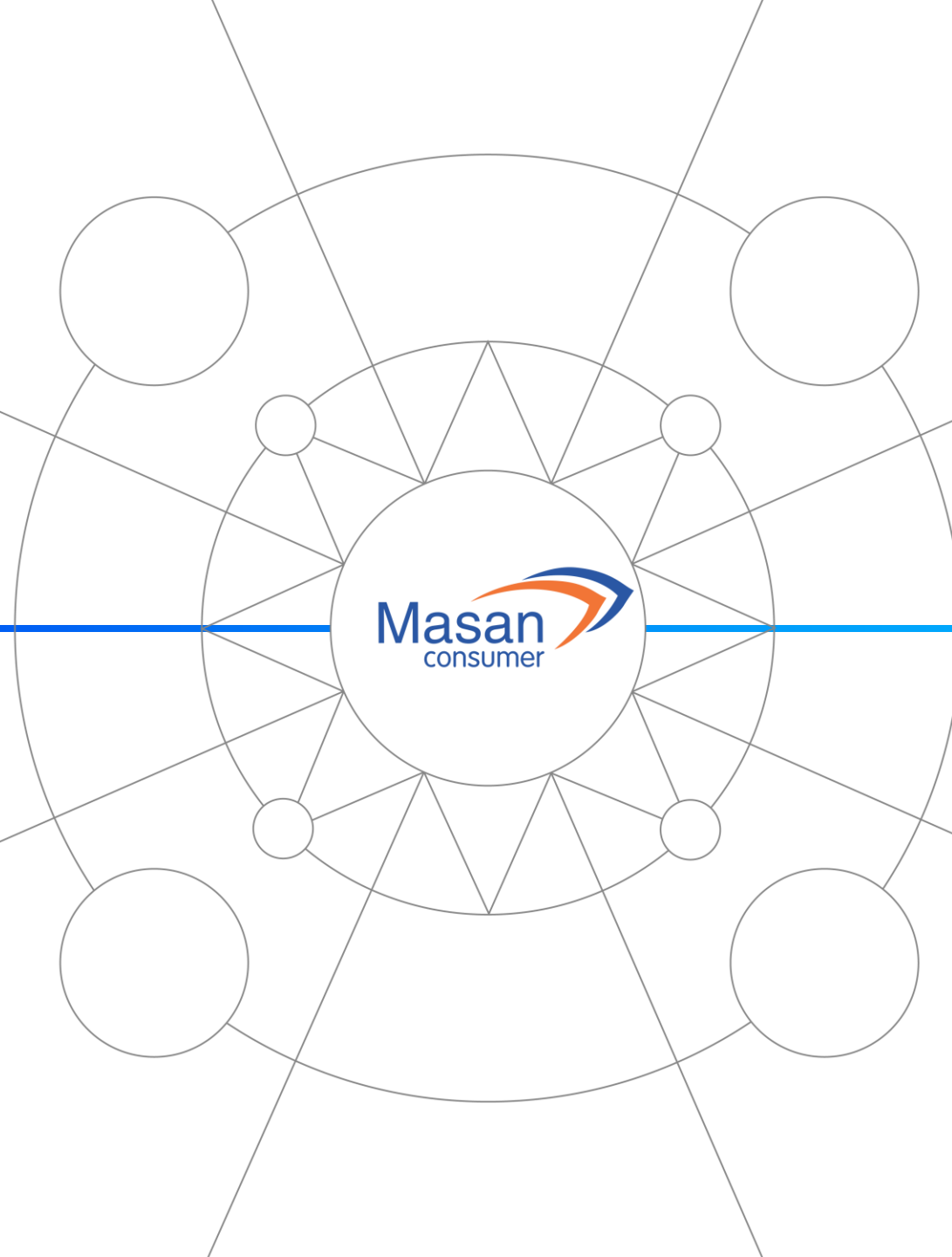


Masan Consumer
(HoSE: MCH)

2Q2026 Community Day
29/07/2026



**Nhu cầu cơ
bản ổn định**

Bối cảnh ngành tiêu dùng

Lạm phát cao

Bối cảnh vĩ mô

**Chi phí liên
quan đến dầu
khí leo thang**

Biến động chi phí hoạt động



14,2%

Tăng trưởng sản lượng
~10%

Tăng trưởng doanh thu 2Q

12,8%

Tăng trưởng EBITDA 2Q

10,2%

Tăng trưởng LNST trước CĐTS 2Q

2.000

Dòng tiền tự do
(tỷ đồng)

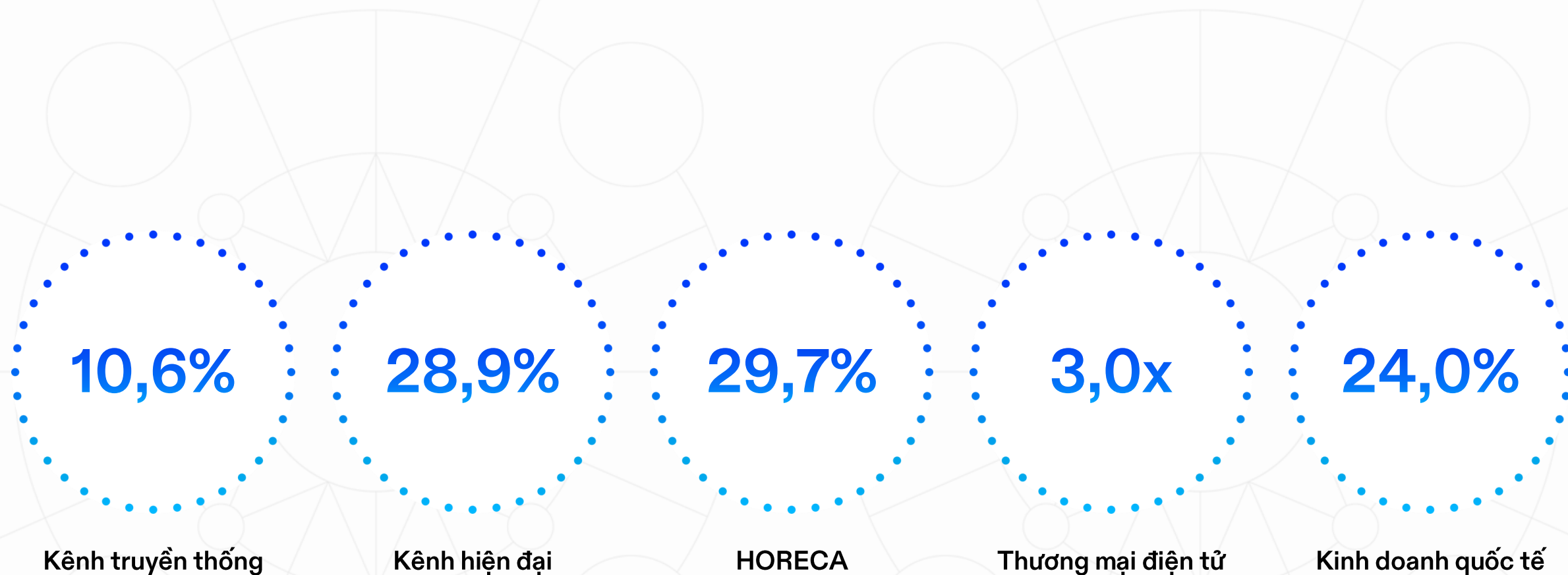
50%

Tỷ lệ chi trả cổ tức¹
trong FY2026F

~4%

Tỷ suất cổ tức
trong FY2026F

Tăng trưởng tích cực trên tất cả kênh bán hàng



Retail Supreme đã mang lại kết quả rõ rệt trước khi chuyển trọng tâm chiến lược

	Trước Retail Supreme	1Q2026 ¹	2Q2026 ¹
Bao đủ (#ASO ²)	230K	430K ▲90% YoY	550K ▲95% YoY
Phủ dày (#ASO nhập trên 6 ngành hàng & SKU/đơn hàng)	29K 4,7	33K ▲2,0x 5,5	43K ▲2,0x 5,8
Thời gian tung ra thị trường (Thời gian và bao phủ) & Chi phí phục vụ ³ (% trên doanh thu)	4 tuần - 50K 5,5%	2 tuần - 70K 5,2%	2 tuần - 70K 5,2%

Trọng tâm
chiến lược
vào Phủ dày



×



×



=

↑ 7,0
Mục tiêu SKU/đơn hàng

Ghi chú: 1. Một số chỉ số trong các tài liệu khác phản ánh kết quả tại thời điểm tháng, chênh lệch giữa số liệu thời điểm và số liệu lũy kế thể hiện các góc nhìn quản trị bổ sung cho cùng giai đoạn; 2. ASO: Điểm bán hàng hoạt động; 3. Chi phí phục vụ chưa bao gồm chi phí vận chuyển.

Tất cả ngành hàng đều tăng trưởng trong quý 2, tạo nền tảng vững chắc để tăng tốc trong 6 tháng cuối năm 2026

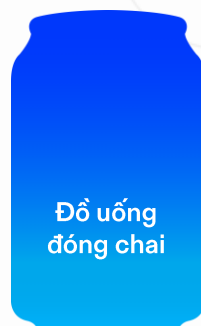
2Q2026



Gia vị



Thực phẩm
tiện lợi



Đồ uống
đóng chai



Hóa mỹ phẩm



Cà phê

Tăng trưởng doanh thu
(so với cùng kỳ,
Đóng góp doanh thu)

17,1%
32%

7,4%
29%

17,8%
18%

32,5%
8%

0,9%
6%

Biên lợi nhuận gộp
(%,
So với cùng kỳ)

54,2%
▲309 bps

39,7%
▲57 bps

48,6%
▲2 bps

31,8%
▼10,7%

35,7%
▲442 bps

Gia vị: Nâng tầm giá trị Nước mắm và mở rộng danh mục sản phẩm

Sản phẩm vượt trội

Cao cấp hóa

Danh mục bộ gia vị CHIN-SU
TAM1: 450 triệu USD



Thương hiệu vượt trội

Củng cố giá trị thương hiệu

Thông điệp “60% sản lượng
Nước mắm” tạo vị thế áp đảo
về truyền thông (SOV)



Nam Ngư và CHIN-SU hằng năm thu mua 55% nước mắm cốt Phan Thiết
17M views • 1 month ago



Nam Ngư và CHIN-SU hằng năm thu mua 60% nước mắm cốt Nha Trang
17M views • 1 month ago

Thúc đẩy tương tác và lan tỏa
dịp cưới hỏi trên mạng xã hội



Hệ thống phân phối vượt trội

Retail Supreme

Từ 220K ASO trong 2Q2026

300K

ASO
Nam Ngư

Từ 220K ASO trong 2Q2026

300K

ASO
CHIN-SU

Triển vọng 6 tháng cuối năm 2026



12%+

Tăng trưởng doanh thu



10%+

Tăng trưởng doanh thu

Nguồn: 1. Tổng quy mô thị trường Hạt nêm và các loại Gia vị khác năm 2026, Frost and Sullivan

HPC: Động lực tăng trưởng mới với các sản phẩm mới và Retail Supreme

Sản phẩm vượt trội

Nguồn tăng trưởng mới

Mở rộng danh mục sản phẩm để nắm bắt xu hướng tiện lợi



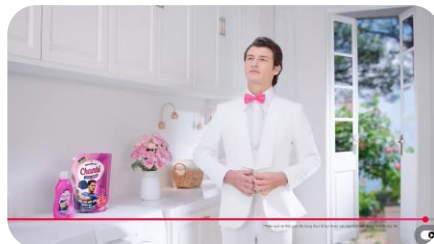
Sản phẩm mới:
Công thức sản phẩm cải tiến



Thương hiệu vượt trội

Củng cố giá trị thương hiệu

TVC mới để xây dựng nhận biết thương hiệu



Chanté: “Thanh lịch”



NET: “Yêu thương”

Hệ thống phân phối vượt trội

Retail Supreme

Từ 60K ASO đến 2Q2026

100K
ASO
Chante Active

Từ 30K ASO đến 2Q2026

50K
ASO
NET Care

Triển vọng 6 tháng cuối năm 2026



30%+
Tăng trưởng doanh thu

NET
0%
Tăng trưởng doanh thu

Thực phẩm tiện lợi: Omachi dẫn dắt xu hướng cao cấp hóa

Sản phẩm vượt trội

Cao cấp hóa
Kiến tạo dịp tiêu dùng mới
TAM²: 17 tỷ USD



Củng cố phân khúc cay:
Sản phẩm mới đã ra mắt



Thương hiệu vượt trội

Giá trị thương hiệu: “Đổi mới”
Sự kiện thương niên
Omachi Debut



TVC mới: làm mới hình ảnh để
thúc đẩy nhu cầu



Hệ thống phân phối vượt trội

Retail Supreme

Từ 250K ASO trong 2Q2026

300K

ASO
Omachi

Từ 25K ASO trong 2Q2026

100K

ASO
Omachi Spicy

Triển vọng 6 tháng cuối năm
2026

Omachi

20%+

Tăng trưởng doanh thu



5%+

Tăng trưởng doanh thu

Đồ uống Đóng chai: Phục hồi nhờ tái tung và ra mắt các sản phẩm mới

Sản phẩm vượt trội

Công nghệ thế giới + Thấu hiểu thị trường nội địa

Kiến tạo và sở hữu dịp tiêu dùng mới trong định dạng mới¹



Mở rộng danh mục: các phiên bản và bao bì mới¹



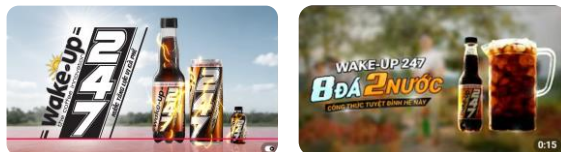
Kiến tạo và sở hữu đồ uống địa phương với 2 sản phẩm mới trong 2H



Thương hiệu vượt trội

Cá nhân hóa

TVC mới hướng đến người tiêu dùng trẻ & Chiến lược theo từng thị trường



Làm mới định vị thương hiệu



Tái định vị thương hiệu để nắm bắt xu hướng wellness

Hệ thống phân phối vượt trội

Retail Supreme

Từ 230K ASO trong 2Q2026

300K

ASO
(Off + On-Premise)

Từ 130K ASO trong 2Q2026

200K

ASO
(Off + On-Premise)

30K

ASO
(Off + On-Premise)

Triển vọng 6 tháng cuối năm 2026



15%+

Tăng trưởng doanh thu

Tiến độ thực hiện kế hoạch kinh doanh 2026



Tăng trưởng doanh thu
(so với cùng kỳ)



Tăng trưởng EBITDA
(so với cùng kỳ)



Tăng trưởng LNST trước CDTS
(so với cùng kỳ)

Thực tế
2Q2026

14,2%

12,8%

10,2%

Triển vọng
2H2026

10%+

9%+

9%+

Kế hoạch
FY2026

11% - 15%

9% - 14%

10% - 15%

Tuyên bố miễn trừ trách nhiệm

Bài thuyết trình này được chuẩn bị bởi Masan Consumer Corporation và/hoặc các công ty liên kết của Masan (gọi chung là "MCH"; cùng với bất kỳ cán bộ, giám đốc, nhân viên, cố vấn hoặc đại lý nào của MCH, gọi chung là "Người chuẩn bị") với mục đích đưa ra một số thông tin nhất định liên quan đến các hoạt động kinh doanh và chiến lược của MCH. Tham chiếu đến Bản trình bày này bao gồm bất kỳ thông tin nào đã hoặc có thể được cung cấp bằng văn bản hoặc bằng lời nói liên quan đến Bản trình bày này hoặc liên quan đến bất kỳ câu hỏi nào khác liên quan đến Bản trình bày này.

Mặc dù thông tin trong Bản trình bày này được cho là chính xác, nhưng Người chuẩn bị đã không tiến hành bất kỳ cuộc điều tra nào liên quan đến thông tin đó. NGƯỜI CHUẨN BỊ TỪ CHỐI RÕ RÀNG BẤT KỲ VÀ TẤT CẢ TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ ĐỐI VỚI CÁC TUYÊN BỐ HOẶC BẢO ĐẢM, RÕ RÀNG HAY NGỤ Ý, CÓ TRONG HOẶC THIẾU SÓT TỪ BÀI THUYẾT TRÌNH NÀY HOẶC BẤT KỲ THÔNG TIN LIÊN LẠC BẰNG VĂN BẢN HOẶC BẰNG MIỆNG NÀO KHÁC ĐƯỢC TRUYỀN CHO BẤT KỲ BÊN QUAN TÂM NÀO LIÊN QUAN ĐẾN BÀI THUYẾT TRÌNH NÀY. Nhưng không giới hạn, không có tuyên bố hoặc bảo đảm nào được đưa ra về việc đạt được hoặc tính hợp lý và không nên dựa vào bất kỳ dự báo, ước tính, dự báo, phân tích hoặc tuyên bố hướng tới tương lai nào có trong Bài thuyết trình này, về bản chất của chúng liên quan đến một số rủi ro, sự không chắc chắn và giả định có thể khiến kết quả hoặc sự kiện thực tế khác biệt đáng kể so với những gì được thể hiện hoặc ngụ ý trong Bài thuyết trình này. Chỉ những tuyên bố và bảo đảm có thể được thực hiện trong một thỏa thuận bằng văn bản dứt khoát, nếu, khi một thỏa thuận được thực hiện, và tuân theo các giới hạn và hạn chế có thể được quy định trong đó, mới có bất kỳ hiệu lực pháp lý nào. BẰNG CÁCH CHẤP NHẬN TÀI LIỆU NÀY, MỖI NGƯỜI NHẬN ĐỒNG Ý RẰNG KHÔNG AI TRONG SỐ NHỮNG NGƯỜI CHUẨN BỊ CŨNG NHƯ BẤT KỲ ĐẠI DIỆN TƯƠNG ỨNG NÀO CỦA HỌ SẼ CHỊU TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ ĐỐI VỚI BẤT KỲ TỔN THẤT HOẶC THIẾT HẠI NÀO, CHO DÙ TRỰC TIẾP, GIÁN TIẾP, DO HẬU QUẢ HAY CÁCH KHÁC, MÀ BẤT KỲ NGƯỜI NÀO DỰA VÀO BẤT KỲ TUYÊN BỐ NÀO TRONG HOẶC THIẾU SÓT TRONG BẢN TRÌNH BÀY NÀY, CÙNG VỚI THÔNG TIN KHÁC ĐƯỢC CUNG CẤP LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC ĐÓ, VÀ BẤT KỲ TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ NÀO NHƯ VẬY ĐỀU BỊ TỪ CHỐI RÕ RÀNG.

Trừ trường hợp được chỉ định khác, Bản trình bày này trình bày thông tin kể từ ngày này. Trong bất kỳ trường hợp nào, việc cung cấp Bản trình bày này sẽ không tạo ra bất kỳ ngụ ý nào rằng sẽ không có thay đổi nào trong công việc của MCH sau ngày này. Khi cung cấp Bản trình bày này, Người chuẩn bị có quyền sửa đổi hoặc thay thế Bản trình bày này bất kỳ lúc nào theo quyết định riêng của họ và không có nghĩa vụ cập nhật bất kỳ thông tin nào có trong Bản trình bày này hoặc sửa chữa bất kỳ điểm không chính xác nào có thể trở nên rõ ràng.

Việc phổ biến Bản trình bày này cũng như bất kỳ phần nào của nội dung của nó đều không được coi là bất kỳ hình thức cam kết nào của Người chuẩn bị hoặc bất kỳ chi nhánh tương ứng nào của họ để ký kết bất kỳ hợp đồng hoặc giao dịch nào hoặc tạo ra bất kỳ nghĩa vụ ràng buộc pháp lý nào đối với Người chuẩn bị. Người khai thuế bảo lưu rõ ràng, theo quyết định tuyệt đối của họ, mà không cần thông báo trước và không có bất kỳ trách nhiệm pháp lý nào đối với bất kỳ người nhận nào, chấm dứt các cuộc thảo luận với bất kỳ người nhận nào hoặc bất kỳ bên nào khác.

BÀI THUYẾT TRÌNH NÀY KHÔNG NHẪM MỤC ĐÍCH LÀM CƠ SỞ CHO BẤT KỲ QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ NÀO. BÀI THUYẾT TRÌNH NÀY KHÔNG CẤU THÀNH HOẶC LÀ MỘT PHẦN CỦA BẤT KỲ ĐỀ NGHỊ HOẶC LỜI MỜI BÁN NÀO, HOẶC BẤT KỲ LỜI MỜI CHÀO MUA NÀO, BẤT KỲ CỔ PHIẾU NÀO TRONG MCH HOẶC BẤT KỲ TỔ CHỨC NÀO KHÁC, CŨNG NHƯ NÓ HOẶC BẤT KỲ PHẦN NÀO CỦA NÓ HOẶC THỰC TẾ VỀ VIỆC PHÂN PHỐI CỦA NÓ SẼ KHÔNG TẠO THÀNH CƠ SỞ CỦA, HOẶC ĐƯỢC DỰA VÀO LIÊN QUAN ĐẾN, BẤT KỲ HỢP ĐỒNG HOẶC CAM KẾT HOẶC QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ NÀO LIÊN QUAN ĐẾN ĐÓ, CŨNG NHƯ KHÔNG CẤU THÀNH KHUYẾN NGHỊ LIÊN QUAN ĐẾN CỔ PHIẾU CỦA BẤT KỲ TỔ CHỨC NÀO.

KHÔNG CÓ ỦY BAN CHỨNG KHOÁN HOẶC CƠ QUAN QUẢN LÝ NÀO Ở HOA KỲ HOẶC Ở BẤT KỲ QUỐC GIA NÀO KHÁC CÓ Ý KIẾN VỀ TÍNH CHÍNH XÁC HOẶC ĐẦY ĐỦ CỦA BÀI THUYẾT TRÌNH NÀY HOẶC CÁC TÀI LIỆU CÓ TRONG TÀI LIỆU NÀY. BẢN TRÌNH BÀY NÀY KHÔNG PHẢI LÀ VÀ TRONG MỌI TRƯỜNG HỢP KHÔNG ĐƯỢC HIỂU LÀ BẢN CÁO BẠCH, CHÀO BÁN RA CÔNG CHÚNG HOẶC BẢN GHI NHỚ CHÀO BÁN NHƯ ĐƯỢC ĐỊNH NGHĨA THEO LUẬT CHỨNG KHOÁN HIỆN HÀNH VÀ SẼ KHÔNG TẠO THÀNH CƠ SỞ CỦA BẤT KỲ HỢP ĐỒNG NÀO.

Việc phân phối Bản trình bày này ở một số khu vực pháp lý nhất định có thể bị hạn chế bởi pháp luật và theo đó, những người nhận Bản trình bày này tuyên bố rằng họ có thể nhận được Bản trình bày này mà không vi phạm bất kỳ yêu cầu đăng ký nào chưa được đáp ứng hoặc các hạn chế pháp lý khác trong khu vực tài phán nơi họ cư trú hoặc tiến hành kinh doanh.