1. Vay ngắn hạn	**8.468.803**	**9.066.645**	**7,1%**	**7.361.098**
Vay ngân hàng	7.876.997	8.839.258	12,2%	7.361.098
Vay dài hạn đáo hạn trong vòng 1 năm	591.806	227.387	(61,6%)	-
2. Vay dài hạn	**227.388**	**1.764.400**	**675,9%**	**2.273.000**
Vay ngân hàng	227.388	1.764.400	675,9%	2.273.000
Tổng nợ vay	**8.696.191**	**10.831.045**	**24,5%**	**9.634.098**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC hợp nhất quý 3 năm 2025

Bảng 47: Tổng dư nợ vay của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	% Tăng/(giảm) 2024-2023	30/09/2025
1. Vay ngắn hạn	**5.845.000**	**6.445.000**	**10,3%**	**5.005.000**
Vay ngân hàng	5.845.000	6.445.000	10,3%	5.005.000
2. Vay dài hạn	**-**	**1.764.400**	**-**	**2.273.000**
Vay ngân hàng	-	1.764.400	-	2.273.000
Tổng nợ vay	**5.845.000**	**8.209.400**	**40,5%**	**7.278.000**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng quý 3 năm 2025

Các ngân hàng thương mại đang là kênh huy động chính cho hoạt động vay của CTCP Hàng tiêu dùng Masan. Chi tiết dư nợ tại các ngân hàng như sau:

Bảng 48: Chi tiết các khoản vay nợ ngân hàng của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Vay ngắn hạn	**7.876.997**	**8.839.258**	**7.361.098**
Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam	2.118.807	3.556.306	3.849.789
Ngân hàng TNHH MTV HSBC Việt Nam	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam	98.335	859.847	936.309
Ngân hàng Mizuho Bank, Ltd.	800.000	800.000	-
Ngân hàng Bangkok Đại chúng Trách nhiệm Hữu hạn	815.033	714.532	230.000

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Ngân hàng BNP Paribas	335.000	685.000	350.000
Ngân hàng Bank of China (Hong Kong) Limited	680.000	680.000	-
Ngân hàng TNHH MTV UOB Việt Nam	220.000	-	245.000
Ngân hàng Malayan Banking Berhad	150.000	160.000	-
Ngân hàng TMCP Quân Đội	-	167.769	-
Ngân hàng Citibank, N.A.	977.956	165.804	-
Ngân hàng TNHH MTV Standard Chartered Việt Nam	460.000	50.000	-
Ngân hàng DBS Bank Ltd	221.866	-	-
Taipei Fubon Commercial Bank	-	-	250.000
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam	-	-	500.000
Vay dài hạn đến hạn trả và vay dài hạn	**819.194**	**1.991.787**	**2.273.000**
Ngân hàng HSBC	-	1.764.400	2.273.000
Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam	308.325	86.129	-
Ngân hàng TNHH MTV ANZ Việt Nam	278.227	87.086	-
Ngân hàng TNHH MTV HSBC Việt Nam	232.642	54.172	-

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Bảng 49: Chi tiết các khoản vay nợ ngân hàng của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Vay ngắn hạn	**5.845.000**	**6.445.000**	**5.005.000**
Ngân hàng TNHH MTV HSBC Việt Nam	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Ngân hàng Mizuho Bank, Ltd.	800.000	800.000	-
Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam	-	730.000	730.000
Ngân hàng Bangkok Đại chúng Trách nhiệm Hữu hạn	700.000	700.000	230.000
Ngân hàng BNP Paribas	335.000	685.000	350.000
Ngân hàng Bank of China (Hong Kong) Limited	680.000	680.000	-
Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam	660.000	1.640.000	1.700.000
Ngân hàng TNHH MTV UOB Việt Nam	220.000	-	245.000

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Ngân hàng Malayan Banking Berhad	150.000	160.000	-
Ngân hàng Citibank, N.A.	840.000	-	-
Ngân hàng TNHH MTV Standard Chartered Việt Nam	460.000	50.000	-
Ngân hàng Thương mại Taipei Fubon	-	-	250.000
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam	-	-	500.000
Vay dài hạn đến hạn trả và vay dài hạn	-	**1.764.400**	**2.273.000**
Ngân hàng HSBC	-	1.764.400	2.273.000

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Riêng về trái phiếu, đến thời điểm hiện tại, CTCP Hàng tiêu dùng Masan và các Công ty con không phát hành trái phiếu và không còn dư nợ trái phiếu nào.

2.1.8. Các khoản phải nộp theo luật định

Công ty thực hiện nghiêm túc việc kê khai và nộp đầy đủ các khoản phải nộp theo quy định hiện hành của Nhà nước.

Bảng 50: Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Tập đoàn (Hợp nhất)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Thuế thu nhập doanh nghiệp	484.038	503.922	482.969
Thuế giá trị gia tăng	100.816	94.045	254.074
Thuế thu nhập cá nhân	7.007	20.363	5.893
Các loại thuế khác	1.171	1.935	1.093
Tổng cộng	**593.032**	**620.265**	**744.029**

Nguồn: BCTC hợp nhất năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC hợp nhất quý 3 năm 2025

Bảng 51: Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (riêng lẻ)

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Thuế thu nhập doanh nghiệp	228.443	207.800	137.232
Thuế giá trị gia tăng	36.937	17.477	-
Thuế thu nhập cá nhân	5.766	19.521	4.382
Các loại thuế khác	254	1.127	-
Tổng cộng	**271.400**	**245.925**	**141.614**

Nguồn: BCTC riêng năm 2023, 2024 được kiểm toán và BCTC riêng quý 3 năm 2025

2.1.9. Trích lập các quỹ

Công ty thực hiện việc trích lập các quỹ theo quy định tại Điều lệ tổ chức hoạt động và pháp luật hiện hành. Công ty trích lập các quỹ từ lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp của Công ty theo đề nghị của Hội đồng quản trị và được các cổ đông phê duyệt tại Đại hội đồng cổ đông thường niên.

Bảng 52: Số dư các quỹ

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Công ty (riêng lẻ)			Hợp nhất		
	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025
Quỹ Khen thưởng, phúc lợi	-	-	-	27.875	27.853	27.853
Quỹ Đầu tư phát triển	-	-	-	22.732	22.732	22.732
Tổng cộng	-	-	-	**50.607**	**50.584**	**50.584**

Nguồn: BCTC riêng và BCTC hợp nhất năm 2023 và 2024 được kiểm toán, BCTC riêng và hợp nhất quý 3 năm 2025

Công ty mẹ không trích lập các quỹ khen thưởng, phúc lợi và quỹ đầu tư phát triển trong hai năm 2023, 2024 và đến thời điểm hiện tại. Số dư các quỹ này nằm tại các công ty con mà Công ty đã mua lại trước đây. Các số dư này không thay đổi kể từ thời điểm Công ty hoàn tất việc mua lại các công ty con nêu trên.

2.1.10. Những biến động lớn có thể ảnh hưởng tới tình hình tài chính của Tổ chức đăng ký niêm yết kể từ thời điểm kết thúc năm tài chính gần nhất

Trong năm 2025, Công ty đã thực hiện chào bán thành công cổ phiếu ra công chúng cho cổ đông hiện hữu của Công ty với tỷ lệ 1.000:451 (01 cổ phiếu được hưởng 01 quyền mua và cứ 1.000 quyền mua sẽ được mua 451 cổ phiếu phát hành thêm). Tổng số tiền thu được từ đợt chào bán này là 3.268.116.430.000 đồng sẽ được phân bổ sử dụng để trả nợ vay của Công ty cho một số ngân hàng và thanh toán tiền thuê văn phòng cho Công ty TNHH Zenith Investment. Chi tiết về đợt chào bán vui lòng xem tại Mục 2.1.1.

2.2. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 53: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Chỉ tiêu	ĐVT	Hợp nhất		Riêng lẻ	
		31/12/2023	31/12/2024	31/12/2023	31/12/2024
1. Khả năng thanh toán					
Hệ số thanh toán ngắn hạn *Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn*	Lần	1,7	0,7	2,2	0,6
Hệ số thanh toán nhanh *(Tài sản ngắn hạn - Hàng tồn kho)/ Nợ ngắn hạn*	Lần	1,6	0,5	2,1	0,5
2. Cơ cấu vốn					

Chỉ tiêu	ĐVT	Hợp nhất		Riêng lẻ	
		31/12/2023	31/12/2024	31/12/2023	31/12/2024
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	35,0	59,4	27,7	54,9
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	%	53,8	146,3	38,3	121,8
3. Năng lực hoạt động					
Vòng quay tổng tài sản *Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân*	Vòng	0,8	0,9	0,8	1,0
Vòng quay vốn lưu động *Doanh thu thuần/Tổng tài sản ngắn hạn bình quân*	Vòng	1,1	1,8	1,2	2,1
Vòng quay hàng tồn kho *Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân*	Vòng	6,5	6,9	25,6	26,6
4. Khả năng sinh lời					
Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS) *Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần*	%	25,1	25,6	22,8	22,1
Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) *Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân*	%	19,1	23,1	18,2	22,0
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) *Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bình quân*	%	29,7	42,8	24,8	35,6
Lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS)	VND/cổ phiếu	9.888	10.841	-	-

Nguồn: BCTC hợp nhất và riêng lẻ năm 2023 và 2024 được kiểm toán

Nhận xét về các chỉ tiêu tài chính hợp nhất của Tập đoàn

- ***Về khả năng thanh toán***

Các chỉ số về khả năng thanh toán cho thấy khả năng hoàn thành các nghĩa vụ nợ trong ngắn hạn của doanh nghiệp, đảm bảo doanh nghiệp không rơi vào tình trạng mất khả năng thanh toán. Hệ số thanh toán ngắn hạn hợp nhất và riêng lẻ lần lượt đạt mức 0,7 và 0,6 lần tại thời điểm cuối năm 2024, giảm so với mức 1,7 và 2,2 lần của năm 2023. Hệ số thanh toán nhanh hợp nhất và riêng lẻ của Công ty đạt mức 0,5 lần tại thời điểm cuối năm 2024, giảm so với mức 1,6 và 2,1 lần của năm 2023. Hệ số thanh toán ngắn hạn và hệ số thanh toán nhanh hợp nhất và riêng lẻ giảm trong năm 2024 chủ yếu đến từ việc sử dụng nguồn tiền cho việc chia cổ tức trong năm.

Việc chi trả cổ tức năm 2024, làm giảm nguồn tiền và các nguồn phải thu khác của Công ty, là sự kiện phát sinh một lần và đã được đưa vào kế hoạch tài chính của Công ty. Công ty đã kế hoạch

cải thiện ảnh hưởng tạm thời này của chỉ số thanh toán nhanh bằng dòng tiền thu vào từ hoạt động kinh doanh của Công ty và cũng như kế hoạch tăng vốn điều lệ thông qua phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu, từ đó bổ sung nguồn vốn lưu động và nâng cao chỉ số này. Chính sách chi trả cổ tức của các năm sau sẽ theo kế hoạch được thông qua tại Đại hội đồng cổ đông hàng năm.

- *Về cơ cấu vốn*

Công ty duy trì một cơ cấu vốn an toàn. Cụ thể, hệ số Nợ/Tổng tài sản hợp nhất tăng từ 33,0% lên 59,4%, hệ số này của riêng lẻ tăng từ 27,7% lên 54,9%. Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu hợp nhất tăng từ 53,8% lên 146,3%, hệ số này của riêng lẻ tăng từ 38,3% lên 121,8%. Hệ số cơ cấu vốn tăng trong năm 2024 đến từ kế hoạch chi trả cổ tức của Công ty. Việc hệ số nợ tăng trong năm 2024 mang tính thời điểm, do ảnh hưởng từ kế hoạch chi trả cổ tức. Tuy nhiên, cơ cấu vốn của Công ty vẫn được duy trì ổn định và an toàn nhờ dòng tiền hoạt động kinh doanh ổn định, khả năng thanh toán tốt và tỷ lệ đòn bẩy tài chính ở mức kiểm soát được.

- *Về năng lực hoạt động*

Các chỉ số năng lực hoạt động nhìn chung đang tăng lên, điều này cho thấy năng lực hoạt động của Tập đoàn đang được tối ưu hóa và hiệu quả hơn.

Vòng quay tổng tài sản tăng lên cho thấy việc Tập đoàn đã sử dụng tối ưu và hiệu quả các tài sản để tạo ra doanh thu. Cụ thể năm 2024, vòng quay tổng tài sản hợp nhất tăng 0,1 vòng so với năm 2023, vòng quay tổng tài sản riêng lẻ tăng 0,2 vòng so với năm 2023. Vòng quay tăng lên chủ yếu đến từ doanh thu tăng trưởng trong năm của Tập đoàn.

Vòng quay vốn lưu động tăng lên cho thấy việc Tập đoàn đã sử dụng hiệu quả vốn lưu động để tạo ra doanh thu. Vòng quay vốn lưu động hợp nhất năm 2024 tăng 0,7 vòng so với năm 2023, tương tự vòng quay vốn lưu động riêng lẻ tăng 0,9 vòng so với năm 2023.

Vòng quay hàng tồn kho tăng lên chứng tỏ hàng tồn kho đang được luân chuyển nhanh, giảm chi phí lưu kho và rủi ro liên quan đến hàng lỗi thời, hết hạn sử dụng. Vòng quay hàng tồn kho hợp nhất tăng 0,4 vòng so với năm 2023, tương tự vòng quay hàng tồn kho riêng lẻ tăng 1,0 vòng so với năm 2023.

- *Về khả năng sinh lời*

Nhìn chung các tỷ suất lợi nhuận của Tập đoàn cải thiện đáng kể, điều này tăng trưởng chủ yếu đến từ kết quả hoạt động kinh doanh hiệu quả trong năm.

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu tăng lên cho thấy việc Tập đoàn đang quản lý hiệu quả và tối ưu chi phí hoạt động. Cụ thể, ROS hợp nhất tăng 0,2%, tuy nhiên ROS riêng lẻ giảm 0,7%.

Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản tăng lên cho thấy việc Tập đoàn đã vận dụng tối ưu tài sản để tạo ra lợi nhuận. ROA hợp nhất và riêng lẻ tăng lần lượt 3,7% và 3,8% so với năm 2023.

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu tăng lên cho việc Tập đoàn đã vận dụng tối ưu nguồn vốn để tạo ra kết quả kinh doanh tốt. ROE hợp nhất và riêng lẻ tăng lần lượt 13,1% và 10,8% so với

năm 2023. Ngoài lợi nhuận tăng trưởng, ROE hợp nhất và riêng lẻ tăng lên còn chủ yếu đến từ hoạt động chi trả cổ tức 2024 của Tập đoàn khiến cho vốn chủ sở hữu giảm đáng kể.

- ***Ý kiến của tổ chức kiểm toán về các chỉ tiêu tài chính của Công ty:*** Tổ chức kiểm toán đưa ra ý kiến chấp nhận toàn phần đối với Báo cáo tài chính Tập đoàn cho năm tài chính 2023 và 2024.

3. Ý kiến của Tổ chức kiểm toán đối với Báo cáo tài chính của Tập đoàn

3.1. Ý kiến Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2023

Ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất năm 2023 của Công ty: *"Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính."*.

3.2. Ý kiến Báo cáo tài chính riêng năm 2023

Ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện kiểm toán báo cáo tài chính riêng năm 2023 của Công ty: *"Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính riêng đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính riêng của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, kết quả hoạt động kinh doanh riêng và lưu chuyển tiền tệ riêng của Công ty cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính."*.

3.3. Ý kiến Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024

Ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 của Công ty: *"Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính."*.

3.4. Ý kiến Báo cáo tài chính riêng năm 2024

Ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện kiểm toán báo cáo tài chính riêng năm 2024 của Công ty: *"Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính riêng đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính riêng của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, kết quả hoạt động kinh doanh riêng và lưu chuyển tiền tệ riêng của Công ty cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam,*

Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.".

3.5. Ý kiến Báo cáo tài chính hợp nhất giữa niên độ cho kỳ 6 tháng kết thúc ngày 30/06/2025

Ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện soát xét báo cáo tài chính hợp nhất giữa niên độ năm 2025 của Công ty: *"Căn cứ trên kết quả soát xét của chúng tôi, chúng tôi không thấy có vấn đề gì khiến chúng tôi cho rằng báo cáo tài chính hợp nhất giữa niên độ đính kèm đã không phản ánh trung thực và hợp lý trên khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con tại ngày 30 tháng 6 năm 2025, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho kỳ sáu tháng kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính giữa niên độ".*

3.6. Ý kiến Báo cáo tài chính riêng giữa niên độ cho kỳ 6 tháng kết thúc ngày 30/06/2025

Ý kiến của Công ty TNHH KPMG Việt Nam, tổ chức đã thực hiện soát xét báo cáo tài chính riêng giữa niên độ năm 2025 của Công ty: *"Căn cứ trên kết quả soát xét của chúng tôi, chúng tôi không thấy có vấn đề gì khiến chúng tôi cho rằng báo cáo tài chính riêng giữa niên độ đính kèm đã không phản ánh trung thực và hợp lý trên khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan tại ngày 30 tháng 6 năm 2025, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty cho kỳ sáu tháng kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính giữa niên độ".*

4. Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức

4.1. Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức

Bảng 54: Kế hoạch doanh thu, lợi nhuận, cổ tức năm 2025 trên cơ sở hợp nhất

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025	
	Thực hiện	Kế hoạch	% tăng/giảm so với năm trước
Doanh thu thuần	30.897.226	33.500.000 –35.500.000	8% – 15%
Lợi nhuận sau thuế	7.920.538	7.300.000 – 7.800.000	(8%) – (2%)
Tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế / Doanh thu thuần	25,6%	21,8 – 22,0%	Không áp dụng
Tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế / Vốn chủ sở hữu bình quân	42%	49% –51% (***)	Không áp dụng
Tỷ lệ cổ tức (Cổ tức/mệnh giá cổ phiếu)	95%(*)	60%(**)	Không áp dụng

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

(*) Đại hội đồng cổ đông Công ty đã thông qua việc chi trả mức tạm ứng cổ tức năm 2024 tối đa là 100% tại Nghị quyết số 03/2024/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 14/10/2024 và Hội đồng quản trị đã thông qua triển khai việc chi trả mức tạm ứng cổ tức là 95% với hình thức chi trả bằng tiền mặt tại Nghị quyết số 30/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 10/12/2024.

(**) Đại hội đồng cổ đông Công ty đã thông qua việc tạm ứng cổ tức năm 2025 từ nguồn lợi nhuận giữ lại của Công ty, với mức tạm ứng tối đa là 60% tại Nghị quyết số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2025.

(***) Vốn chủ sở hữu kế hoạch năm 2025 được ước tính bằng tổng vốn chủ sở hữu cuối kỳ năm 2024 cộng với lợi nhuận sau thuế kế hoạch năm 2025.

Số liệu kế hoạch kinh doanh hợp nhất năm 2025 đã được ĐHĐCĐ thông qua tại Nghị quyết ĐHĐCĐ số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC của Công ty ngày 25/04/2025. Kế hoạch kinh doanh hợp nhất được xây dựng dựa trên chiến lược tăng trưởng bền vững, tập trung vào mở rộng danh mục sản phẩm, nâng cao chất lượng và đáp ứng xu hướng tiêu dùng mới. Tập đoàn đặt trọng tâm vào đổi mới sáng tạo, mở rộng thị trường trong nước lẫn quốc tế.

Theo kế hoạch năm 2025, Tập đoàn dự kiến doanh thu thuần hợp nhất tăng 8% – 15% so với năm 2024, lợi nhuận sau thuế hợp nhất dự kiến đạt 7.300 – 7.800 tỷ đồng, thấp hơn mức thực tế năm 2024 (7.921 tỷ đồng), dẫn đến tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần mục tiêu 2025 (21,8% – 22,0%) cũng thấp hơn mức thực tế 2024 (25,6%). Đây là kế hoạch được xây dựng thận trọng, nhằm phản ánh bối cảnh chi phí đầu vào gia tăng, môi trường cạnh tranh khốc liệt, cùng với các khoản đầu tư lớn vào mở rộng sản xuất và marketing trong năm 2025.

4.2. Căn cứ để đạt kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức nêu trên

Nhìn chung, Tập đoàn tập trung khai thác các chiến lược phát triển nêu trên được áp dụng cho các ngành hàng

- Thực hiện các chiến lược tăng trưởng chủ chốt và phát triển chuỗi cung ứng kỹ thuật số "Retail Supreme". Sáng kiến này nhằm số hóa các hoạt động kênh truyền thống, lập kế hoạch cung ứng và nhu cầu, sản xuất và phân phối, cải thiện lập kế hoạch chuỗi cung ứng, năng suất nhân viên bán hàng và hiệu quả hoạt động marketing.
- Cao cấp hóa trong ngành hàng Gia vị & Thực phẩm tiện lợi: Củng cố vị thế dẫn đầu thị trường trong phân khúc cao cấp bằng cách mở rộng thị trường mì ăn liền vào các bữa ăn sẵn như món ăn sẵn ("Lẩu Tự Sôi", "Cơm Tự Chín") và lẩu cầm tay ("Lẩu Cầm Tay"). Những cải tiến này trong ngành thực phẩm tiện lợi nhằm nắm bắt xu hướng tiêu thụ bên ngoài gia đình.
- Ra mắt các sản phẩm trong ngành hàng Đồ uống & Sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình: Mở rộng danh mục sản phẩm Wake-Up 247 và giành thị phần trong phân khúc trà đóng chai với các sản phẩm cải tiến BupNon Tea365; tối ưu hóa danh mục để tập trung vào các cải tiến nhãn hiệu Chanté và Net đồng thời gia nhập thị trường sản phẩm chăm sóc cá nhân.
- "Go Global": Đạt tăng trưởng cao nhờ tập trung vào các thị trường chính như Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản và EU với các sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi và cà phê hòa tan.

Tập đoàn sẽ tập trung và linh hoạt triển khai các chiến lược cao cấp hóa, thực thi các đổi mới, sáng tạo và Go Global cho năm 2025 để đạt được kế hoạch kinh doanh.

4.2.1. Cao cấp hóa ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi

Tập đoàn tiếp tục khai thác thế mạnh của mình với những sáng kiến đột phá như chuyển đổi từ mì ăn liền sang các sản phẩm bữa ăn chế biến sẵn cao cấp như "Lẩu Tự Sôi", "Cơm Tự Chín" và "Lẩu Cầm Tay". Những sản phẩm này không chỉ bắt kịp xu hướng tiêu dùng hiện đại mà còn đáp ứng nhu cầu gia tăng của người tiêu dùng về các bữa ăn tiện lợi, bổ dưỡng và chất lượng cao.

Bằng cách phát triển những sản phẩm này, Tập đoàn không chỉ mở rộng sự hiện diện trong phân khúc cao cấp mà còn nâng cao giá trị thương hiệu, củng cố vị thế thống trị trên kệ hàng, đặc biệt trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng tại nhà và ăn uống ngoài gia đình ngày càng tăng.

4.2.2. Đổi mới và mở rộng danh mục trong ngành đồ uống và chăm sóc cá nhân và gia đình

Tập đoàn tiếp tục mở rộng danh mục sản phẩm, điển hình là Wake-Up 247 và gia nhập sâu hơn vào thị trường trà uống liền (RTD) với sản phẩm trà BupNon Tea365. Điều này cho thấy Tập đoàn không ngừng phát triển các sản phẩm mới để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng và nắm bắt các xu hướng để củng cố tăng trưởng doanh thu.

Trong ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình, Tập đoàn đã ra mắt Chanté trên toàn quốc vào ngày 01/10/2024 thông qua mạng lưới bán lẻ truyền thống (GT). Cụ thể, Tập đoàn đã mở rộng phân phối sản phẩm Chanté đến 63.000 điểm bán GT sau 3 tháng ra mắt và thành công mang về doanh thu đạt 27 tỷ đồng/tháng. Kết quả tích cực này tạo nền tảng vững chắc để Tập đoàn tiến hành tái cấu trúc danh mục thương hiệu thuộc nhóm ngành hàng chăm sóc cá nhân (HPC) bao gồm Chanté và NET, nhằm tăng cường tham gia để nắm bắt xu hướng tiêu dùng và thúc đẩy tăng trưởng trong các phân khúc tiềm năng. Trong 9 tháng đầu năm 2025, thương hiệu Chanté đạt doanh thu 728 tỷ đồng, tăng 102% so với cùng kỳ năm trước, ghi nhận tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ và tiềm năng mở rộng thị phần của thương hiệu.

4.2.3. Chiến lược Go Global ghi dấu thương hiệu Việt trên bản đồ thế giới

Một trong những bước đi quan trọng trong chiến lược tăng trưởng của Tập đoàn là đẩy mạnh chiến lược Go Global. Các thị trường chính mà Tập đoàn hướng đến bao gồm Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản và EU, tập trung vào các sản phẩm gia vị, thực phẩm tiện lợi và cà phê hòa tan. Trong 9 tháng đầu năm 2025, doanh thu xuất khẩu đạt 1.075 tỷ đồng, tăng 28% so với cùng kỳ năm trước. Các sản phẩm chủ lực như gia vị/cà phê hòa tan, đã ghi nhận mức tăng trưởng mạnh tại các thị trường Nhật Bản/Hàn Quốc/Canada, khẳng định bước tiến vững chắc trong việc xây dựng thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế.

4.3. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch doanh thu, lợi nhuận và cổ tức

Dưới góc độ của nhà tư vấn chuyên nghiệp, Công ty Cổ phần Chứng khoán Vietcap đã tiến hành thu thập thông tin, nghiên cứu, phân tích và đưa ra những đánh giá và dự báo về hoạt động kinh doanh của Công ty.

Nếu không có những biến động bất thường ảnh hưởng tới hoạt động của Công ty thì kế hoạch doanh thu, lợi nhuận mà Công ty đã đề ra là khả thi. Kế hoạch chi trả cổ tức hàng năm Công ty đề ra nhằm đảm bảo được mức lợi tức cho các cổ đông cũng như mục tiêu tái đầu tư phát triển của Công ty.

Chúng tôi xin lưu ý rằng, mọi ý kiến đánh giá trên đây được đưa ra dưới góc độ tư vấn, trên cơ sở nghiên cứu về Chứng khoán và Thị trường chứng khoán, triển vọng của nền kinh tế, ngành và Công ty. Những đánh giá trên đây của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức của Công ty chỉ có ý nghĩa tham khảo cho các nhà đầu tư.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

VI. THÔNG TIN VỀ CỔ ĐÔNG SÁNG LẬP, CỔ ĐÔNG LỚN, THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, BAN TỔNG GIÁM ĐỐC, BAN KIỂM SOÁT, KẾ TOÁN TRƯỞNG

1. Thông tin về cổ đông sáng lập

Theo quy định tại khoản 3 Điều 120 Luật doanh nghiệp số 59/2020/QH14:

"Trong thời hạn ba (03) năm kể từ ngày công ty được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, cổ phần phổ thông của cổ đông sáng lập được tự do chuyển nhượng cho cổ đông sáng lập khác và chỉ được chuyển nhượng cho người không phải là cổ đông sáng lập nếu được sự chấp thuận của Đại hội đồng cổ đông. Trường hợp này, cổ đông sáng lập dự định chuyển nhượng cổ phần phổ thông thì không có quyền biểu quyết về việc chuyển nhượng cổ phần đó."

CTCP Hàng tiêu dùng Masan được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu vào năm 2000, tính đến thời điểm hiện tại, các hạn chế chuyển nhượng đối với cổ phần của cổ đông sáng lập đều đã hết hiệu lực.

2. Thông tin về cổ đông lớn

2.1. Đối với cổ đông lớn là cá nhân

Tại ngày 22/10/2025, không có cổ đông là cá nhân nắm giữ trên 5% cổ phần của Công ty

2.2. Đối với cổ đông lớn là tổ chức

Tại ngày 22/10/2025, danh sách cổ đông là tổ chức nắm giữ trên 5% cổ phần của Công ty như sau:

STT	Tên cổ đông	Năm thành lập	Vốn điều lệ (triệu đồng)	Số ĐKKD	Ngày cấp	Nơi cấp	Người đại diện theo pháp luật	Địa chỉ trụ sở chính	Người đại diện vốn tại MCH
1	Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings	2009	602.700	0309269038	06/08/2009	Sở KH&ĐT TP.HCM (nay là Sở Tài chính TP.HCM)	Nguyen Michael Hung – Chủ tịch HĐQT – Quốc tịch Mỹ	Số 23 Lê Duẩn, P. Sài Gòn, TP. HCM	Nguyen Michael Hung

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Chi tiết số cổ phần của các cổ đông nắm giữ từ trên 5% cổ phần của Công ty và tỷ lệ nắm giữ như sau:

STT	Tên cổ đông	Thời điểm	Loại CP	Số CP	Tỷ lệ sở hữu/ VĐL (%)
1	Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings	Trở thành cổ đông lớn kể từ tháng 10 năm 2009	Có quyền biểu quyết	6.955.000	11,04%
			Hạn chế CN	-	-
			Ưu đãi	-	-
		Hiện tại (ngày 22/10/2025)	Có quyền biểu quyết	740.598.412	69,37%
			Hạn chế CN (*)	740.598.412	69,37%
			Ưu đãi	-	-

(*): Theo quy định tại điểm d, khoản 1, Điều 109, Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020. Vui lòng xem chi tiết ở Mục VII – phần 5.

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Chi tiết số lượng cổ phần nắm giữ của những người có liên quan của cổ đông lớn, Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings như sau: Không có

2.3. Các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết với cổ đông, người đại diện theo ủy quyền của cổ đông sở hữu trên 10% tổng số cổ phần phổ thông và những người có liên quan của họ

Các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (và những người có liên quan) và Tổ chức đăng ký niêm yết:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 55: Các hợp đồng, giao dịch giữa Tập đoàn với cổ đông lớn/người có liên quan của cổ đông lớn

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
1	(MSI - MCH) Hợp đồng cho vay và các phụ lục sửa đổi	Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (bên vay)	Công nghiệp Masan (bên cho vay)	26/01/2016	Cho vay	400.000	Chủ tịch công ty, Tổng Giám đốc và Kiểm soát viên – Công nghiệp Masan	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Tổng Giám đốc và Kiểm soát viên số 001/2016/BBH-BĐH-MSI ngày 04/01/2016 của Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan
2	(MMB - MCH) Hợp đồng cho vay và các phụ lục sửa đổi	Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (bên vay)	Masan MB (bên cho vay)	01/11/2017	Cho vay	400.000	Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên – Masan MB	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên số 1101/2017/NQ-MSMB ngày 01/11/2017 của Công ty TNHH Một thành viên Masan MB
3	(MSC - TCX) Hợp đồng dịch vụ_TCX-MSC-HĐDV-2023	CTCP The CrownX (bên cung cấp dịch vụ)	MCH (bên mua dịch vụ)	01/01/2023	Mua bán dịch vụ	17.996	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty) - MCH	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 02/2016/NQ-HĐQT-MSC ngày 01/02/2016 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
4	(MHD - MBD) HDMBNT_0103/2016/HĐ-MBD	Masan Brewery Distribution (bên bán)	Masan HD (bên mua)	05/01/2016	Mua bán hàng hóa	149	Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên – Masan HD	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên số 001/2016/BBH-BĐH-MHD ngày 04/01/2016 của Công ty TNHH Một thành viên Masan HD
5	(MHG - HGB) HDDV_HGB-MHG-SHVN-2020	Masan Brewery HG (bên bán)	Masan HG (bên mua)	10/11/2020	Mua bán dịch vụ	3.562	Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên – Masan HG	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên số 01/2016/ NQ-MSHG ngày 19/9/2016 của Công ty TNHH Một thành viên Masan HG
6	(MHG - HGB) HDMB_006/2022/HĐ-MHG	Masan Brewery HG (bên bán)	Masan HG (bên mua)	24/05/2022	Mua bán hàng hóa	2.862	Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên – Masan HG	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên số 01/2016/ NQ-MSHG ngày 19/9/2016 của Công ty TNHH Một thành viên Masan HG

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
7	(MMB - MBD) HDMBNT_0104/2016/HĐ-MBD	Masan Brewery Distribution (bên bán)	Masan MB (bên mua)	05/01/2016	Mua bán hàng hóa	215	Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên – Masan MB	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên số 01/2015/NQ-MSMB ngày 15/7/2015 của Công ty TNHH Một thành viên Masan MB
8	(MSI - MBD) HDMBNT_0101/2016/HĐ-MBD	Masan Brewery Distribution (bên bán)	Công nghiệp Masan (bên mua)	05/01/2016	Mua bán hàng hóa	275	Chủ tịch công ty, Tổng Giám đốc và Kiểm soát viên	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Tổng Giám đốc và Kiểm soát viên số 001/2016/BBH-BĐH-MSI ngày 04/01/2016 của Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan
9	(NET - MBB) HDHT_2024/NET - MBB/HDHT	Masan Brewery MB (bên cung cấp dịch vụ)	NETCO (bên mua dịch vụ)	01/04/2024	Mua bán dịch vụ	315	Tổng Giám đốc (ký bởi người đại diện theo ủy quyền)	Giao dịch giá trị rất nhỏ, không ban hành quyết định
10	(NET - MBD) HĐMBNT_02/2022/HĐMB-MBD	Masan Brewery Distribution (bên bán)	NETCO (bên mua)	01/07/2022	Mua bán hàng hóa	139	Tổng Giám đốc (ký bởi người đại diện theo ủy quyền)	Giao dịch giá trị rất nhỏ, không ban hành quyết định

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
11	(QNW - MBD) HDMBNT_02/2016/HĐ-MBD	Masan Brewery Distribution (bên bán)	QNW Corp (bên mua)	10/08/2016	Mua bán hàng hóa	53	Tổng Giám đốc – QNW Corp	Giao dịch giá trị rất nhỏ, không ban hành quyết định
12	(VCF - MBD) HDMBNT_06/2015/HĐNTMB/VCF-MBD	Masan Brewery Distribution (bên bán)	VinaCafé B.H (bên mua)	01/05/2015	Mua bán hàng hóa	81	Tổng Giám đốc – VinaCafé B.H	Giao dịch giá trị rất nhỏ, không ban hành quyết định
13	(VCF - MBD) HDMBNT_06/2015/HĐNTMB/VCF-MBD	Masan Brewery Distribution (bên mua)	VinaCafé B.H (bên bán)	01/05/2015	Mua bán hàng hóa	428	Tổng Giám đốc – VinaCafé B.H	Giao dịch giá trị rất nhỏ, không ban hành quyết định
14	(VHW - MBD)	Masan Brewery Distribution (bên bán)	Vĩnh Hảo (bên mua)	01/06/2015	Mua bán hàng hóa	51	Tổng Giám đốc – Vĩnh Hảo	Giao dịch giá trị rất nhỏ, không ban hành quyết định
15	(MSC-MBD) HĐNTMB_05/2015/HĐ-MSC	Masan Brewery Distribution (bên bán)	MCH (bên mua)	01/10/2015	Mua bán hàng hóa	1.203	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty)	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 08/2015/NQ-HĐQT-MSC ngày 11/03/2015 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
16	(MSC-MBD) HĐNTMB_05/2015/HĐ-MSC	Masan Brewery Distribution (bên mua)	MCH (bên bán)	01/10/2015	Mua bán hàng hóa	427	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty)	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 08/2015/NQ-HĐQT-MSC ngày 11/03/2015 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
17	(MSC-MBD) Hợp đồng hỗ trợ quản lý_MBD-MSC-SHCO-2017	Masan Brewery Distribution (bên mua dịch vụ)	MCH (bên cung cấp dịch vụ)	01/01/2017	Phí hỗ trợ quản lý	16.755	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty)	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 02/2016/NQ-HĐQT-MSC ngày 01/02/2016 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
18	(MSC-HGB) HĐNTMB_03/2018/HĐ-HGB-MSC	Masan Brewery HG (bên mua)	MCH (bên bán)	01/01/2018	Mua bán hàng hoá	86	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty)	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 02/2016/NQ-HĐQT-MSC ngày 01/02/2016 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
19	(HGB-MSC) HDDV_2024.MSC-BHG/HDTK	Masan Brewery HG (bên mua dịch vụ)	MCH (bên cung cấp dịch vụ)	01/11/2024	Mua dịch vụ	85	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty)	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 05/2024/NQ-HĐQT-MSC ngày 04/04/2024 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
20	(MSC-MBB) Hợp đồng hợp tác_2023 /MSC-MBB/HĐNT	Masan Brewery MB (bên cung cấp dịch vụ)	MCH (bên mua dịch vụ)	16/03/2023	Mua dịch vụ	4.221	Hội đồng Quản trị (giao dịch có giá trị <35% Tổng giá trị tài sản của Công ty)	Nghị quyết của Hội đồng Quản trị số 02/2016/NQ-HĐQT-MSC ngày 01/02/2016 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
21	(MSI - PYB) Hợp đồng cho vay	Masan Brewery PY (bên vay)	Công nghiệp Masan (bên cho vay)	22/12/2023	Cho vay	-	Chủ tịch công ty, Tổng Giám đốc và Kiểm soát viên – Công nghiệp Masan	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Tổng Giám đốc và Kiểm soát viên số 001/2016/BBH-BĐH-MSI ngày 04/01/2016 của Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan

STT	Hợp đồng	Đối tượng giao dịch trong hợp đồng		Ngày ký	Loại giao dịch	Giá trị giao dịch trong năm 2025 tính đến 30/09/2025 (triệu đồng)	Cấp có thẩm quyền chấp thuận	Văn bản pháp lý thông qua
		Bên liên quan của cổ đông lớn	Công ty/Công ty con/Công ty liên kết					
22	(MMB - MBD) Hợp đồng cho vay	Masan Brewery Distribution (bên vay)	Masan MB (bên cho vay)	16/08/2024	Cho vay	-	Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên – Masan MB	Nghị quyết của Chủ tịch công ty, Giám đốc và Kiểm soát viên số 1101/2017/NQ-MSMB ngày 01/11/2017 của Công ty TNHH Một thành viên Masan MB

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

2.4. Lợi ích liên quan đối với Tổ chức đăng ký niêm yết

Cổ đông lớn/Bên liên quan của Cổ đông lớn	Mối quan hệ với Tổ chức đăng ký niêm yết	Lợi ích liên quan với Tổ chức đăng ký niêm yết
Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings	Cổ đông lớn	Nhận cổ tức hằng năm theo Phương án được ĐHĐCĐ thường niên thông qua.
Công ty Cổ phần The CrownX	Công ty mẹ của cổ đông lớn	Có các hợp đồng giao dịch với Công ty được trình bày tại Bảng 55 nêu trên.
Công ty TNHH MTV Masan Brewery Distribution ("Masan Brewery Distribution")	Công ty con gián tiếp của cổ đông lớn	Có các hợp đồng giao dịch với Tập đoàn được trình bày tại Bảng 55 nêu trên.
Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG ("Masan Brewery HG")	Công ty con gián tiếp của cổ đông lớn	Có các hợp đồng giao dịch với Tập đoàn được trình bày tại Bảng 55 nêu trên.
Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY ("Masan Brewery PY")	Công ty con gián tiếp của cổ đông lớn	Có các hợp đồng giao dịch với công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết được trình bày tại Bảng 55 nêu trên.

2.5. Lợi ích liên quan của cổ đông lớn tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Tổ chức đăng ký niêm yết hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Tổ chức đăng ký niêm yết

Không có, do công ty mẹ là Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (trước đây Công ty TNHH MasanConsumerHoldings) hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực tư vấn quản lý đầu tư và là công ty quản lý vốn của Công ty do đó không có lợi ích liên quan đến các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của Công ty. Masan Consumer Holdings cũng không có khoản đầu tư tại công ty khác có cùng lĩnh vực kinh doanh với MCH và không phải là khách hàng/nhà cung cấp lớn của MCH.

3. Thông tin về thành viên Hội đồng quản trị, Ủy ban Kiểm toán, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng

3.1. Hội đồng quản trị

STT	Họ và tên	Chức vụ
1	Ông Danny Le	Chủ tịch HĐQT
2	Ông Trương Công Thắng	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
3	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc
4	Ông Nguyễn Thiều Quang	Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán
5	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên HĐQT độc lập
6	Ông Trương Nhật Quang	Thành viên HĐQT độc lập kiêm Chủ tịch Uỷ Ban Kiểm toán

3.1.1. Danny Le – Chủ tịch HĐQT

- Họ tên: Danny Le
- Năm sinh: 1984
- Quốc tịch: Mỹ
- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Quản trị kinh doanh
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
2006 - 2010	Morgan Stanley	Chuyên viên phân tích, Bộ phận Ngân hàng Đầu tư (Analyst, Investment Banking Division)
2010 - 6/2020	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Giám đốc Chiến Lược và Phát Triển (Head of Strategy & Development)
4/2018 - 6/2020	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên HĐQT
6/2020 - nay	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Chủ tịch HĐQT
6/2020 - nay	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Tổng Giám đốc

- Chức vụ hiện nay: Chủ tịch HĐQT kiêm Người đại diện theo pháp luật Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2019 - nay	Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2019 - nay	Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2020 - nay	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Tổng Giám đốc
Từ năm 2021 - nay	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	Thành viên HĐQT
Từ năm 2024 - nay	Công ty Cổ phần The CrownX	Chủ tịch HĐQT và Tổng Giám đốc
Từ năm 2024 - nay	Công ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2023 - nay	Công ty TNHH The Sherpa	Chủ tịch công ty và Tổng Giám đốc
Từ năm 2025 - nay	Công ty Cổ phần The WinX	Tổng Giám đốc

- Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0% VĐL, trong đó:
  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: Không có
- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.
  - Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại: Không có.
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.
- Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Danny Le	Công ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce (Wincommerce)	Bán lẻ khác trong các cửa hàng kinh doanh tổng hợp	- Chức vụ: Chủ tịch HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	Wincommerce là công ty hoạt động bán lẻ dưới mô hình siêu thị, cửa hàng tiện lợi và là khách hàng lớn của Công ty (chủ yếu hoạt động bán buôn), nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Hợp đồng kinh doanh ký giữa Công ty và Wincommerce được Đại hội đồng cổ đông và Hội đồng quản trị thông qua, từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty.
Danny Le	Công ty Cổ phần Masan MEATLife ("MML")	Bán buôn thực phẩm (thịt và các sản phẩm làm từ thịt, gia cầm)	- Chức vụ: Chủ tịch HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	MML là công ty hoạt động trong lĩnh vực Bán buôn thịt và các sản phẩm làm từ thịt, gia cầm, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Ngoài hợp đồng MML mua hàng hóa của Công ty với giá trị nhỏ để sử dụng, làm quà biếu, quà tặng cho nhân viên thì giữa MML và Công ty có phát sinh một khoản chia sẻ chi phí quản lý với giá trị nhỏ mà Công ty thu của MML. Khoản chi phí quản lý này do việc tận dụng các nguồn lực trong Tập đoàn nhằm tối ưu chi phí. Hợp đồng ký giữa Công ty và MML được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Danny Le	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (PLH)	Bán lẻ đồ uống, thực phẩm trong các cửa hàng chuyên doanh	- Chức vụ: Thành viên HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	PLH là công ty hoạt động bán lẻ đồ uống, thực phẩm trong các cửa hàng chuyên doanh và là khách hàng của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Hợp đồng kinh doanh ký giữa Công ty và PLH được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty

3.1.2. Trương Công Thắng – Thành viên HĐQT, TGĐ

- Họ tên: Trương Công Thắng
- Năm sinh: 1973
- Quốc tịch: Việt Nam
- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Quản trị kinh doanh
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1993 – 1994	Liên doanh Sea Breeze Holding Co., Vũng Tàu	Cán bộ
Từ năm 1994 – 1995	VPĐD của ITC Global Holdings Co., TP. HCM	Cán bộ
Từ năm 1996 – 2001	Công ty TNHH Procter & Gamble Việt Nam	Marketing
Từ năm 2001 – 2002	Công ty TNHH Procter & Gamble Việt Nam	Marketing kiêm Media Manager
Từ năm 2002 – 2006	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Phó Tổng Giám đốc
Từ năm 2007 – 04/2014	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Tổng Giám đốc
Từ 5/2014 - 5/2017	Công ty TNHH VN Nam Đàn Vạn An	Chủ tịch HĐQT

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 6/2017 - 2/2018	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Chủ tịch Hội đồng Quản trị
Từ 02/2018 – 06/2020	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Chủ tịch Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc
Từ 07/2020 – nay	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên HĐQT và Tổng Giám đốc

- Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT, TGĐ kiêm Người đại diện theo pháp luật Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2020 - nay	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2019 - nay	Masan Consumer (Thailand) Limited	Giám đốc
Từ năm 2020 - nay	Công ty Cổ phần The CrownX	Thành viên HĐQT
Từ năm 2020 - nay	Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM	Thành viên HĐQT

- Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 191.659 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,018% VĐL, trong đó:
  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 191.659 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,018%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: Không có
- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.
  - Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại:

Thù lao, tiền thưởng và lợi ích khác	Năm 2023	Năm 2024	9T2025
Thù lao, tiền lương, tiền thưởng (đồng)	7.000.474.708	6.712.296.041	3.816.084.099
Cổ phiếu ESOP	Không có	86.354	66.360

Thù lao, tiền thưởng và lợi ích khác	Năm 2023	Năm 2024	9T2025
Lợi ích khác	Không có	Không có	Không có

– Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty:

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Trương Công Thắng	Công ty Cổ phần Bột Giặt NET ("NETCO")	Sản xuất mỹ phẩm, xà phòng, chất tẩy rửa, làm bóng và chế phẩm vệ sinh	- Chức vụ: Chủ tịch HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	NETCO là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm đồ dùng gia đình (bột giặt, sữa tắm, nước rửa chén, nước xả, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của NETCO để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với NETCO được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Trương Công Thắng	Masan Consumer (Thailand)	Bán buôn, bán lẻ thực phẩm, đồ uống tại thị trường Thái Lan	- Chức vụ: Giám đốc - SLCP nắm giữ và %	MTH là công ty được thành lập và hoạt động bán buôn, bán lẻ các sản phẩm của Công ty tại thị trường Thái Lan và là công

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
	Limited ("MTH")		tương ứng: 0	ty con của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Hợp đồng bán sản phẩm, hàng hóa của Công ty với MTH được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty

3.1.3. Nguyễn Hoàng Yến – Thành viên HĐQT

- Họ tên: Nguyễn Hoàng Yến
- Năm sinh: 1963
- Quốc tịch: Việt Nam
- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Nga văn, Cử nhân chuyên ngành Quản trị doanh nghiệp
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1987 – 1990	Trường Cao đẳng Kiểm sát	Giáo viên
Từ năm 2000 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên HĐQT và Phó Tổng Giám đốc

- Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT, Phó TGĐ Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2009 - nay	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Thành viên HĐQT
Từ năm 2000 - nay	Công ty Cổ phần Masan	Thành viên HĐQT
Từ năm 2020 - nay	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	Thành viên HĐQT

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2008 - nay	Công ty Cổ phần Masan PQ	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2016 - nay	Công ty TNHH MTV Nam Ngư Phú Quốc	Chủ tịch Công ty
Từ năm 2019 - nay	Công ty TNHH Masan Long An	Chủ tịch Công ty
Từ năm 2007 - nay	Công ty TNHH Cát Trắng	Chủ tịch HĐTV và Giám đốc
Từ năm 2023 - nay	Công ty Cổ phần Phong Phú – Lâm Đồng	Tổng Giám đốc

– Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 1.636.505 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,153%, trong đó:

- Cổ phần sở hữu cá nhân: 1.636.505 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,153%
- Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
- Số cổ phần của những người có liên quan: 46.206 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,004%

– Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty:

STT	Họ và tên người có liên quan	Mối quan hệ	Chức vụ của người có liên quan tại Công ty	CMND/ CCCD/ ĐKKD	Số lượng cổ phần nắm giữ	Tỷ lệ
1	Nguyễn Đăng Quang	Chồng	Không có	045063000099	44.135	0,004%
2	Phạm Thị Thư	Chị dâu	Không có	001156008624	1.880	0%
3	Nguyễn Quý Định	Mẹ chồng	Không có	044133003336	191	0%

– Lợi ích liên quan đối với Công ty:

- Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.
- Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại:

Thù lao, tiền thưởng và lợi ích khác	Năm 2023	Năm 2024	9T2025
Thù lao, tiền lương, tiền thưởng (đồng)	6.296.381.449	5.110.657.411	2.655.209.350
Cổ phiếu ESOP	Không có	178.536	79.223
Lợi ích khác	Không có	Không có	Không có

– Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty:

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Nguyễn Hoàng Yến	Công ty Cổ phần Bột Giặt NET ("NETCO")	Sản xuất mỹ phẩm, xà phòng, chất tẩy rửa, làm bóng và chế phẩm vệ sinh	- Chức vụ: Thành viên HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	NETCO là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm đồ dùng gia đình (bột giặt, sữa tắm, nước rửa chén, nước xả, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của NETCO để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với NET được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Nguyễn Hoàng Yến	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa ("VinaCafé B.H")	Sản xuất, chế biến đồ uống	- Chức vụ: Thành viên HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	VinaCafé B.H là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến đồ uống (trà, cà phê, nước tăng lực, nước giải khát, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				ty mua hàng hóa của VinaCafé B.H để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với VinaCafé B.H được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Nguyễn Hoàng Yến	Công ty Cổ phần Masan PQ (MPQ)	Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản	- Chức vụ: Chủ tịch HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	MPQ và Nam Ngư Phú Quốc là các công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản (nước mắm, nước chấm, nước mắm cốt, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của MPQ và Nam Ngư Phú Quốc để sản xuất, phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh.
Nguyễn Hoàng Yến	Công ty TNHH MTV Nam Ngư Phú Quốc ("Nam Ngư Phú Quốc")	Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với MPQ và Nam Ngư Phú Quốc được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty

3.1.4. Nguyễn Thiều Quang – Thành viên HĐQT

- Họ tên: Nguyễn Thiều Quang
- Năm sinh: 1959
- Quốc tịch: Việt Nam
- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Kỹ sư xây dựng mỏ, Cử nhân chuyên ngành Quản trị kinh doanh
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1983 – 1986	Nhà máy Thủy điện Trị An - Tổng công ty Xây dựng Số 1	Kỹ sư
Từ năm 1986 – 1988	Tổng Công ty Nhập khẩu Thiết bị Đồng bộ, Technoimport - Bộ Ngoại thương	Kỹ sư
Từ năm 1986 – 1988	Tổng Công ty Nhập khẩu Thiết bị Đồng bộ, Technoimport - Bộ Ngoại Thương	Kỹ sư
Từ năm 1989 – 1995	Công ty Công nghệ mới TP. Hồ Chí Minh	Kỹ sư và Giám đốc Văn phòng đại diện tại Ukraine
Từ năm 1996 – 1999	Công ty Liên doanh Vinaturbo	Tổng giám đốc
Từ năm 1997 – 2015	Công ty cổ phần Đa My	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 1998 – 2017	Công ty cổ phần Thương mại La Giang	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 1999 – 2008	Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam	Thành viên HĐQT Phó Chủ tịch HĐQT

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
		Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2005 – 2009	Công ty cổ phần Hoa Sen	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2008 – 2017	Công ty cổ phần xây dựng số 3 Hải Phòng	Ủy viên HĐQT
Từ năm 2008 – 2017	Tổng Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu và Xây dựng Việt Nam - Vinaconex	Ủy viên HĐQT
Từ năm 2009 – 2018	Công ty Cổ phần Bất động sản Masan	Thành viên HĐQT
Từ năm 2005 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên HĐQT
Từ ngày 26/04/2021 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên Ủy ban Kiểm toán
Từ năm 2008 – nay	Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam	Phó Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2014 – nay	Công ty cổ phần Môi trường và Xây dựng Sài Gòn - Senco	Chủ tịch HĐQT

- Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2008 - nay	Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam (Techcombank)	Phó Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2000 - nay	Công ty cổ phần Công nghệ Môi trường và Xây dựng Sài Gòn - Senco	Chủ tịch HĐQT

- Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 211.520 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,02%, trong đó:
  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 211.520 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,02%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.
  - Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại: Không có

- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.
- Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty: Không có

3.1.5. Nguyễn Thị Thu Hà – Thành viên HĐQT

- Họ tên: Nguyễn Thị Thu Hà
- Năm sinh: 1974
- Quốc tịch: Việt Nam
- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Luật, Cử nhân chuyên ngành Quản trị kinh doanh, Cử nhân chuyên ngành ngoại ngữ (tiếng Anh và tiếng Nga)
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1994 - nay	Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA)	Cán bộ văn phòng
Từ năm 2021 - nay	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán
Từ năm 2021 - nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên HĐQT
Từ năm 2021 - nay	Công ty Cổ phần Masan	Thành viên HĐQT

- Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2021 - nay	Công ty Cổ phần Masan	Thành viên HĐQT
Từ năm 2021 - nay	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Thành viên HĐQT

- Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%, trong đó:
  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức

đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.

- Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại: Không có

– Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty: Không có

3.1.6. Trương Nhật Quang – Thành viên HĐQT

– Họ tên: Trương Nhật Quang

– Năm sinh: 1973

– Quốc tịch: Việt Nam

– Trình độ học vấn: Đại học

– Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Luật

– Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1995 – 1999	Đoàn Luật sư Thành phố Hà Nội	Luật sư tập sự
Từ năm 1999 – nay	Công ty luật TNHH YKVN (và các tổ chức hành nghề tiền thân của YKVN)	Luật sư Điều hành kiêm Giám đốc
Từ 11/2025 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Thành viên HĐQT độc lập kiêm Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

– Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT kiêm Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán – Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

– Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1999 – nay	Công ty luật TNHH YKVN (và các tổ chức hành nghề tiền thân của YKVN)	Luật sư Điều hành kiêm Giám đốc

– Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%, trong đó:

- Cổ phần sở hữu cá nhân: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
- Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
- Số cổ phần của những người có liên quan: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%

- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có.
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ:

Loại Giao dịch	Giá trị giao dịch	Các điều khoản quan trọng khác của hợp đồng	Cấp có thẩm quyền chấp thuận
Hợp đồng dịch vụ	Tính trên số giờ thực tế của các Luật sư tham gia, nhưng không vượt quá 8.160.000.000 đồng	- Nội dung: tư vấn dịch vụ pháp lý cho Công ty - Thời hạn thanh toán: trong vòng 30 ngày sau khi hoàn thành công việc	Tổng Giám đốc

  - Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại: Không có.
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.
- Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty: Không có.

3.2. Ủy ban Kiểm toán

STT	Họ và tên	Chức vụ
1	Ông Trương Nhật Quang	Thành viên HĐQT độc lập kiêm Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán
2	Ông Nguyễn Thiều Quang	Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán

3.2.1. Trương Nhật Quang – Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán: xem mục 3.1.6

3.2.2. Nguyễn Thiều Quang – Thành viên Ủy ban Kiểm toán: xem mục 3.1.4

3.3. Ban Tổng Giám đốc, Giám đốc tài chính và Kế toán trưởng

STT	Họ và tên	Chức vụ
1	Ông Trương Công Thắng	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
2	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc
3	Ông Phạm Hồng Sơn	Phó Tổng Giám đốc
4	Ông Phạm Đình Toại	Phó Tổng Giám đốc
5	Ông Huỳnh Việt Thăng	Giám đốc Tài chính
6	Bà Phan Thị Thúy Hoa	Kế toán trưởng

3.3.1. Trương Công Thắng – Tổng Giám đốc: xem mục 3.1.2

3.3.2. Nguyễn Hoàng Yến – Phó Tổng Giám đốc: xem mục 3.1.3

3.3.3. Phạm Hồng Sơn – Phó Tổng Giám đốc

- Họ tên: Phạm Hồng Sơn
- Năm sinh: 1963
- Quốc tịch: Việt Nam
- Trình độ học vấn: Sau đại học
- Năng lực chuyên môn: Tiến sỹ chuyên ngành kỹ thuật, Cử nhân chuyên ngành kỹ thuật
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2001 – 2008	Công ty Cổ phần Bao bì Minh Việt	Giám đốc
Từ năm 2003 – 2007	Công ty TNHH MTV Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	Tổng Giám đốc
Từ năm 2005 – nay	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Giám đốc
Từ năm 2009 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan HD	Chủ tịch công ty
Từ năm 2009 - 2012	Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan	Tổng Giám đốc
Từ năm 2012 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan	Chủ tịch công ty
Từ năm 2012 – nay	Công ty TNHH MTV Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	Chủ tịch công ty
Từ 3/2012 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Phó Tổng Giám đốc
Từ năm 2013 – nay	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2013 – 2020	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa	Thành viên HĐQT
Từ năm 2020 – nay	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2014 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan MB	Chủ tịch công ty
Từ năm 2014 – nay	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2015 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan HG	Chủ tịch công ty
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Masan HPC	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2020 – nay	Công ty TNHH Masan HN	Chủ tịch công ty
Từ năm 2020 – nay	Công ty TNHH Masan Innovation	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2021 – nay	Công Ty TNHH Tự Giặt Sấy Chanté	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2022 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan HG 2	Chủ tịch công ty
Từ năm 2025 – nay	Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang	Chủ tịch công ty

- Chức vụ hiện nay: Phó Tổng Giám đốc - Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2020 – nay	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2013 – nay	Công ty Cổ phần Nước Khoáng Vĩnh Hảo	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2012 – nay	Công ty TNHH MTV Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	Chủ tịch công ty
Từ năm 2012 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan	Chủ tịch công ty
Từ năm 2009 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan HD	Chủ tịch công ty
Từ năm 2014 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan MB	Chủ tịch công ty
Từ năm 2015 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan HG	Chủ tịch công ty
Từ năm 2020 – nay	Công ty TNHH Masan HN	Chủ tịch công ty
Từ năm 2022 – nay	Công ty TNHH Masan Một thành viên HG 2	Chủ tịch công ty
Từ năm 2014 – nay	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha	Chủ tịch HĐQT
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Masan HPC	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2020 – nay	Công ty TNHH Masan Innovation	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2021 – nay	Công Ty TNHH Tự Giặt Sấy Chanté	Chủ tịch công ty và Giám đốc
Từ năm 2005 – nay	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Giám đốc
Từ năm 2025 – nay	Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang	Chủ tịch công ty

- Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 830.305 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,078%, trong đó:
  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 830.305 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,078%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: Không có
- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức

đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.

- Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại:

Thù lao, tiền thưởng và lợi ích khác	Năm 2023	Năm 2024	9T2025
Thù lao, tiền lương, tiền thưởng (đồng)	6.489.961.308	5.494.887.216	2.591.320.918
Cổ phiếu ESOP	Không có	171.890	72.979
Lợi ích khác	Không có	Không có	Không có

– Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty:

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Phạm Hồng Sơn	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa ("VinaCafé B.H")	Sản xuất, chế biến đồ uống	- Chức vụ: Chủ tịch HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	VinaCafé B.H và Vĩnh Hảo là các công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến đồ uống (trà, cà phê, nước tăng lực, nước giải khát, nước uống đóng chai, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của VinaCafé B.H và Vĩnh Hảo để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với VinaCafé B.H và Vĩnh Hảo được Hội
Phạm Hồng Sơn	Công ty Cổ phần Nước Khoáng Vĩnh Hảo ("Vĩnh Hảo")	Sản xuất, chế biến đồ uống	- Chức vụ: Chủ tịch HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH Một thành viên Công nghiệp Masan ("Công nghiệp Masan")	Sản xuất, chế biến Thực phẩm	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	Công nghiệp Masan, Masan HD, Masan MB, Masan HG là các công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến Thực phẩm (nước mắm, nước tương, nước chấm, gia vị, mì gói, cháo, phở, miến, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của Công nghiệp Masan, Masan HD, Masan MB, Masan HG để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với Công nghiệp Masan, Masan HD, Masan MB, Masan HG được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH Một thành viên Masan HD ("Masan HD")	Sản xuất, chế biến Thực phẩm	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH Một thành viên Masan MB ("Masan MB")	Sản xuất, chế biến Thực phẩm	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH Một thành viên Masan HG ("Masan HG")	Sản xuất, chế biến Thực phẩm	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty.
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH MTV Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến ("Việt Tiến")	Sản xuất, chế biến Thực phẩm, đồ uống	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	Việt Tiến là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nước uống đóng chai và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Khoảng 5 năm gần đây, Việt Tiến chủ yếu gia công hàng hóa cho các công ty khác hoặc cho các công ty khác trong Tập đoàn thuê mặt bằng để sản xuất kinh doanh (Vĩnh Hảo, Công ty Cổ phần Phúc Long Herigtage). Hợp đồng giữa Việt Tiến và các công ty này được HĐQT thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH Masan HG 2 ("Masan HG 2")	Sản xuất, chế biến Thực phẩm	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	Masan HG 2 là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất mì sợi, mì ống và chế biến thực phẩm làm từ thịt và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Hiện Masan HG 2 đang trong quá trình hoàn tất xây dựng nhà máy và đi vào sản xuất kinh doanh.
Phạm Hồng Sơn	Công ty TNHH SX TM DV Hương Giang ("Hương Giang")	Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản	- Chức vụ: Chủ tịch công ty - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	Hương Giang là công ty hoạt động trong lĩnh vực Chế biến, bảo quản thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với Hương Giang được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty.

3.3.4. Phạm Đình Toại – Phó Tổng Giám đốc

- Họ tên: Phạm Đình Toại
- Năm sinh: 1967
- Quốc tịch: Việt Nam
- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Tài chính – Kế toán, Cử nhân chuyên ngành Công nghệ Thông tin

– Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 1991 đến 1993	Công ty Dịch vụ Dầu khí - OSC	Giám sát Dịch vụ Giàn khoan – Mỏ Đại Hùng
Từ 1993 đến 1994	PetroVietnam Gas Company (PVGC)	Trợ lý Phó Tổng Giám đốc
Từ 1995 đến 1998	LD Khí hóa lỏng Việt nam	Trưởng phòng Hỗ trợ Kỹ thuật
Từ 1998 đến 2000	Unilever Vietnam	Trưởng phòng Kế toán Tổng hợp
Từ 2000 đến 2002	Unilever Asia (Singapore) Plc.	Unilever Corporate Audit
Từ 2002 đến 2009	Unilever Vietnam	- Giám đốc Kế hoạch & Phân tích Tài chính – Thực phẩm - Giám đốc Kế toán - Tài chính toàn tập đoàn
Từ 2009 đến 7/2013	Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Giám đốc Tài chính
Từ 7/2013 đến 3/2019	Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Phó Tổng Giám đốc vận hành
Từ 3/2019 đến 2020	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Trưởng Bộ phận Kế Hoạch Kinh Doanh toàn Tập đoàn
Từ 3/2020 đến 2021	Công ty Cổ phần Wincommerce	Phó Tổng Giám đốc vận hành
Từ 11/2025 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Phó Tổng Giám đốc

– Chức vụ hiện nay: Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

– Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác: Không có

– Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 24 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,00%, trong đó:

  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 24 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,00%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: Không có

– Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan đối với Công ty:

  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.

- Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác *(tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.)* trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại: Không có.

– Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty: Không có.

3.3.5. Huỳnh Việt Thăng – Giám đốc Tài chính

– Họ tên: Huỳnh Việt Thăng

– Năm sinh: 1973

– Quốc tịch: Việt Nam

– Trình độ học vấn: Đại học

– Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành kinh tế

– Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 1995 – 1999	Saigon Shipyard	Kế Toán Tổng Hợp
Từ 1999 – 2007	Coca-cola Viet Nam	Financial Controller
Từ 2007 – 2009	Unilever Vietnam	Finance Manager
Từ 2009 – 2013	Café Outspan Viet Nam	Financial Controller
Từ 2013 – 7/2018	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Kế toán trưởng
Từ 7/2018 – 3/2020	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Quyền Giám đốc Tài chính
Từ 3/2020 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Giám đốc Tài chính
Từ 4/2020 – nay	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	Thành viên HĐQT
Từ 9/2020 – nay	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	Thành viên HĐQT
Từ 4/2021 – nay	Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Thành viên HĐQT

– Chức vụ hiện nay: Giám đốc Tài chính - Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan

– Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ 4/2020 – nay	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	Thành viên HĐQT
Từ 9/2020 – nay	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	Thành viên HĐQT
Từ 4/2021 – nay	Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Thành viên HĐQT

– Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 280.619 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,026%, trong đó:

- Cổ phần sở hữu cá nhân: 280.619 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,026%
- Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%

- Số cổ phần của những người có liên quan: Không có

– Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có

– Lợi ích liên quan đối với Công ty:

- Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.
- Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác (tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.) trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại:

Thù lao, tiền thưởng và lợi ích khác	Năm 2023	Năm 2024	9T2025
Thù lao, tiền lương, tiền thưởng (đồng)	5.860.190.708	5.424.338.061	3.265.945.599
Cổ phiếu ESOP	Không có	162.274	65.382
Lợi ích khác	Không có	Không có	Không có

– Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.

– Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty:

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Huỳnh Việt Thắng	Công ty Cổ phần Bột Giặt NET ("NETCO")	Sản xuất mỹ phẩm, xà phòng, chất tẩy rửa, làm bóng và chế phẩm vệ sinh	- Chức vụ: Thành viên HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	NETCO là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm đồ dùng gia đình (bột giặt, sữa tắm, nước rửa chén, nước xả, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của NETCO để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với NETCO được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Huỳnh Việt Thăng	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh ("QNW Corp")	Sản xuất, chế biến đồ uống	- Chức vụ: Thành viên HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	QNW Corp là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến đồ uống (trà, cà phê, nước tăng lực, nước giải khát, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của QNW Corp để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với QNW Corp được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty
Huỳnh Việt Thăng	Công ty Cổ phần Masan MEATLife ("MML")	Bán buôn thực phẩm (thịt và các sản phẩm làm từ thịt, gia cầm)	- Chức vụ: Thành viên HĐQT - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	MML là công ty hoạt động trong lĩnh vực Bán buôn thịt và các sản phẩm làm từ thịt, gia cầm, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Ngoài hợp đồng MML mua hàng hóa của Công ty với giá trị nhỏ để sử dụng, làm quà biếu, quà tặng cho nhân viên thì giữa MML và Công ty có phát sinh một khoản chia sẻ chi phí quản lý với giá trị nhỏ mà Công ty thu của MML. Khoản chi phí quản lý này do việc tận dụng các nguồn lực trong Tập đoàn nhằm tối ưu chi phí. Hợp đồng ký giữa Công ty và MML được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty

3.3.6. Phan Thị Thúy Hoa – Kế toán trưởng

- Họ tên: Phan Thị Thúy Hoa
- Năm sinh: 1977
- Quốc tịch: Việt Nam

- Trình độ học vấn: Đại học
- Năng lực chuyên môn: Cử nhân chuyên ngành Kinh tế, Chứng chỉ bồi dưỡng kế toán trưởng
- Kinh nghiệm công tác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 1999 – 2000	Công ty TNHH TM Rồng Việt – Rinnai Việt Nam	Nhân viên kế toán
Từ năm 2001 – 2013	Công ty TNHH MTV CN Thực phẩm Việt Tiến	Kế toán trưởng
Từ năm 2015 – nay	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa	Kế toán trưởng
Từ 7/2018 – nay	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Kế toán trưởng
Từ năm 2014 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan	Kế toán trưởng
Từ năm 2014 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage	Kế toán trưởng
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Masan HPC	Kế toán trưởng

- Chức vụ hiện nay: Kế toán trưởng - Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
- Chức vụ đang nắm giữ tại các tổ chức khác:

Thời gian	Đơn vị công tác	Chức vụ
Từ năm 2015 – nay	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa	Kế toán trưởng
Từ năm 2014 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan	Kế toán trưởng
Từ năm 2014 – nay	Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage	Kế toán trưởng
Từ năm 2019 – nay	Công ty TNHH Masan HPC	Kế toán trưởng

- Số lượng cổ phần đang nắm giữ: 81.867 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,008%, trong đó:
  - Cổ phần sở hữu cá nhân: 81.867 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0,008%
  - Cổ phần đại diện sở hữu: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
  - Số cổ phần của những người có liên quan: 0 cổ phần, chiếm tỷ lệ 0%
- Thông tin về những người có liên quan đồng thời là cổ đông, người nội bộ của Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty:
  - Thông tin về các hợp đồng, giao dịch đang thực hiện hoặc đã ký kết và chưa thực hiện giữa Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty con của Tổ chức đăng ký niêm yết, công ty do Tổ chức đăng ký niêm yết nắm quyền kiểm soát trên 50% vốn điều lệ với thành viên HĐQT, TGĐ, Phó TGĐ, Kế toán trưởng và những người có liên quan của họ: Không có.
  - Thù lao, tiền lương và các lợi ích khác (tiền thưởng, cổ phiếu được nhận theo chương trình lựa chọn cho người lao động (số lượng, giá), v.v.) trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại:

Thù lao, tiền thưởng và lợi ích khác	Năm 2023	Năm 2024	9T2025
Thù lao, tiền lương, tiền thưởng (đồng)	2.905.437.676	2.976.159.407	1.876.695.605
Cổ phiếu ESOP	Không có	10.335	28.252
Lợi ích khác	Không có	Không có	Không có

- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có.
- Lợi ích liên quan tại doanh nghiệp khác hoạt động kinh doanh trong cùng lĩnh vực với Công ty hoặc là khách hàng/nhà cung cấp lớn của Công ty:

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
Phan Thị Thúy Hoa	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa ("VinaCafé B.H")	Sản xuất, chế biến đồ uống	- Chức vụ: Kế toán trưởng - SLCP nắm giữ và % tương ứng: 0	VinaCafé B.H là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến đồ uống (trà, cà phê, nước tăng lực, nước giải khát, v.v.) và là công ty con thành viên của Công ty, nên không có xung đột lợi ích mang tính cạnh tranh với Công ty. Công ty mua hàng hóa của VinaCafé B.H để phân phối ra thị trường, việc phân phối này nhằm tận dụng tối đa nguồn lực của các thành viên trong cùng tập đoàn, tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Hợp đồng mua bán hàng hóa giữa Công ty với VinaCafé B.H được Hội đồng quản trị thông qua (tổng giá trị hợp đồng dưới 35% tổng giá trị tài sản của Tập đoàn theo BCTC hợp nhất đã được kiểm toán gần nhất), từ đó kiểm soát xung đột lợi ích

Tên người nội bộ và người có liên quan	Tên doanh nghiệp khác có liên quan lợi ích	Hoạt động chính của doanh nghiệp	Mối quan hệ với doanh nghiệp	Phương án kiểm soát xung đột lợi ích
				giữa người nội bộ/ người có liên quan và Công ty

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

VII. CỔ PHIẾU ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT

1. Loại cổ phiếu

Cổ phiếu phổ thông

2. Mệnh giá

10.000 đồng/cổ phần

3. Mã cổ phiếu

MCH

4. Tổng số cổ phiếu đăng ký niêm yết

1.067.620.746 cổ phiếu

5. Số lượng cổ phiếu bị hạn chế chuyển nhượng theo quy định của pháp luật hoặc của tổ chức đăng ký niêm yết

Theo quy định tại Điểm đ Khoản 1 Điều 109, Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020, cổ đông là cá nhân, tổ chức có đại diện sở hữu là Chủ tịch Hội đồng quản trị, thành viên Hội đồng quản trị, Trưởng Ban kiểm soát và thành viên Ban Kiểm soát (Kiểm soát viên), Tổng giám đốc (Giám đốc), Phó Tổng giám đốc (Phó Giám đốc), Kế toán trưởng, Giám đốc tài chính và các chức danh quản lý tương đương do Đại hội đồng cổ đông bầu hoặc Hội đồng quản trị bổ nhiệm và cổ đông lớn là người có liên quan của các đối tượng trên phải cam kết tiếp tục nắm giữ 100% số cổ phiếu do mình sở hữu trong thời gian 06 tháng kể từ ngày giao dịch đầu tiên của cổ phiếu trên Sở Giao dịch Chứng khoán và 50% số cổ phiếu này trong thời gian 06 tháng tiếp theo.

Các cổ đông sáng lập không bị hạn chế chuyển nhượng do đã thỏa mãn điều kiện 03 năm từ khi thành lập.

Danh sách các cá nhân và tổ chức bị hạn chế chuyển nhượng theo quy định tại Điểm đ Khoản 1 Điều 109 Nghị định 155/2020/NĐ-CP chi tiết như sau:

STT	Tên	Chức vụ	Số lượng cổ phiếu nắm giữ	Hạn chế chuyển nhượng trong vòng 6 tháng từ ngày giao dịch đầu tiên	Hạn chế chuyển nhượng trong vòng 6 tháng tiếp theo
1	Ông Danny Le	Chủ tịch HĐQT	0	0	0
2	Ông Trương Công Thắng	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc	191.659	191.659	95.830
3	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc	1.636.505	1.636.505	818.253

STT	Tên	Chức vụ	Số lượng cổ phiếu nắm giữ	Hạn chế chuyển nhượng trong vòng 6 tháng từ ngày giao dịch đầu tiên	Hạn chế chuyển nhượng trong vòng 6 tháng tiếp theo
4	Ông Nguyễn Thiều Quang	Thành viên HĐQT kiêm Thành viên Ủy ban Kiểm toán	211.520	211.520	105.760
5	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên HĐQT độc lập	0	0	0
6	Ông Trương Nhật Quang	Thành viên HĐQT độc lập kiêm Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán	0	0	0
7	Ông Phạm Hồng Sơn	Phó Tổng Giám đốc	830.305	830.305	415.153
8	Ông Phạm Đình Toại	Phó Tổng Giám đốc	24	24	12
9	Ông Huỳnh Việt Thăng	Giám đốc tài chính	280.619	280.619	140.310
10	Bà Phan Thị Thúy Hoa	Kế toán trưởng	81.867	81.867	40.934
11	Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings	Không có	740.598.412	740.598.412	370.299.206
Tổng			**743.830.911**	**743.830.911**	**371.915.458**

Nguồn: CTCP Hàng tiêu dùng Masan

Tại thời điểm chốt danh sách cổ đông ngày 22/10/2025, ngoài các trường hợp nêu trên còn có:

- 546.974 cổ phiếu MCH do một cá nhân nắm giữ bị hạn chế chuyển nhượng do được phân phối cổ phiếu còn lại chưa được phân phối hết trong đợt chào bán cổ phiếu ra công chúng cho cổ đông hiện hữu kết thúc ngày 25/03/2025 (thời gian hạn chế chuyển nhượng từ 25/03/2025 đến 24/03/2026);
- 5.255.924 cổ phiếu bị hạn chế chuyển nhượng được phát hành theo chương trình lựa chọn cho người lao động (ESOP) 2025 theo Nghị quyết của ĐHĐCĐ thường niên năm 2025 số 02/2025/NQ-ĐHĐCĐ-MSC ngày 25/04/2025 (đợt phát hành kết thúc ngày 28/07/2025). Số lượng cổ phiếu bị hạn chế chuyển nhượng này đã bao gồm 312.196 cổ phiếu MCH sở hữu bởi các cá nhân được nêu ở bảng trên (thời gian hạn chế chuyển nhượng từ 28/07/2025 đến 27/07/2026).

6. Phương pháp tính giá

Giá tham chiếu dự kiến của cổ phiếu trong ngày giao dịch đầu tiên được tham khảo dựa trên 3 phương pháp sau:

(1) Phương pháp so sánh theo chỉ số P/B

(2) Phương pháp so sánh theo chỉ số P/E

(3) Phương pháp bình quân giá thị trường

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan là một trong những doanh nghiệp hàng tiêu dùng nhanh ("FMCG") hàng đầu tại Việt Nam, sở hữu các thương hiệu mạnh cùng hệ thống phân phối rộng khắp cả nước. Tuy nhiên, hiện nay số lượng các doanh nghiệp FMCG niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. HCM (HOSE) còn hạn chế, chưa hình thành được bộ mẫu so sánh trực tiếp trong nước có đầy đủ tính tương đồng về quy mô, mô hình hoạt động và cơ cấu ngành hàng. Do đó, Công ty thực hiện mở rộng phạm vi lựa chọn bộ mẫu so sánh sang các doanh nghiệp FMCG niêm yết tại một số thị trường châu Á như Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Hàn Quốc và Ấn Độ nhằm đảm bảo cơ sở tham chiếu định giá có tính đại diện và phù hợp hơn.

Bộ mẫu so sánh được lựa chọn trên cơ sở các tiêu chí chính bao gồm: (i) hoạt động trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh, tập trung vào các ngành hàng tương đồng với Masan Consumer như thực phẩm tiện lợi, gia vị, đồ uống, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình; (ii) có danh mục sản phẩm đa dạng, thương hiệu đại chúng và hệ thống phân phối rộng; và (iii) có quy mô hoạt động và vị thế thị trường tương đối phù hợp để tham chiếu. Trên cơ sở đó, Công ty đã tổng hợp thông tin của các doanh nghiệp FMCG tiêu biểu trong khu vực châu Á như Vinamilk, Nestlé (Malaysia), PT Unilever Indonesia, PT Mayora Indah, Osotspa, Carabao Group, Godrej Consumer Products và Samyang Foods. Việc lựa chọn các doanh nghiệp này bảo đảm tính tương đồng về lĩnh vực kinh doanh cốt lõi, mô hình sản xuất – phân phối, định vị thương hiệu và thị trường mục tiêu, qua đó nâng cao độ tin cậy khi áp dụng các phương pháp định giá theo hệ số P/B và P/E.

Bên cạnh yếu tố tương đồng về ngành nghề và quy mô, Tập đoàn cũng xem xét đầy đủ yếu tố rủi ro quốc gia khi sử dụng các doanh nghiệp niêm yết tại nhiều thị trường khác nhau làm cơ sở so sánh. Mặc dù Việt Nam, Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Hàn Quốc và Ấn Độ đều thuộc khu vực châu Á với đặc điểm chung là thị trường tiêu dùng lớn và tiềm năng tăng trưởng cao, song vẫn tồn tại sự khác biệt nhất định về mức độ phát triển kinh tế, ổn định vĩ mô, chính sách tiền tệ – tài khóa, môi trường pháp lý, độ sâu của thị trường vốn và khả năng tiếp cận dòng vốn quốc tế. Những khác biệt này có thể ảnh hưởng đến mặt bằng định giá cổ phiếu của từng thị trường. Do đó, nhằm hạn chế rủi ro phát sinh từ sự chênh lệch giữa các quốc gia, Công ty thực hiện tổng hợp và tham chiếu hệ số định giá từ các công ty trong từng quốc gia thuộc bộ mẫu, sau đó lựa chọn giá trị trung bình để áp dụng, thay vì sử dụng hệ số riêng lẻ của một thị trường cụ thể.

Cách tiếp cận này nhằm hạn chế ảnh hưởng của sự chênh lệch rủi ro quốc gia, đồng thời đảm bảo kết quả định giá phản ánh hợp lý điều kiện hoạt động thực tế của Masan Consumer tại thị trường Việt Nam. Việc kết hợp giữa bộ mẫu khu vực và nguyên tắc lựa chọn hệ số định giá thận trọng góp phần nâng cao tính khách quan, giảm thiểu sự phụ thuộc vào điều kiện kinh tế vĩ mô hay đặc thù ngành của một thị trường đơn lẻ, qua đó đảm bảo cơ sở định giá có tính khách quan, hợp lý và phù hợp với thông lệ quốc tế.

Ngoài ra, cũng cần nói thêm rằng ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) thường chịu tác động thấp từ rủi ro quốc gia do đặc thù phục vụ nhu cầu tiêu dùng thiết yếu, ổn định và có mức co giãn thấp trước biến động chu kỳ kinh tế cũng như các yếu tố vĩ mô. Do đó, Công ty đánh giá rủi ro quốc gia của bộ mẫu gồm các doanh nghiệp tương đồng tại khu vực Đông Nam Á và châu Á là ở mức thấp. Trên thị trường hiện không có báo cáo nào đánh giá rủi ro giữa các ngành hàng tiêu dùng ở các quốc gia khác nhau để phục vụ so sánh định lượng, cũng như không có tỷ lệ điều chỉnh rủi ro quốc gia khi sử dụng các hệ số tham chiếu từ thị trường khu vực.

Công ty đã tổng hợp và cập nhật thông tin của các công ty tương đồng trong khu vực Châu Á, cụ thể bộ mẫu so sánh bao gồm:

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 56: Tổng hợp thông tin của các công ty tương đồng trong khu vực Châu Á

STT	Tên công ty	Quốc gia	Sàn giao dịch	Mã chứng khoán	Mô tả về công ty	Tỷ trọng doanh thu thuần 2024 theo mảng (%)	Đánh giá mức độ tương đồng với Masan Consumer
1	CTCP Sữa Việt Nam	Việt Nam	HOSE	VNM	Công ty sữa hàng đầu Việt Nam, chuyên sản xuất và phân phối sữa và các sản phẩm từ sữa trong nước và quốc tế.	• Ngành hàng Đồ uống, bao gồm: sữa, các sản phẩm từ sữa, nước uống đóng chai, ngũ cốc dinh dưỡng, v.v.	Vinamilk hoạt động trong cùng thị trường tiêu dùng Việt Nam và sở hữu lợi thế thương hiệu nội địa mạnh. Cả Vinamilk và Masan Consumer đều khai thác các danh mục thực phẩm dinh dưỡng và đồ uống, dựa trên mạng lưới phân phối rộng khắp.
2	Nestlé (Malaysia) Berhad	Malaysia	KLSE	NESTLE	Chi nhánh của tập đoàn Nestlé toàn cầu tại Malaysia, kinh doanh các sản phẩm thực phẩm và đồ uống với danh mục thương hiệu phong phú.	• Ngành hàng Thực phẩm và Đồ uống: 77% • Khác (bao gồm Đồ dinh dưỡng, Nestlé Professional, Nestlé Health Science, NESPRESSO): 23%	Nestlé (Malaysia) và Masan Consumer đều là những công ty FMCG lớn, đặc biệt trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống, sở hữu nhiều loại sản phẩm phổ biến (gia vị, đồ uống, thực phẩm tiện lợi, v.v.) và có năng lực sản xuất và mạng lưới phân phối lớn.
3	PT Unilever Indonesia Tbk	Indonesia	IDX	UNVR	Công ty tiêu dùng hàng đầu tại Indonesia, chuyên sản xuất các sản phẩm chăm sóc cá nhân, gia dụng và thực phẩm.	• Ngành hàng Chăm sóc nhà cửa & Cá nhân: 64% • Ngành hàng Thực phẩm &	PT Unilever Indonesia và Masan Consumer đều là các tập đoàn FMCG lớn, hoạt động đa ngành trong lĩnh vực thực phẩm, đồ uống tiện lợi và sản phẩm chăm sóc cá nhân. Cả hai đều sở hữu các thương hiệu đại chúng và triển khai chiến lược phân phối

STT	Tên công ty	Quốc gia	Sàn giao dịch	Mã chứng khoán	Mô tả về công ty	Tỷ trọng doanh thu thuần 2024 theo mảng (%)	Đánh giá mức độ tương đồng với Masan Consumer
						Nước giải khát: 36%	rộng khắp, bao phủ cả kênh thương mại truyền thống lẫn hiện đại.
4	PT Mayora Indah Tbk	Indonesia	IDX	MYOR	Công ty thực phẩm và đồ uống lớn tại Indonesia, nổi tiếng với các sản phẩm bánh kẹo, cà phê, đồ uống giải khát, ngũ cốc, mì ăn liền và các sản phẩm ăn vặt.	• Ngành hàng Thực phẩm đóng gói: 61% • Ngành hàng Đồ uống đóng chai: 39%	PT Mayora và Masan Consumer đều là các công ty FMCG lớn, tập trung vào thực phẩm, nước khoáng, đồ uống đóng chai và cà phê, với chiến lược phân phối rộng khắp thông qua các kênh thương mại truyền thống và hiện đại, hướng đến thương hiệu đại chúng.
5	Osotspa Public Company Limited	Thái Lan	SET	OSP	Tập đoàn tiêu dùng lâu đời của Thái Lan, nổi bật với các dòng đồ uống tăng lực và sản phẩm chăm sóc sức khỏe, cá nhân.	• Ngành hàng Đồ uống: 82% • Ngành hàng Chăm sóc cá nhân: 10% • Khác: 8%	Cả Osotspa và Masan Consumer đều có danh mục sản phẩm tương đồng ở hai mảng chính: (1) Đồ uống, đặc biệt là nước giải khát và nước tăng lực; và (2) Sản phẩm chăm sóc cá nhân phục vụ nhu cầu tiêu dùng hàng ngày.
6	Carabao Group Public Company Limited	Thái Lan	SET	CBG	Công ty đồ uống Thái Lan nổi bật với nước tăng lực thương hiệu Carabao, đồng thời mở rộng sang các dòng sản phẩm như cà phê uống liền, nước đóng chai và nước giải khát bổ sung năng lượng.	• Ngành hàng Đồ uống, bao gồm: cà phê uống liền, nước đóng chai và nước giải khát bổ sung năng lượng, v.v.	Carabao và Masan Consumer tương đồng ở mảng đồ uống, đặc biệt là các sản phẩm nước giải khát, nước tăng lực. Cả hai công ty đều sở hữu thương hiệu đồ uống đại chúng, có độ phủ rộng trong kênh thương mại truyền thống và hiện đại.

STT	Tên công ty	Quốc gia	Sàn giao dịch	Mã chứng khoán	Mô tả về công ty	Tỷ trọng doanh thu thuần 2024 theo mảng (%)	Đánh giá mức độ tương đồng với Masan Consumer
7	Godrej Consumer Products Limited	Ấn Độ	NSEI	GODREJCP	Công ty hàng tiêu dùng lớn của Ấn Độ, chuyên sản xuất các sản phẩm chăm sóc cá nhân, sản phẩm gia dụng và sản phẩm chăm sóc nhà cửa.	• Ngành hàng Chăm sóc cá nhân: 53% • Ngành hàng Chăm sóc nhà cửa: 47%	Giống với Masan Consumer, Godrej được hưởng lợi từ các xu hướng ngành hấp dẫn và dư địa tăng trưởng: thu nhập khả dụng tăng, tốc độ đô thị hóa cao và mức độ sử dụng máy giặt tự động ngày càng phổ biến ở nông thôn đang thúc đẩy người tiêu dùng Việt Nam và Ấn Độ mua nhiều bột giặt hơn.
8	Samyang Foods Co., Ltd.	Hàn Quốc	KOSE	A003230	Công ty thực phẩm Hàn Quốc nổi tiếng với mì Buldak, tiên phong sản xuất mì ăn liền đầu tiên tại Hàn Quốc, sở hữu danh mục sản phẩm đa dạng và mạng lưới kinh doanh toàn cầu.	• Ngành hàng Mì ăn liền và Đồ ăn vặt: 80% • Khác (Nước xốt): 20%	Samyang Foods và Masan Consumer đều là công ty thực phẩm lớn, nổi tiếng với các thương hiệu mì ăn liền ở mỗi nước, sở hữu danh mục sản phẩm đa dạng và kênh phối phối rộng lớn.

Nguồn: S&P Capital IQ, Báo cáo tài chính hợp nhất, Báo cáo thường niên của các công ty

Bộ mẫu này bao gồm các công ty lớn, hoạt động trong các ngành hàng tương đồng với Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, qua đó đảm bảo tính đại diện, độ tin cậy và khả năng so sánh hợp lý giữa các chỉ số định giá.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

Bảng 57: Tổng hợp các chỉ số tài chính của các công ty tương đồng trong khu vực Châu Á

STT	Tên công ty	Quốc gia	Sàn giao dịch	Mã chứng khoán	Vốn hóa thị trường 18/11/2025 (tỷ đồng)	Doanh thu thuần 2024 (tỷ đồng)	Tăng trưởng CAGR[29] Doanh thu thuần 2019-2024	LNST hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu 2024 (tỷ đồng)	Biên lợi nhuận ròng phân bổ cho chủ sở hữu 2024	Giá trị sổ sách (tỷ đồng)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)=(8)/(6)	(10)
	CTCP Hàng tiêu dùng Masan	**Việt Nam**	**UPCoM**	**MCH**	**227.192**	**30.897**	**10,8%**	**7.803**	**25,3%**	**15.982**
1	CTCP Sữa Việt Nam	Việt Nam	HOSE	VNM	126.860	61.783	1,9%	9.392	15,2%	34.098
2	Nestlé (Malaysia) Berhad	Malaysia	KLSE	NESTLE	157.485	42.016	5,0%	2.477	5,9%	3.541
3	PT Unilever Indonesia Tbk	Indonesia	IDX	UNVR	191.513	70.277	-3,9%	6.737	9,6%	6.709
4	PT Mayora Indah Tbk	Indonesia	IDX	MYOR	94.499	72.146	7,6%	6.001	8,3%	34.598
5	Osotspa Public Company Limited	Thái Lan	SET	OSP	35.757	20.931	1,0%	1.266	6,0%	12.525
6	Carabao Group Public Company Limited	Thái Lan	SET	CBG	32.659	15.187	7,5%	2.197	14,5%	10.787
7	Godrej Consumer Products Limited	Ấn Độ	NSEI	GODREJCP	331.850	40.795	7,7%	5.261	12,9%	34.545
8	Samyang Foods Co., Ltd.	Hàn Quốc	KOSE	A003230	184.186	31.104	26,0%	4.896	15,7%	19.456
	Trung bình các công ty tương đồng					**44.280**		**4.778**	**11,0%**	**19.532**

Nguồn: Giá cổ phiếu tại ngày 18/11/2025 (Bloomberg), Báo cáo tài chính hợp nhất của các công ty

[29] CAGR: Tỷ lệ tăng trưởng hàng năm kép dùng để đo lường tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong một khoảng thời gian nhất định với giả định rằng lợi nhuận được tái đầu tư vào mỗi cuối năm. CAGR = [(Số dư cuối kỳ/ Số dư đầu kỳ)^(1/n)]-1. Trong đó, n là số năm trong giai đoạn thời gian được đo lường.

6.1. Phương pháp so sánh theo chỉ số P/B

Giá niêm yết dự kiến được xác định căn cứ vào giá trị sổ sách và hệ số giá trị sổ sách tham chiếu của ngành hoặc của nhóm đơn vị tương đương trong ngành (P/B) tại thời điểm xác định.

P = (BV * P/B bình quân) / S

Trong đó:

- P: Giá một cổ phiếu (theo phương pháp P/B)
- BV: Giá trị sổ sách của Tập đoàn tại 30/09/2025
- P/B bình quân: Hệ số giá chia cho giá trị sổ sách trên mỗi cổ phiếu bình quân được tham chiếu từ các công ty cùng ngành mà Công ty có cùng điều kiện kinh doanh và quy mô hoạt động tương ứng
- S: Tổng số lượng cổ phiếu đang lưu hành của Công ty

Bảng 58: Chỉ số P/B của các công ty tương đồng

Tên Công ty	Quốc gia	Mã chứng khoán	Giá cổ phiếu tại 18/11/2025	Giá trị vốn hóa thị trường tại 18/11/2025	Giá trị sổ sách tại 30/9/2025	P/B
			VND/cổ phiếu	Tỷ VND	Tỷ VND	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)=(5)/(6)
CTCP Sữa Việt Nam	Việt Nam	VNM	60.700	126.860	34.098	3,7
Nestlé (Malaysia) Berhad	Malaysia	NESTLE	671.579	157.485	3.541	44,5
PT Unilever Indonesia Tbk	Indonesia	UNVR	5.020	191.513	6.709	28,5
PT Mayora Indah Tbk	Indonesia	MYOR	4.240	94.499	34.598	2,7
Osotspa Public Company Limited	Thái Lan	OSP	11.904	35.757	12.525	2,9
Carabao Group Public Company Limited	Thái Lan	CBG	32.659	32.659	10.787	3,0
Godrej Consumer Products Limited	Ấn Độ	GODREJCP	324.356	331.850	34.545	9,6
Samyang Foods Co., Ltd.	Hàn Quốc	A003230	24.696.000	184.186	19.456	9,5
Giá trị P/B trung bình						**13,1**

Nguồn: Giá cổ phiếu tại ngày 18/11/2025 (Bloomberg) và số liệu tài chính tại BCTC hợp nhất năm 2024 đã được kiểm toán

Dựa trên mức P/B bình quân ngành là 13,1 lần và giá trị sổ sách tại 30/09/2025 của MCH là 15.981.913.458.792 đồng, giá trị hợp lý của cổ phiếu MCH theo phương pháp P/B được xác định ở mức **198.128 đồng/cổ phiếu**.

Chỉ tiêu		Giá trị
Vốn chủ sở hữu cho Công ty mẹ tại 30/9/2025 (đồng)	(1)	15.981.913.458.792
P/B bình quân đại diện ngành (lần)	(2)	13,1
Giá trị vốn cổ phần (đồng)	**(3) = (1) x (2)**	**209.363.066.310.175**
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (cổ phiếu)	(4)	1.056.705.358
Giá cổ phiếu MCH (đồng/cổ phiếu)	**(5) = (3)/(4)**	**198.128**

Tỷ giá quy đổi ngoại tệ/VND được sử dụng cụ thể như sau:

Tên Công ty	Sàn niêm yết	Quốc gia	Đồng tiền sử dụng	Tỷ giá
CTCP Sữa Việt Nam	HOSE	Việt Nam	Việt Nam đồng (VND)	
Nestlé (Malaysia) Berhad	Sở Giao dịch Chứng khoán Malaysia (KLSE)	Malaysia	Malaysian Ringgit (MYR)	1 MYR = 5.959 VND
PT Unilever Indonesia Tbk	Sở Giao dịch Chứng khoán Indonesia (IDX)	Indonesia	Indonesian Rupiah (IDR)	1 IDR = 2 VND
PT Mayora Indah Tbk	IDX	Indonesia	Indonesian Rupiah (IDR)	1 IDR = 2 VND
Osotspa Public Company Limited	Sở Giao dịch Chứng khoán Thái Lan (SET)	Thái Lan	Thailand Bath (THB)	1 THB = 773 VND
Carabao Group Public Company Limited	SET	Thái Lan	Thailand Bath (THB)	1 THB = 773 VND
Godrej Consumer Products Limited	Sở Giao dịch Chứng khoán Ấn Độ (NSEI)	Ấn Độ	India Rupee (INR)	1 INR = 284 VND
Samyang Foods Co., Ltd.	Sở Giao dịch Chứng khoán Hàn Quốc (KOSE)	Hàn Quốc	Korean Won (KRW)	1 KRW = 18 VND

Nguồn: Kho bạc nhà nước, Thông báo tỷ giá hạch toán ngoại tệ tháng 11 năm 2025

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

6.2. Phương pháp so sánh theo chỉ số P/E

Giá niêm yết dự kiến được xác định căn cứ vào Lợi nhuận sau thuế TNDN hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu và số nhân thu nhập tham chiếu của ngành hoặc của nhóm đơn vị tương đương trong ngành (P/E) tại thời điểm xác định.

P = (E * P/E bình quân) / S

Trong đó:

- P: Giá trị hợp lý trên cổ phần theo số nhân thu nhập (theo phương pháp P/E)
- E: Lợi nhuận sau thuế TNDN hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu của MCH
- P/E bình quân: Hệ số giá chia cho thu nhập cơ bản bình quân được tham chiếu từ các công ty cùng ngành mà Công ty có cùng điều kiện kinh doanh và quy mô hoạt động tương ứng
- S: Tổng số lượng cổ phiếu đang lưu hành của Công ty

Chỉ số P/E được tính bằng cách chia Giá trị vốn hóa thị trường của công ty cùng ngành cho Lợi nhuận sau thuế TNDN hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu của công ty đó. Chúng tôi sử dụng Giá trị vốn hóa thị trường tại thời điểm 18/11/2025 và Lợi nhuận sau thuế TNDN hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu cho năm tài chính kết thúc ngày 31/12/2024.

Do tại Việt Nam có rất ít doanh nghiệp tương đồng về quy mô và mô hình hoạt động với Công ty Cổ phần hàng tiêu dùng Masan, nên Công ty đã lựa chọn các công ty tương đồng niêm yết trên thị trường quốc tế dưới đây để làm cơ sở xác định P/E trung bình ngành:

Bảng 59: Chỉ số P/E của các công ty tương đồng

Tên Công ty	Quốc gia	Mã chứng khoán	Giá cổ phiếu tại 18/11/2025 VND/cổ phiếu	Giá trị vốn hóa thị trường tại 18/11/2025 Tỷ VND	LNST hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu 2024 Tỷ VND	P/E
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)=(5)/(6)
CTCP Sữa Việt Nam	Việt Nam	VNM	60.700	126.860	9.392	13,5
Nestlé (Malaysia) Berhad	Malaysia	NESTLE	671.579	157.485	2.477	63,6
PT Unilever Indonesia Tbk	Indonesia	UNVR	5.020	191.513	6.737	28,4
PT Mayora Indah Tbk	Indonesia	MYOR	4.240	94.499	6.001	15,7
Osotspa Public Company Limited	Thái Lan	OSP	11.904	35.757	1.266	28,2
Carabao Group Public	Thái Lan	CBG	32.659	32.659	2.197	14,9

Tên Công ty	Quốc gia	Mã chứng khoán	Giá cổ phiếu tại 18/11/2025	Giá trị vốn hóa thị trường tại 18/11/2025	LNST hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu 2024	P/E
			VND/cổ phiếu	Tỷ VND	Tỷ VND	
Company Limited						
Godrej Consumer Products Limited	Ấn Độ	GODREJCP	324.356	331.850	5.261	63,1
Samyang Foods Co., Ltd.	Hàn Quốc	A003230	24.696.000	184.186	4.896	37,6
Giá trị P/E trung bình						**33,1**

Nguồn: Giá cổ phiếu tại ngày 18/11/2025 (Bloomberg) và số liệu tài chính tại BCTC hợp nhất năm 2024 đã được kiểm toán

Lợi nhuận sau thuế TNDN hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu của Công ty cho năm tài chính kết thúc ngày 31/12/2024 là 7.803.275.518.996 đồng. Do đó, giá trị cổ phiếu của Công ty theo phương pháp so sánh P/E là 244.428 đồng/cổ phiếu.

Chỉ tiêu		Giá trị
Lợi nhuận sau thuế TNDN hợp nhất phân bổ cho chủ sở hữu (đồng)	(1)	7.803.275.518.996
P/E bình quân đại diện ngành (lần)	(2)	33,1
Giá trị vốn cổ phần (đồng)	**(3) = (1) x (2)**	**258.288.419.678.768**
Số lượng cổ phiếu đang lưu hành (cổ phiếu)	(4)	1.056.705.358
Giá cổ phiếu MCH (đồng/cổ phiếu)	**(5) = (3)/(4)**	**244.428**

6.3. Phương pháp bình quân giá thị trường

Phương pháp này sử dụng bình quân giá tham chiếu của 30 phiên giao dịch gần nhất để phản ánh giá thị trường hiện tại trên UPCoM trước khi chuyển sàn (từ ngày 08/10/2025 đến 18/11/2025). Theo phương pháp này, giá trị hợp lý của MCH được xác định là **165.473 đồng/cổ phiếu**, cụ thể như sau:

Bảng 60: Giá tham chiếu 30 phiên giao dịch trên UPCoM của cổ phiếu MCH

STT	Ngày	Giá tham chiếu (đồng/cổ phiếu)	STT	Ngày	Giá tham chiếu (đồng/cổ phiếu)
1	18/11/2025	219.700	16	28/10/2025	148.600
2	17/11/2025	218.400	17	27/10/2025	144.800

STT	Ngày	Giá tham chiếu (đồng/cổ phiếu)	STT	Ngày	Giá tham chiếu (đồng/cổ phiếu)
3	14/11/2025	218.300	18	24/10/2025	143.900
4	13/11/2025	212.500	19	23/10/2025	142.600
5	12/11/2025	205.600	20	22/10/2025	139.300
6	11/11/2025	201.000	21	21/10/2025	140.500
7	10/11/2025	193.500	22	20/10/2025	146.400
8	07/11/2025	188.300	23	17/10/2025	148.800
9	06/11/2025	189.900	24	16/10/2025	148.400
10	05/11/2025	182.200	25	15/10/2025	149.800
11	04/11/2025	171.500	26	14/10/2025	149.100
12	03/11/2025	159.400	27	13/10/2025	140.500
13	31/10/2025	158.800	28	10/10/2025	133.500
14	30/10/2025	154.400	29	09/10/2025	132.300
15	29/10/2025	149.600	30	08/10/2025	132.600
Giá tham chiếu bình quân 30 phiên giao dịch			**165.473 đồng/cổ phiếu**		

Nguồn: Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX)

Số lượng cổ phiếu đang lưu hành: 1.056.705.358 cổ phiếu
Giá trị vốn hóa bình quân 30 phiên từ ngày 08/10/2025 đến 18/11/2025 là: **174.856.205.704.334 đồng.**

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

6.4. Giá tham khảo theo các phương pháp

Bảng 61: Tổng hợp các phương pháp định giá

Phương pháp định giá	Giá trị (đồng/cổ phiếu)
(1) Phương pháp so sánh theo chỉ số P/B	198.128
(2) Phương pháp so sánh theo chỉ số P/E	244.428
(3) Phương pháp bình quân giá tham chiếu 30 phiên giao dịch cuối cùng trước khi hủy đăng ký giao dịch UPCoM	165.473
Giá trị trung bình cộng của 3 phương pháp	**202.676**

Kết quả định giá theo ba phương pháp cho thấy mức giá bình quân 30 phiên giao dịch cuối cùng trước khi hủy đăng ký giao dịch trên UPCoM thực tế là mức thấp nhất trong tất cả các phương pháp. Hai phương pháp so sánh theo chỉ số P/B và P/E cho kết quả cao hơn đáng kể và khá tương đồng, phản ánh giá trị hợp lý của doanh nghiệp so với các công ty cùng ngành. Ngược lại, phương pháp bình quân 30 phiên giao dịch chỉ cho ra mức 165.473 đồng/cổ phiếu, thấp hơn 16,5% so với định giá theo P/B và thấp hơn tới 32,3% so với kết quả theo P/E. Ngay cả khi lấy giá trị trung bình cộng của cả ba phương pháp cũng cao hơn 22,5% so với mức bình quân giá tham chiếu 30 phiên giao dịch.

Trên cơ sở nguyên tắc thận trọng, Công ty quyết định sử dụng mức giá bình quân 30 phiên giao dịch cuối cùng trước khi hủy đăng ký giao dịch trên UPCoM để làm giá tham chiếu cho ngày giao dịch đầu tiên trên HOSE, căn cứ theo Nghị quyết HĐQT số 23/2025/NQ-HĐQT-MSC ngày 02/10/2025 về việc thông qua phương pháp xác định giá tham chiếu của cổ phiếu MCH trong ngày giao dịch đầu tiên tại Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh. Đây là mức giá thấp nhất trong các phương pháp được xem xét, qua đó giúp đảm bảo sự thận trọng cần thiết, đồng thời bảo vệ lợi ích của nhà đầu tư và hạn chế rủi ro biến động giá quá lớn trong ngày giao dịch đầu tiên trên HOSE.

7. Các loại thuế có liên quan (thuế thu nhập và các thuế khác liên quan đến chứng khoán niêm yết)

Trong hoạt động, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con thực hiện các nghĩa vụ tài chính đối với Nhà nước như thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng, v.v. phụ thuộc vào các lĩnh vực kinh doanh, đầu tư của Công ty và các công ty con, tuân thủ theo chính sách của Nhà nước trong từng thời kỳ. Cụ thể như sau:

7.1. Thuế liên quan đến Tổ chức đăng ký niêm yết

7.1.1. Thuế thu nhập doanh nghiệp

Căn cứ Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp ("TNDN") số 67/2025/QH15 ngày 14/06/2025 có hiệu lực thi hành từ ngày 1/10/2025 và áp dụng từ kỳ tính thuế TNDN năm 2025, mức thuế suất thuế TNDN hiện hành áp dụng cho các doanh nghiệp tại Việt Nam là 20% trên lợi nhuận tính thuế, trừ các trường hợp:

- Thuế suất 15% áp dụng đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu năm không quá 03 tỷ đồng

- Thuế suất 17% áp dụng đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu năm từ trên 03 tỷ đồng đến không quá 50 tỷ đồng
- Thuế suất từ 25% đến 50% áp dụng đối với hoạt động tìm kiếm, thăm dò và khai thác dầu khí (Thủ tướng Chính phủ quyết định cụ thể cho từng hợp đồng dầu khí, căn cứ vào điều kiện và trữ lượng mỏ.
- Thuế suất 50% áp dụng đối với hoạt động thăm dò, khai thác tài nguyên quý hiếm (nếu mỏ có ≥70% diện tích ở địa bàn đặc biệt khó khăn thì áp dụng 40%).
- Thuế suất ưu đãi nếu Doanh nghiệp thuộc diện được hưởng ưu đãi thuế TNDN theo luật định.

Theo đó, mức thuế suất thuế TNDN áp dụng cho Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con là 20% trên lợi nhuận tính thuế trừ một số công ty con được hưởng ưu đãi thuế TNDN theo quy định.

Các ưu đãi này thường áp dụng cho các dự án đầu tư mới hoặc dự án đầu tư mở rộng thực hiện tại các địa bàn và/hoặc lĩnh vực được khuyến khích đầu tư.. Các ưu đãi thuế TNDN hiện đang áp dụng tại một số công ty con của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan bao gồm:

- Thuế suất ưu đãi, thường là 10% trong 15 năm đầu kể từ khi phát sinh doanh thu đối với dự án đầu tư mới.
- Ưu đãi về thời gian miễn, giảm thuế: miễn thuế TNDN trong giai đoạn đầu (thường 2–4 năm kể từ khi dự án phát sinh lợi nhuận tính thuế), và giảm 50% số thuế TNDN phải nộp trong các năm tiếp theo (thường 4–9 năm).

Trước đó, Công ty áp dụng mức thuế suất TNDN căn cứ theo quy định của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp ("TNDN") số 14/2008/QH12 ngày 03/06/2008, Luật số 32/2013/QH13 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế TNDN ngày 19/06/2013 và Luật số 71/2014/QH13 sửa đổi, bổ sung một số điều của các Luật về thuế ngày 26/11/2014.

7.1.2. Thuế giá trị gia tăng

Theo quy định của Luật thuế Giá trị gia tăng ("GTGT") số 48/2024/QH15 ngày 26/11/2024 có hiệu lực từ ngày 01/07/2025, thuế suất áp dụng cho Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con là 10%. Trước đó, Công ty áp dụng mức thuế suất GTGT căn cứ theo quy định của Luật thuế Giá trị gia tăng ("GTGT") số 13/2008/QH12 ngày 03/06/2008 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2009.

Theo Nghị định 180/2024/NĐ-CP ngày 31/12/2024 và Nghị định 174/2025/NĐ-CP ngày 30/06/2025, thuế suất thuế GTGT được giảm từ 10% xuống 8% đối với một số ngành nghề trong năm 2025. Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con thực hiện theo hướng dẫn tại các Nghị định này để áp dụng đúng thuế suất GTGT khi bán hàng hóa và cung cấp dịch vụ.

7.2. Thuế liên quan đến hoạt động giao dịch chứng khoán

7.2.1. Thuế thu nhập cá nhân

Theo quy định của Luật Thuế thu nhập cá nhân ("TNCN") số 04/2007/QH12 ngày 21/11/2007 và có hiệu lực kể từ ngày 01/01/2009 và các văn bản hướng dẫn thi hành luật Thuế TNCN: Cá nhân có thu

nhập từ cổ tức và thu nhập từ chuyển nhượng cổ phiếu phải chịu thuế thu nhập cá nhân với mức thuế suất như sau:

- Trường hợp cá nhân có thu nhập từ cổ tức, cá nhân chịu thuế TNCN với mức thuế suất 5% tại thời điểm nhận cổ tức bằng tiền mặt hoặc tại thời điểm chuyển nhượng cổ phiếu nếu nhận cổ tức bằng cổ phiếu.
- Trường hợp cá nhân có thu nhập từ chuyển nhượng cổ phiếu, cá nhân chịu thuế TNCN với mức thuế suất 0,1% tính trên giá trị chuyển nhượng chứng khoán từng lần.

7.2.2. Thuế áp dụng với nhà đầu tư tổ chức

a) Trường hợp nhà đầu tư là Doanh nghiệp được thành lập và hoạt động theo quy định của Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật các tổ chức tín dụng, Luật Kinh doanh bảo hiểm, Luật Chứng khoán, Luật Dầu khí, Luật Thương mại, Theo Luật thuế TNDN số 67/2025/QH15 ngày 14/06/2025 và có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/10/2025 và áp dụng từ kỳ tính thuế TNDN năm 2025 và các văn bản hướng dẫn liên quan, nhà đầu tư khi có thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán, chuyển nhượng vốn phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp với mức thuế suất như sau:

Thuế TNDN = Thu nhập tính thuế x Thuế suất

Trong đó:

- Thu nhập tính thuế = Giá bán chứng khoán trừ (-) giá mua của chứng khoán chuyển nhượng, trừ (-) các chi phí liên quan đến việc chuyển nhượng.
- Thuế suất: 20%

b) Trường hợp nhà đầu tư không thuộc trường hợp a nêu trên, theo Thông tư 103/2014/TT-BTC ngày 06/08/2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế Nhà thầu nước ngoài, nhà đầu tư khi có thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp với mức thuế suất như sau:

Thuế TNDN = Thu nhập tính thuế x Thuế suất

Trong đó:

- Thu nhập tính thuế: bằng tổng doanh thu bán Cổ Phiếu tại thời điểm chuyển nhượng; và
- Thuế suất: bằng 0,1%.

c) Trường hợp nhà đầu tư không thuộc trường hợp a nêu trên, theo Luật thuế TNDN số 67/2025/QH15 ngày 14/06/2025 và dự thảo Nghị định hướng dẫn Luật thuế TNDN số 67/2025/QH15, nhà đầu tư khi có thu nhập từ chuyển nhượng vốn mà chủ sở hữu không trực tiếp điều hành các hoạt động của doanh nghiệp tại Việt Nam phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp với mức thuế suất như sau:

- Thuế TNDN = Doanh thu x 2%

7.3. Các loại thuế khác

Thuế tài nguyên, thuế đất, tiền thuê đất, thuế môn bài, phí, lệ phí, v.v. của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con thực hiện kê khai và nộp cho cơ quan thuế địa phương theo quy định của Nhà nước.

Việc kê khai, khấu trừ, nộp thuế cho các nghĩa vụ thuế phát sinh được thực hiện theo quy định của pháp luật tại từng thời điểm.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

VIII. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN TỚI VIỆC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT

1. Tổ chức tư vấn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VIETCAP

Trụ sở chính

Tầng 15, Tháp tài chính Bitexco, Số 2 Hải Triều, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84-28) 3914 3588 Fax: (84-28) 3914 3209

Website: www.vietcap.com.vn

Phòng giao dịch Nguyễn Huệ

Tầng 3, Tòa nhà Vinatex – Tài nguyên, Số 10 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84-28) 8882 6868 Fax: (84-28) 3914 3209

Phòng giao dịch Hàm Nghi

Tầng 16, Tòa nhà Doji, Số 81-83-83B-85 Hàm Nghi, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84-28) 8882 6868

Chi nhánh Hà Nội:

Tầng 6, Tòa nhà Số 109 Phố Trần Hưng Đạo, Phường Cửa Nam, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (84-24) 6262 6999 Fax: (84-24) 6278 2688

Phòng giao dịch Mỹ Đình

SAP.A09 Tòa A – Chung cư cao tầng HH2-1 (The Matrix One), Phường Từ Liêm, Thành phố Hà Nội (Số 1 Lê Quang Đạo)

Điện thoại: (84-28) 8882 6868 Fax: (84-24) 6278 2688

Ý kiến của Tổ chức tư vấn về việc đăng ký niêm yết

Trên cơ sở các thông tin mà Công ty Cổ phần Chứng khoán Vietcap đã thu thập được về Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan, với tư cách là tổ chức tư vấn, Công ty Cổ phần Chứng khoán Vietcap có một số nhận định như sau: CTCP Hàng Tiêu Dùng Masan có những thế mạnh như vị thế dẫn đầu trong ngành, hoạt động kinh doanh và đầu tư bài bản, đội ngũ Ban quản trị, cán bộ công nhân viên giàu kinh nghiệm, có chuyên môn cao. Bên cạnh đó, định hướng phát triển của Công ty hoàn toàn phù hợp với triển vọng phát triển của ngành. Ngoài ra, Công ty đã tuân thủ đầy đủ các nghĩa vụ và trách nhiệm theo quy định pháp luật, đáp ứng đủ điều kiện để thực hiện đăng ký niêm yết. Do đó, Tổ chức tư vấn đánh giá việc đăng ký niêm yết của Công ty là phù hợp với triển vọng phát triển của ngành.

2. Tổ chức kiểm toán

CÔNG TY TNHH KPMG VIỆT NAM

(Công ty kiểm toán Báo cáo tài chính năm 2023 và năm 2024 của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan)

Địa chỉ:	Tầng 10, Tòa nhà Sunwah, Số 115 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại:	+84 28 3821 9266
Website:	www.kpmg.com

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

IX. CÁC THÔNG TIN QUAN TRỌNG KHÁC CÓ THỂ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CỦA NHÀ ĐẦU TƯ

Không có

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

X. GIỚI THIỆU NHỮNG VĂN BẢN PHÁP LUẬT LIÊN QUAN ĐẾN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT

1. Luật Doanh nghiệp số 59/2020/QH14 do Quốc hội ban hành ngày 17/6/2020 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
2. Luật Đầu tư số 61/2020/QH14 do Quốc hội ban hành ngày 17/6/2020 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
3. Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14 do Quốc hội ban hành ngày 26/11/2019 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
4. Luật Thương mại số 36/2005/QH11 do Quốc hội ban hành ngày 14/6/2005 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
5. Luật Đất đai số 31/2024/QH15 do Quốc hội ban hành ngày 18/1/2024 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
6. Bộ luật Lao động số 45/2019/QH14 do Quốc hội ban hành ngày 20/11/2019;
7. Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 ngày 29/11/2005 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
8. Luật An toàn, vệ sinh lao động số 84/2015/QH13 do Quốc hội ban hành ngày 25/6/2015 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
9. Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 do Quốc hội ban hành ngày 17/6/2010;
10. Luật Bảo vệ môi trường số 72/2020/QH14 do Quốc hội ban hành ngày 17/11/2020 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
11. Luật Phòng cháy chữa cháy số 27/2001/QH10 do Quốc hội ban hành ngày 29/6/2021 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
12. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15 do Quốc hội ban hành ngày 20/6/2023;
13. Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 do Quốc hội ban hành ngày 21/6/2012 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
14. Luật Thuế thu nhập cá nhân số 04/2007/QH12 do Quốc hội ban hành ngày 21/11/2007 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
15. Luật Thuế giá trị gia tăng số 13/2008/QH12 do Quốc hội ban hành ngày 03/6/2008 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
16. Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp số 14/2008/QH12 do Quốc hội ban hành ngày 12/6/2008 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;

17. Luật Quản lý thuế số 38/2019/QH14 do Quốc hội ban hành ngày 13/6/2019 và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
18. Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp số 67/2025/QH15 do Quốc hội ban hành ngày 14/6/2025;
19. Luật số 56/2024/QH15 do Quốc hội ban hành ngày 29/11/2024 Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chứng khoán, Luật Kế toán, Luật Kiểm toán độc lập, Luật Ngân sách Nhà nước, Luật Quản lý, sử dụng tài sản công, Luật Quản lý thuế, Luật Thuế thu nhập cá nhân, Luật Dự trữ quốc gia và Luật Xử lý vi phạm hành chính;
20. Nghị định 15/2018/NĐ-CP do Chính phủ ban hành ngày 2/2/2018 Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật an toàn thực phẩm;
21. Nghị định 155/2020/NĐ-CP do Chính phủ ban hành ngày 31/12/2020 Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Chứng khoán và các văn bản sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành;
22. Nghị định 245/2025/NĐ-CP do Chính phủ ban hành ngày 11/9/2025 Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Chứng khoán;
23. Thông tư 96/2020/TT-BTC do Bộ Tài chính ban hành ngày 16/11/2020 Hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán;
24. Thông tư 116/2020/TT-BTC do Bộ Tài chính ban hành ngày 31/12/2020 Hướng dẫn một số điều về quản trị công ty áp dụng đối với công ty đại chúng tại Nghị định số 155/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 của Chính phủ, quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Chứng khoán;
25. Thông tư 118/2020/TT-BTC do Bộ Tài chính ban hành ngày 31/12/2020 Hướng dẫn một số nội dung về chào bán, phát hành chứng khoán, chào mua công khai, mua lại cổ phiếu, đăng ký công ty đại chúng và hủy tư cách công ty đại chúng;
26. Các văn bản pháp luật khác.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]

XI. NGÀY THÁNG, CHỮ KÝ, ĐÓNG DẤU CỦA ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT, TỔ CHỨC TƯ VẤN

TP. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 12 năm 2025

CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ	TỔNG GIÁM ĐỐC
DANNY LE	TRƯƠNG CÔNG THẮNG

CHỦ TỊCH ỦY BAN KIỂM TOÁN	KẾ TOÁN TRƯỞNG	GIÁM ĐỐC TÀI CHÍNH
TRƯƠNG NHẬT QUANG	PHAN THỊ THÚY HOA	HUỲNH VIỆT THẮNG

TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN VIETCAP

TỔNG GIÁM ĐỐC

TÔN MINH PHƯƠNG

XII. PHỤ LỤC

1. **Phụ lục I** : - Bản sao hợp lệ Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp gần nhất;
2. **Phụ lục II** : - Điều lệ Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan;
3. **Phụ lục III** : - BCTC riêng lẻ và BCTC hợp nhất đã được kiểm toán năm 2023;
   - BCTC riêng lẻ và BCTC hợp nhất đã được kiểm toán năm 2024;
   - BCTC riêng lẻ và BCTC hợp nhất đã được soát xét 6 tháng đầu năm 2025;
   - BCTC riêng lẻ và BCTC hợp nhất quý cho kỳ kết thúc ngày 30/09/2025;
   - Báo cáo biến động vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần tại ngày 25/3/2025 và cho giai đoạn từ ngày 1/1/2025 đến ngày 25/3/2025 đã được kiểm toán;
   - Báo cáo biến động vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần tại ngày 28/7/2025 và cho giai đoạn từ ngày 1/1/2025 đến ngày 28/7/2025 đã được kiểm toán;
4. **Phụ lục IV** : - Các tài liệu liên quan khác.

[Phần còn lại của trang này được cố ý để trống]