

## **BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ TẠI ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2014**

Kính gửi các cổ đông,

Hội đồng Quản trị (“HĐQT”) xin báo cáo về các hoạt động của HĐQT trong năm 2013 như sau:

Với cam kết “nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt Nam qua mỗi ngày”, Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Ma San (“Masan Consumer” hoặc “Công ty”) đã phát triển thành một trong những công ty thực phẩm và đồ uống hàng đầu Việt Nam. Hiện nay, Masan Consumer sở hữu một danh mục gồm nhiều thương hiệu hàng tiêu dùng được công nhận và ưa thích rộng rãi trên cả nước.

Năm 2013 được xem là năm tập trung vào đầu tư của Masan Consumer. Chúng ta đã đầu tư vào hoạt động phát triển sản phẩm, xây dựng thương hiệu và tuyển dụng các nhân tài ở cấp quản lý. Thông qua hoạt động tái sắp xếp các ngành hàng chính bao gồm ngành hàng gia vị, thực phẩm và đồ uống tiện lợi, chúng ta đã tăng thị trường các sản phẩm tiêu dùng của mình lên gấp 4 lần, từ 1,1 tỷ đô la Mỹ lên 4,5 tỷ đô la Mỹ. Đồng thời, chúng ta cũng đã thực hiện thành công một giao dịch mua bán và sáp nhập công ty (M&A) trong ngành hàng đồ uống với việc mua lại Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo; và đã đầu tư thêm vào nhân sự, cơ sở hạ tầng và hệ thống phân phối để xây dựng nền tảng kinh doanh đồ uống của mình.

Về tình hình hoạt động, Masan Consumer đã tiếp tục phát triển mạng lưới phân phối, mở rộng các nhà máy sản xuất và tung ra những nhãn hàng mới trên toàn bộ các ngành hàng. Sau sự tích hợp thành công với Vinacafe Biên Hòa - công ty sản xuất cà phê hòa tan hàng đầu Việt Nam, chúng ta đã tăng gần gấp ba lần công suất chế biến cà phê hòa tan của Vinacafe Biên Hòa sau khi vận hành thử nghiệm thành công nhà máy mới tại Long Thành, nhờ đó giảm bớt sự phụ thuộc vào việc nhập khẩu. Ngoài ra, sau khi mua lại Vĩnh Hảo, một công ty đồ uống mang tính biểu tượng của Việt Nam, trong nửa đầu năm 2013, chúng ta đã tích hợp thành công nền tảng hoạt động của công ty này vào nền tảng của chúng ta. Những sản phẩm hàng tiêu dùng mới được tung ra thành công bao gồm Sagami - nhãn hàng mì ăn liền cho phân khúc thị trường trung cấp để bổ sung cho các sản phẩm trong các phân khúc cao cấp và phổ thông; B’fast - bữa ăn sáng đầy đủ với gà thật và nấm; Komi - sản phẩm cháo ăn liền; và cà phê Phinn - cà phê hòa tan 2-trong-1.

Về mặt nhân sự, Masan Consumer cam kết luôn là một đơn vị tuyển dụng được yêu thích hàng đầu, thu hút các tài năng với sự kết hợp hài hòa giữa kinh nghiệm quốc tế và khả năng thực thi địa phương. Điều này được xác thực qua việc tuyển dụng ông Seokhee Won, vốn sẽ gia nhập Công ty ở vị trí Tổng Giám đốc Điều hành của Masan Consumer. Ông Seokhee có hơn 22 năm kinh nghiệm ở vị trí quản lý tại Unilever trong các hoạt động xây dựng, mở rộng quy mô và quản lý danh mục hàng tiêu dùng ở các thị trường mới nổi. Thêm vào đó, ông Lê Trung Thành cũng đã gia nhập với chúng ta ở vị trí Giám đốc Điều hành kinh doanh của ngành hàng đồ uống. Ông Thành đã từng nắm giữ vị trí điều hành tại nhiều công ty hàng tiêu dùng nổi tiếng tại Việt Nam, bao gồm một khoảng thời gian thành công tại Pepsi.

Sau khoản đầu tư 159 triệu đô la Mỹ vào mảng kinh doanh hàng tiêu dùng của Masan Consumer vào tháng 4 năm 2011, KKR tiếp tục mở rộng với một khoản đầu tư thêm 200 triệu đô la Mỹ vào tháng 1 năm 2013, đây là giao dịch vốn cổ phần tư nhân lớn nhất từ trước đến nay ở Việt Nam. Giao dịch này đóng vai trò xác thực cho chiến lược của Công ty trong việc tiếp tục đầu tư nhằm củng cố nền tảng kinh doanh của mình, đặc biệt là kế hoạch tái sắp xếp ngành hàng tiêu dùng và thâm nhập sâu hơn vào mảng kinh doanh đồ uống.

Về mặt tài chính, Masan Consumer đã đạt doanh thu kỷ lục trong năm 2013. Kết quả tài chính trong nửa đầu năm 2013 phản ánh giai đoạn đầu tư của Công ty, khi doanh thu tăng trưởng chỉ đạt 5,1%. Các khoản đầu tư vào phát triển sản phẩm và xây dựng thương hiệu bắt đầu thể hiện kết quả rõ rệt trong 6 tháng cuối năm 2013 khi các sản phẩm mới được tung ra thành công trong các ngành hàng mì ăn liền, bữa ăn sáng đầy đủ dinh dưỡng và cà phê đã mang lại tỷ lệ tăng trưởng doanh thu 21,0% trong nửa cuối năm 2013. Tính cả năm 2013, doanh thu thuần của chúng ta đã tăng từ 10.389 tỷ đồng trong năm 2012 lên 11.943 tỷ đồng trong năm 2013, tương đương tăng 14,9%. Nhờ tính hiệu quả trong việc tăng quy mô và cải thiện năng suất, lợi nhuận gộp tăng 18,7% từ 4.210 tỷ đồng trong năm 2012 lên 4.999 tỷ đồng trong năm 2013, cùng với biên lợi nhuận gộp tăng từ 40,5% trong năm 2012 lên 41,9% trong năm 2013. Nhờ đó, lợi nhuận thuần của Masan Consumer đã tăng 14,7% lên 3.270 tỷ đồng trong năm 2013.

Trên đà tăng trưởng đã đạt được trong nửa cuối năm 2013, chúng tôi hoàn toàn lạc quan tin rằng năm 2014 sẽ là một năm kỷ lục nữa của Công ty. Chúng tôi kỳ vọng doanh thu thuần tăng khoảng từ 16.000 đến 17.000 tỷ đồng, nhờ sự tăng trưởng mạnh mẽ trong toàn bộ các ngành hàng, đặc biệt là ngành hàng thực phẩm và đồ uống tiện lợi.

Đại diện cho Masan Consumer, chúng tôi muốn bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến toàn thể quý khách hàng, nhân viên, đối tác và các cổ đông, những người đã nỗ lực hết mình vì Công ty trong năm qua. Trong giai đoạn đầu tư và xây dựng, tập thể Công ty và các đối tác đã nỗ lực, cùng chung vai sát cánh trên mọi lĩnh vực. Cùng nhau, chúng ta đang thực sự “nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt Nam qua mỗi ngày”.

Trân trọng.

*Tp. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 4 năm 2014.*

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ  
CHỦ TỊCH**

*(Đã ký, đóng dấu)*

**NGUYỄN ĐĂNG QUANG**