

CÔNG TY CỔ PHẦN MASAN MEATLIFE
(“Masan MEATLife”)
Báo cáo Thường niên 2024

Mục lục

THÔNG ĐIỆP TỪ TỔNG GIÁM ĐỐC	4
KẾT QUẢ TÀI CHÍNH 2024	5
Doanh thu thuần (tỷ đồng).....	5
Lợi nhuận gộp (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận gộp	5
Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận sau thuế	6
Tổng tài sản (tỷ đồng)	6
Số dư tiền mặt (tỷ đồng)	7
CÂU CHUYỆN CỦA MASAN MEATLIFE	8
Giới thiệu	8
Từ B2B đến B2C – Lấy người tiêu dùng làm trọng tâm là giá trị cốt lõi của Masan	8
Nền tảng cho sự tăng trưởng	9
Thương hiệu mạnh.....	9
Đổi mới sáng tạo – Masan Way	12
Hệ thống phân phối.....	12
Hệ thống trang trại	12
Tổ hợp chế biến.....	13
Chuyển đổi tổ chức một cách tinh gọn.....	13
Đào tạo, phát triển nguồn lực	14
BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA MASAN MEATLIFE.....	18
Doing Well by Doing Good	18
Phát triển sản phẩm và quy trình sáng tạo.....	18
Thu mua có trách nhiệm	19
An toàn lao động	19
Bền vững về môi trường	23
Bền vững về nhân lực.....	24
Giải thưởng	25
BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH	27
Tập trung nguồn lực vào xây dựng thịt có thương hiệu và thịt chế biến	27
Hiện thực hóa tiềm năng thịt của Việt Nam	28
Các chỉ số chính	29
Thảo luận kết quả kiểm toán	29
THÔNG TIN DOANH NGHIỆP	32
Lịch sử thành lập và cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Masan MEATLife	32

Quản trị doanh nghiệp	34
Thông tin cổ phần	39
Cấu trúc doanh nghiệp	40
Các công ty con và liên kết	41
THUẬT NGỮ/TỪ VIẾT TẮT.....	44
LIÊN HỆ	45

THÔNGIỆP TỪ TỔNG GIÁM ĐỐC

Kính gửi các cổ đông và cộng đồng Masan MEATLife,

Năm 2024 được xem là một năm ghi nhận sự tăng trưởng vượt bậc trong hành trình phát triển của Masan MEATLife với mục tiêu **"The Year of PROs"**. Giữa bối cảnh kinh tế đầy thách thức và sự thay đổi nhanh chóng trong xu hướng tiêu dùng, chúng tôi vẫn kiên định theo đuổi sứ mệnh mang đến nguồn thực phẩm sạch, an toàn và chất lượng cao cho hàng triệu gia đình Việt Nam. Đây không chỉ là một cam kết kinh doanh mà còn là trách nhiệm của Masan MEATLife đối với cộng đồng.

Bằng sự nỗ lực không ngừng của toàn thể cán bộ nhân viên, sự tin tưởng của quý cổ đông và sự ủng hộ của khách hàng, Masan MEATLife đã đạt được những bước tiến quan trọng trong năm 2024. Với việc luôn tuân thủ tuyệt đối giá trị cốt lõi **"Vì người tiêu dùng"**, Masan MEATLife đã hoạch định chiến lược phát triển lấy người tiêu dùng làm trọng tâm để từ đó phát triển những sản phẩm phù hợp với mong muốn, nhu cầu, không gian của mọi gia đình Việt, cá nhân và gia đình trẻ hiện đại cũng như trẻ em. Vì vậy việc chú trọng phát triển ba thương hiệu lớn gồm MEATDeli, Ponnie và Heo Cao Bồi đại diện cho các ngành hàng sản phẩm Truyền Thống – Thịt Chế Biến – Snack Dinh Dưỡng đã giúp cho Masan MEATLife đạt được những thành tựu đáng kể về việc tăng trưởng doanh thu cũng như là người dẫn dắt thị trường đậm động vật tại Việt Nam.

MEATDeli – đại diện cho nhóm các sản phẩm truyền thống tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu thị trường Thịt ủ mát có thương hiệu, đạt mức tăng trưởng ấn tượng và đóng góp vào kết quả kinh doanh chung của Công ty. Đại diện cho nhóm ngành thịt chế biến, các sản phẩm mang thương hiệu Ponnie được ra đời trong năm 2024 như Xúc xích vòng, Hotdog giòn ăn liền, Thịt xốt dứt lò với nhiều hương vị đã được đón nhận bởi người tiêu dùng Việt đặc biệt là các bạn trẻ và gia đình trẻ hiện đại bởi hương vị được ngưỡng vọng & đạt tiêu chuẩn quốc tế. Tiếp đà phát triển của các sản phẩm nền tảng trước đây như Xúc xích lắc, nhóm ngành snack dinh dưỡng mang thương hiệu Heo Cao Bồi đã thực sự bùng nổ với sản phẩm "Xúc xích cuộn cuộn rong biển", "Xúc xích nhân phô mai tan chảy", "Rương kho báu" – hàng loạt sản phẩm là kết quả của sự phát triển không ngừng nghỉ của tập thể người lao động để chắc chắn rằng chúng tôi hoàn toàn có cơ sở và tự tin với vai trò là người dẫn dắt và định hướng thị trường.

Chúng tôi cũng tập trung tối ưu hóa chuỗi sản xuất và cung ứng bằng cách nâng cấp hệ thống vận hành, tối ưu chi phí sản xuất, chi phí vận chuyển và nâng cao hiệu quả quản lý, đảm bảo cung ứng sản phẩm với giá thành hợp lý nhất đến tay người tiêu dùng. Năm 2024 cũng là năm Masan MEATLife tập trung nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua chuyển đổi số và cải tiến mô hình kinh doanh, từng bước đưa công ty trở thành một doanh nghiệp thực phẩm công nghệ tiên tiến, sẵn sàng đón đầu xu hướng mới của ngành.

Có sản phẩm tốt được vận hành bởi hệ thống đạt chuẩn chưa đủ, Masan MEATLife cũng luôn chú trọng và mở rộng các kênh phân phối. Chương trình "Membership" hợp tác cùng WinCommerce đã giúp MEATDeli tiếp cận gần 3 triệu khách hàng trung thành, tạo động lực cho sự phát triển lâu dài. Không dừng lại ở đó, để đạt được kết quả như kỳ vọng, năm 2025 tới đây chúng tôi đã có những kế hoạch để đưa các sản phẩm thịt gà chế biến của Masan MEATLife lần đầu được xuất khẩu để người tiêu dùng trên thế giới có thể tiếp cận và lựa chọn.

Hoàn thành năm 2024 với một nền tảng vững chắc và chiến lược rõ ràng, chúng tôi bước vào năm 2025 với quyết tâm mạnh mẽ, sẵn sàng tăng tốc để chinh phục những cột mốc quan trọng hơn. Tôi tin tưởng rằng với sự đồng lòng và nỗ lực của toàn thể đội ngũ, Masan MEATLife chắc chắn sẽ tiếp tục gặt hái những thành công vang dội, đóng góp tích cực vào sự phát triển của ngành thực phẩm sạch và bền vững không chỉ tại Việt Nam mà sẽ đặt nền móng để bước chân vào thị trường đậm động vật thế giới. Chúc cho ước mơ của Masan MEATLife sẽ thành hiện thực.

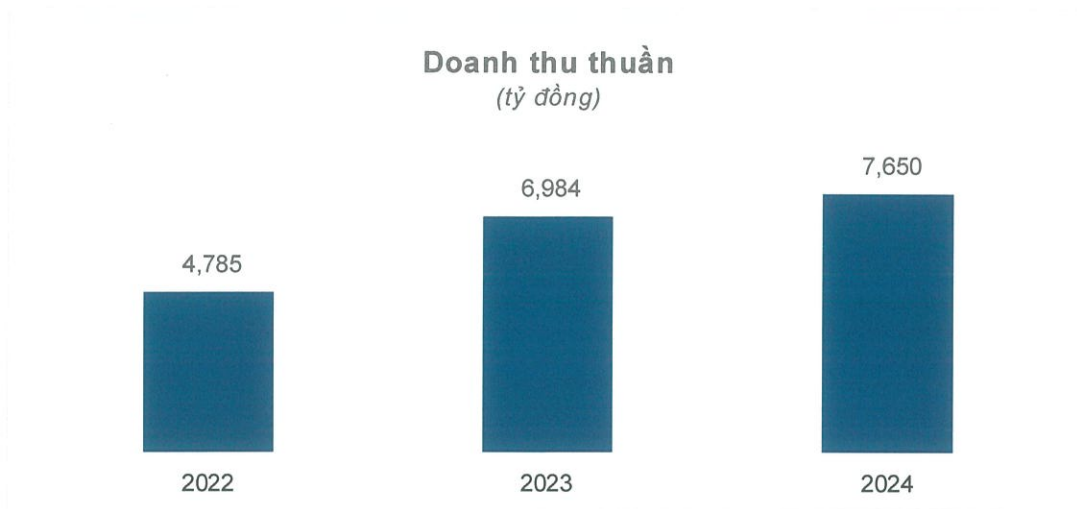
Trân trọng,



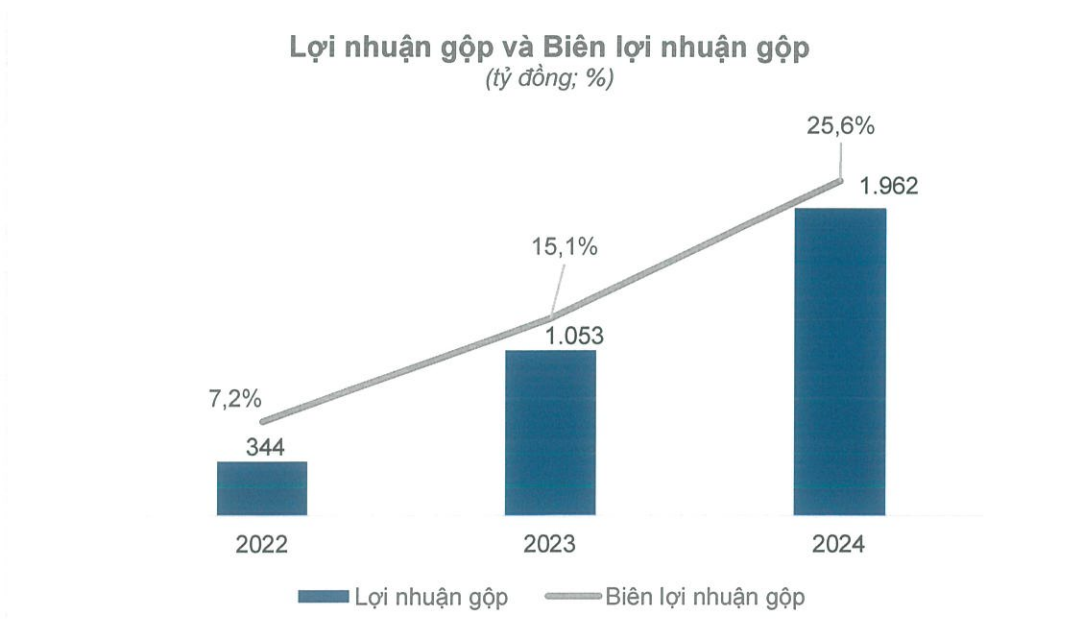
Nguyễn Quốc Trung / Tổng Giám Đốc Masan MEATLife

KẾT QUẢ TÀI CHÍNH 2024

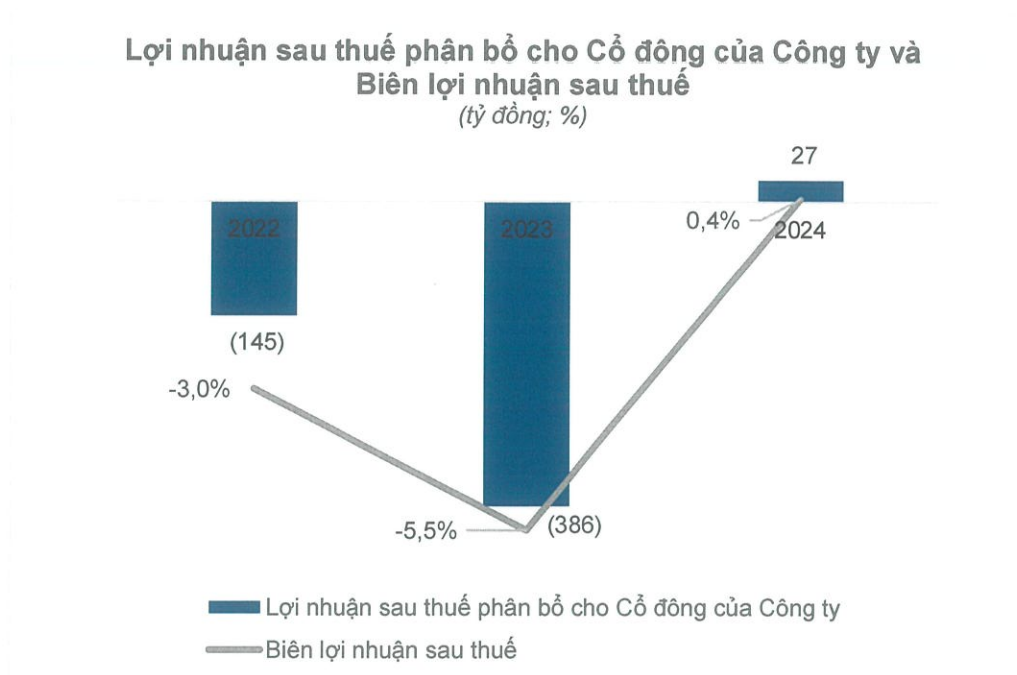
Doanh thu thuần (tỷ đồng)



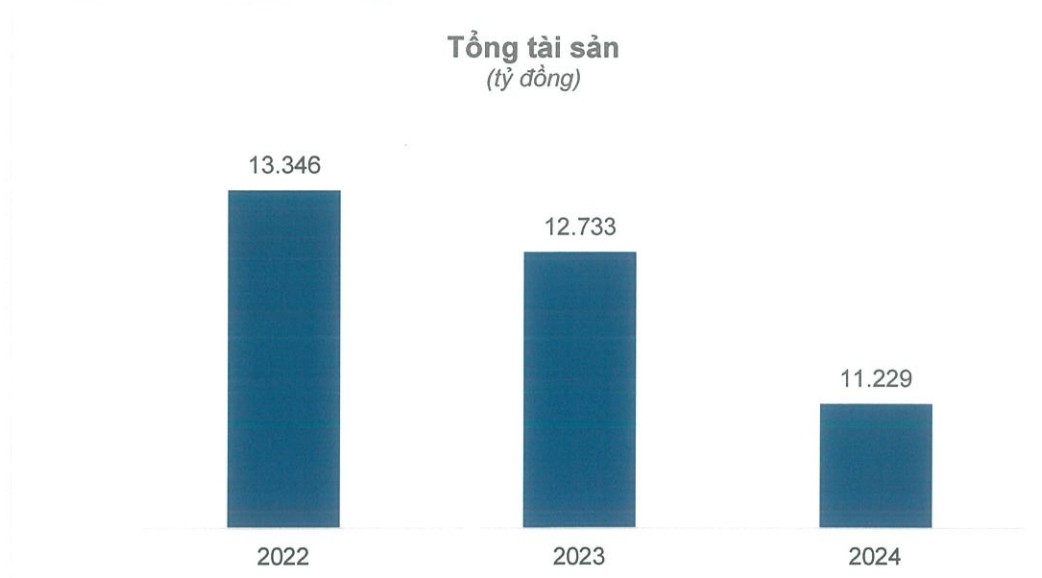
Lợi nhuận gộp (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận gộp



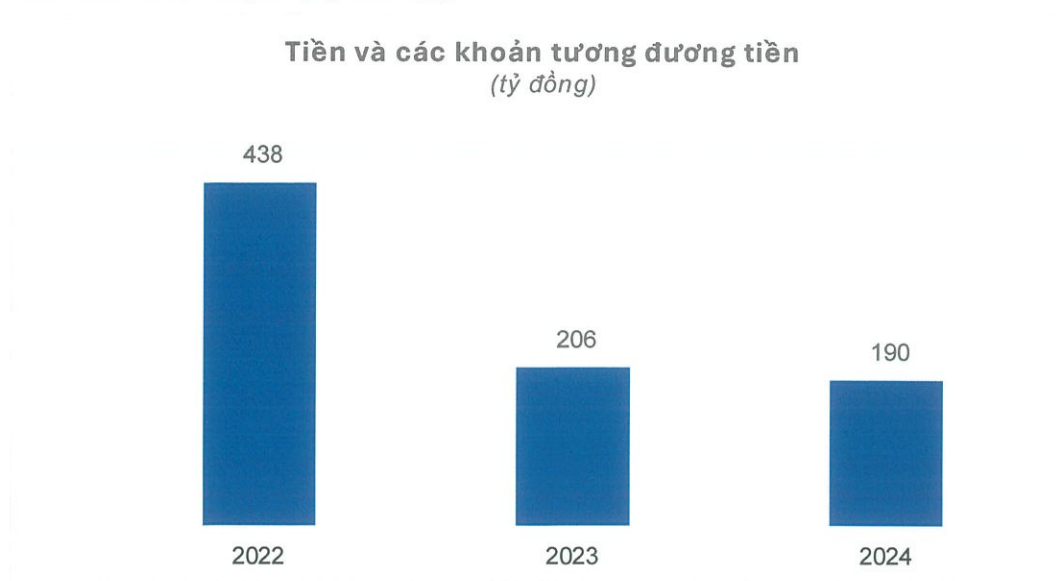
Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận sau thuế



Tổng tài sản (tỷ đồng)



Số dư tiền mặt¹ (tỷ đồng)



¹ Bao gồm đầu tư tài chính ngắn hạn.

CÂU CHUYỆN CỦA MASAN MEATLIFE

Giới thiệu

Công ty Cổ Phần Masan MEATLife (MML) là một trong những doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam về chuỗi giá trị thịt có thương hiệu, tập trung vào việc cải thiện năng suất trong ngành đạm động vật của Việt Nam thông qua việc vận hành hiệu quả, độ phủ rộng khắp toàn quốc và chuỗi cung ứng vượt trội nhờ vào việc hợp tác với các đối tác dẫn đầu thị trường trong toàn bộ chuỗi giá trị.

Khởi đầu là một công ty cung cấp thức ăn chăn nuôi hàng đầu tại Việt Nam, Masan MEATLife đã hoàn tất chuyển đổi sang ngành kinh doanh thịt có thương hiệu theo mô hình hàng tiêu dùng. Năm 2024, với chiến lược tập trung vào ngành thịt chế biến, ngoài MEATDeli, Masan MEATLife đã sở hữu thêm 2 thương hiệu “Heo Cao Bồi” và “Ponnie” - với các sản phẩm về thịt chế biến đã có chỗ đứng nhất định trên thị trường. Bộ 3 thương hiệu Heo Cao Bồi – Ponnie – MEATDeli hướng đến các nhóm đối tượng khách hàng riêng biệt cùng những chiến lược kinh doanh được hoạch định cụ thể để mang lại giá trị cao nhất về mọi mặt như chất lượng của sản phẩm, sự hài lòng của khách hàng, uy tín của thương hiệu và sự tin tưởng của cổ đông.

Heo Cao Bồi, nhãn hàng với phát minh “xúc xích xốt lắc” từng khuấy đảo thị trường, được định hướng là “Snack dinh dưỡng” dành riêng cho trẻ em ở độ tuổi 6 – 13. Nhưng không dừng lại ở đó, theo chiến lược kinh doanh trong tương lai của công ty, danh mục sản phẩm mới của Heo Cao Bồi được nghiên cứu và phát triển dựa trên 3 tiêu chí Ngon – Vui – Dinh dưỡng nhằm hướng đến chinh phục cả các bậc phụ huynh, để họ hoàn toàn yên tâm khi lựa chọn món ăn vặt hàng ngày cho con. Không chỉ xúc xích, các sản phẩm ăn vặt được mở rộng thêm với các thực phẩm bổ sung dinh dưỡng khác như rong biển, phô mai... Không chỉ ăn ngon, nhãn hàng còn sáng tạo nên những cách ăn thú vị và các trò chơi trí tuệ, giúp bé phát triển cả thể chất và tinh thần.

“Ponnie”, thương hiệu sở hữu sức trẻ, sự hiện đại và tính đột phá, được định hướng sẽ dành riêng cho nhóm khách hàng là những người trẻ, những gia đình trẻ ở độ tuổi 18 - 35, thích trải nghiệm những điều mới mẻ, luôn hứng thú với những món ăn mới lạ và yêu thích công nghệ hiện đại. “Không chỉ bán xúc xích, chúng tôi bán phong cách sống” là phương châm của nhãn hàng, tinh thần này được thể hiện trong việc dẫn đầu thị trường về danh mục sản phẩm đa dạng từ xúc xích, snack thịt đến bữa ăn chính tiện lợi, và cả trong cách thức truyền thông sáng tạo: mang đến những cách tiếp cận có sự tương tác đa chiều, các hình thức marketing trải nghiệm thực tế và thú vị cho khách hàng, từ đó giúp khách hàng hiểu rõ hơn về tính cách thương hiệu, củng cố niềm tin và sự trung thành với nhãn hàng.

Và MEATDeli, từ lâu đã được khẳng định là một thương hiệu uy tín về thịt sạch, sẽ tiếp tục được xây dựng thành biểu tượng “Tươi ngon mềm mọng” của dòng thịt ủ mát, trở thành bảo chứng cho nguồn thịt đầu vào của các sản phẩm thịt chế biến của Masan MEATLife. Nhóm khách hàng “MEATDeli” hướng đến là tất cả mọi người, trong đó chú trọng các gia đình có độ tuổi từ 25 – 40 với danh mục sản phẩm đa dạng từ thịt ủ mát (thịt tươi) đến thịt chế biến lấy cảm hứng từ truyền thống như giò lụa, chả chiên, dồi sụn... Chất lượng, sang trọng nhưng vẫn gần gũi và thấu hiểu khẩu vị người tiêu dùng Việt Nam, đó là những định hướng dành riêng cho dòng thịt chế biến MEATDeli.

Chiến lược phát triển trên nền tảng 3 thương hiệu MEATDeli - Heo Cao Bồi – Ponnie sẽ tạo nên thế “kiềng 3 chân” vững chắc, giúp Masan MEATLife thấu hiểu và tiếp cận được các nhóm khách hàng mục tiêu theo những phương thức và phong cách phù hợp, từ đó tạo nên những sản phẩm đúng nhu cầu khách hàng, mang lại trải nghiệm thú vị và thoải mái cho họ, từng bước trở thành Top 3 thương hiệu mà người tiêu dùng luôn nhắc đến đầu tiên khi nói về thịt tươi và thịt chế biến.

Từ B2B đến B2C – Lấy người tiêu dùng làm trọng tâm là giá trị cốt lõi của Masan

Kể từ khi thành lập, sứ mệnh của chúng tôi là nâng cao chất lượng đời sống của người tiêu dùng bằng cách cung cấp những sản phẩm thịt sạch, an toàn và giá cả hợp lý mọi lúc mọi nơi. Chúng tôi tập trung phát triển chuỗi giá trị ngành đạm động vật Việt Nam và tin tưởng rằng việc kiểm soát được con giống, nguồn cung cấp thức ăn chăn nuôi và xây dựng chương trình dinh dưỡng hợp lý đảm bảo sự tăng

trường khỏe mạnh của gia súc gia cầm sẽ kiểm soát được chất lượng và chi phí sản xuất nhằm cung cấp sản phẩm thịt có giá hợp lý.

Kể từ khi ra mắt thương hiệu thịt ủ mát MEATDeli, mảng kinh doanh thịt tươi của chúng tôi tăng trưởng doanh thu gần 10 lần so với năm đầu tiên (2019) lên 3,1 nghìn tỷ đồng vào năm 2024. Cùng với chiến lược tập trung phát triển ngành thịt chế biến, năm 2024 đã mang lại cho Masan MEATLife doanh thu ấn tượng, đạt hơn 2,6 nghìn tỷ đồng, nâng tổng doanh thu của Masan MEATLife lên hơn 5,7 nghìn tỷ đồng. Sự tăng trưởng này có được từ định hướng lấy người tiêu dùng làm trọng tâm, cung cấp các sản phẩm dựa trên nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng, cùng chiến lược xây dựng thương hiệu và phân phối sản phẩm rộng khắp trên toàn quốc.

Nền tảng cho sự tăng trưởng

Masan MEATLife sở hữu một mô hình kinh doanh độc đáo để có thể khai mở tiềm năng chuỗi giá trị đậm đặc vật tại Việt Nam. Hiện nay nền tảng kinh doanh thịt của Masan MEATLife bao gồm nền tảng kinh doanh **Thịt heo** (Thịt sạch MEATDeli), **Thịt gà** (Gà tươi MEATDeli, Gà Tươi 3F) và **Thịt chế biến** (Thịt chế biến MEATDeli, Ponnies, Heo Cao Bồi...). Trong đó, sản phẩm Thịt chế biến Ponnies, Heo Cao Bồi được ra đời bởi sự cộng hưởng gia tăng giá trị kinh tế và tối ưu hóa vận hành của chúng tôi với Công ty Cổ phần Masan Jinju – một đối tác chiến lược có rất nhiều kinh nghiệm và thành công tại Hàn Quốc.

Masan MEATLife thật tự hào khi có một nền tảng hệ thống logistic kho vận và chuỗi hệ thống các siêu thị WinMart với các mô hình phù hợp trải dài từ nông thôn đến thành phố ôm trọn dải đất chữ S, cùng với nền tảng dữ liệu từ chương trình Hội viên Win và WinCommerce, giúp Masan MEATLife có nhiều cơ hội tiếp cận và thấu hiểu người tiêu dùng. Chính bởi sự kết hợp các nền tảng kinh doanh nói trên giúp Masan MEATLife trở thành doanh nghiệp với nền tảng chuỗi giá trị thịt tích hợp đầu tiên và hàng đầu. Để tiếp tục duy trì được điều này, chúng tôi đã, đang và sẽ đầu tư mạnh mẽ vào các hoạt động bao gồm: thương hiệu mạnh, đổi mới sáng tạo, hệ thống phân phối, nhà máy sản xuất hiện đại bậc nhất và quan trọng nhất là nguồn nhân lực.

Thương hiệu mạnh

Chúng tôi đã thành công trong việc tiên phong áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu như hàng tiêu dùng nhanh cho chuỗi giá trị thịt. Từ cuối năm 2018, chúng tôi đã giới thiệu sản phẩm thịt ủ mát mang thương hiệu “MEATDeli”, sản phẩm thịt ngon, an toàn và truy xuất được nguồn gốc cho người tiêu dùng.

Hai năm liền 2019 và 2020, ngay sau khi có mặt trên thị trường, thịt MEATDeli - Công nghệ thịt ủ mát Châu Âu của Masan MEATLife đã xuất sắc nằm trong Top 10 thương hiệu – sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam theo kết quả bình chọn của Thời Báo Kinh Tế Việt Nam.

Năm 2020, Masan MEATLife được Forbes Vietnam vinh danh trong Top 50 Thương hiệu giá trị nhất Việt Nam.

Năm 2022, Masan MEATLife với nhãn hiệu MEATDeli đã gặt hái được hàng loạt danh hiệu và giải thưởng danh giá về thương hiệu như: Giải Thương hiệu Quốc Gia do Bộ Công Thương trao tặng, Tổng hội Nông nghiệp & phát triển nông thôn Việt Nam trao tặng bằng khen về thành tích xuất sắc trong công tác xây dựng và phát triển thương hiệu nông nghiệp Việt Nam (2021-2022) và chứng nhận “Thương hiệu vàng nông nghiệp Việt Nam 2022” cho sản phẩm thịt sạch MEATDeli, Masan MEATLife lọt Top 4 thương hiệu dẫn đầu ngành F&B Việt Nam với giá trị thương hiệu hơn 100 triệu USD do Forbes ước tính và bình chọn.

Năm 2023 và 2024, Tạp chí Kinh tế Việt Nam tiếp tục trao giải thưởng “Top 10 Tin Dùng Việt Nam” nhóm ngành Nông sản, Thực phẩm, Đồ uống... cho sản phẩm thịt sạch MEATDeli. Đây là giải thưởng nhằm vinh danh những sản phẩm thực sự chất lượng, uy tín, mang lại giá trị thực tế trong đời sống hàng ngày cho người tiêu dùng Việt Nam.

Với Heo Cao Bồi, 2024 là một năm đột phá với các sản phẩm mới lạ từ hình thức ăn đến nguyên liệu dinh dưỡng, như Rong Biển Cuốn Cuốn, vừa ra mắt đã tạo nên một “cơn sốt” trên thị trường, khiến

các bạn nhỏ sẵn lòng vì hình thức ăn quá thú vị, và các bậc phụ huynh thì hài lòng vì nhãn hàng luôn đầu tư vào yếu tố dinh dưỡng và chất lượng trong từng sản phẩm.

Ponnie, với vị thế là nhãn hàng trẻ trung, luôn tiên phong mang đến giới trẻ các món ăn vặt từ thịt mới lạ, đa dạng, hợp thị hiếu, trong năm 2023 - 2024, Ponnie đã cùng đại sứ thương hiệu - nghệ sĩ Sơn Tùng – tạo nên một chiến dịch truyền thông bùng nổ, đặt viên gạch vững chắc trong ngành hàng “meatsnack – món ăn vặt từ thịt”, cho người tiêu dùng trẻ thêm nhiều lựa chọn chất lượng mỗi khi họ cần nạp năng lượng từ thịt. Rộng hơn nữa, Ponnie còn tiến sâu vào thị trường xúc xích thanh trùng với sản phẩm độc đáo xúc xích vòng thanh trùng - một sản phẩm chất lượng cao, định hình vị thế vững mạnh của Ponnie trong thị trường xúc xích.

Và MEATDeli, thương hiệu ngày càng thể hiện tính cách “sang trọng nhưng gần gũi” với người tiêu dùng thông qua chiến dịch được thực hiện cùng Cặp đôi đại sứ Châu Bùi – Binz đã tạo nên nhiều nội dung thú vị nhắc nhở người tiêu dùng trên mọi nền tảng, khiến người tiêu dùng cảm thấy nhãn hàng gần gũi, trẻ trung hơn và truyền thêm cảm hứng nấu ăn cho họ - một trong những giá trị tinh thần đẹp để mà nhãn hàng muốn trao đến người tiêu dùng.

Từng bước vững chắc, các thương hiệu của Masan MEATLife đang chinh phục niềm tin của người tiêu dùng bằng chính chất lượng sản phẩm, bằng chiến dịch truyền thông sáng tạo và sẽ được tưởng thưởng ngược lại bằng lòng tin yêu của những khách hàng trung thành cùng những giải thưởng do người tiêu dùng bình chọn.





Đổi mới sáng tạo – Masan Way

Tại Masan MEATLife, đổi mới sáng tạo luôn là kim chỉ nam cho mọi hoạt động, từ sản xuất kinh doanh đến vận hành phân phối, hay xây dựng thương hiệu. Một khi đã xác định rõ mục tiêu, chúng tôi thúc đẩy mọi bộ phận cùng nhau triển khai để kế hoạch được diễn ra chính xác và thuận lợi.

Trong những năm qua, chúng tôi tập trung phát triển nhân sự tại bộ phận Nghiên cứu và phát triển, nhằm tạo ra một nguồn lực dồi dào để phát triển lượng lớn sản phẩm chất lượng cao nhưng vẫn đảm bảo lợi nhuận hợp lý. Thêm vào đó, chúng tôi đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu trên các kênh tương tác cả truyền thống và hiện đại, tiếp cận đời sống thường nhật của người tiêu dùng dưới những hình thức khác nhau để phủ sóng hình ảnh trong tâm trí họ, nhắc nhớ về bộ 3 thương hiệu của Masan MEATLife mỗi khi họ có nhu cầu về sản phẩm thịt chế biến. Cuối cùng, và quan trọng nhất chính là tạo các kênh bán hàng thuận lợi và dễ dàng để người tiêu dùng, từ offline đến online, từ cửa hàng tạp hoá đến các sàn thương mại điện tử, các hình thức bán hàng trực tuyến hiện đại nhất như livestream – phát trực tiếp...

Chúng tôi không ngại đổi mới, và sẽ luôn linh hoạt trong các giải pháp để thực hiện chiến lược và hoàn thành mục tiêu đã đề ra.

Hệ thống phân phối

Các sản phẩm của Masan MEATLife được phân phối ở hơn 5.500 điểm bán tại hệ thống siêu thị WinMart, WinMart+, cửa hàng Win, CoopMart, CoopXtra, GO!... và các hệ thống siêu thị, các cửa hàng, đại lý thực phẩm khác như Bách Hóa Xanh... Với hệ thống trang trại chăn nuôi, chúng tôi không chỉ phân phối sản phẩm rộng khắp thông qua quy mô của hệ thống mà còn nâng cao doanh thu thể hiện qua việc là đối tác toàn diện của người chăn nuôi, mang đến giải pháp hỗ trợ kỹ thuật và khả năng trở thành nhà cung cấp heo hơi cho MEATDeli phụ thuộc vào khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng khắt khe. Khi các ngành tiếp tục hợp nhất, các trang trại lớn sẽ luôn cần các giải pháp tối ưu hơn và chúng tôi tin rằng việc hợp tác với các đối tác chiến lược sẽ mang lại lợi thế cạnh tranh đáng kể.

Hệ thống trang trại

Masan MEATLife hiện đang vận hành hệ thống các trại chăn nuôi heo, gà và các tổ hợp giết mổ và chế biến thịt heo, thịt gà trải dài khắp cả nước.

Trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại tỉnh Nghệ An - MML Farm Nghệ An. Trang trại được thiết kế để đảm bảo hiệu quả quản lý và đảm bảo chất lượng trong toàn bộ quy trình nuôi heo. Là một phần của chuỗi tích hợp 3F, trang trại được quản lý đặc biệt để ngăn ngừa dịch bệnh cũng như cải thiện sức khỏe nguồn heo và an toàn thực phẩm. Tiêu chuẩn của quy trình nuôi heo này tương đương với tiêu chuẩn quản lý trang trại heo quốc tế và tuân thủ tiêu chuẩn GLOBAL G.A.P. Tọa lạc trên một khu đất rộng hơn 245 hecta và cách xa khu dân cư, trang trại được tách biệt với bên ngoài để đảm bảo điều kiện an toàn sinh học nghiêm ngặt nhằm giảm thiểu các rủi ro từ dịch bệnh như lở mồm long móng (FMD), dịch tả lợn châu Phi (ASF). Chúng tôi còn xây dựng hệ thống xử lý nước thải theo tiêu chuẩn quốc gia nhằm nâng cao an toàn sinh học và bảo vệ môi trường. Trang trại tại Nghệ An có công suất 230.000 heo hơi mỗi năm. Heo được nuôi trong hệ thống chăn nuôi tự động về cho ăn, cho uống, điều hòa khí hậu; không sử dụng chất cấm, không tồn dư kháng sinh. Quan trọng hơn, trang trại này còn là mô hình kiểu mẫu và có thể nhân rộng cho các trại khác để trở thành nhà cung cấp nguyên liệu cho chuỗi giá trị thịt, đáp ứng tiêu chuẩn đầu vào cao của Masan MEATLife.

Hệ thống trang trại chăn nuôi gia cầm của Công ty Cổ phần 3F VIỆT là một mắt xích quan trọng trong chuỗi giá trị đậm đặc động vật của Masan MEATLife nhằm hướng tới việc hoàn thiện chuỗi giá trị “từ trang trại đến bàn ăn” khi lần đầu tiên thị trường thịt gà trị giá gần 2,5 tỷ USD. Với công suất hơn 11 triệu con/năm, hệ thống trang trại gà được thiết kế khép kín đảm bảo nguồn cung sản phẩm gà sạch đầu vào cho hệ thống nhà máy giết mổ. Hệ thống nhà máy áp với công suất đạt 42 triệu con/năm đảm bảo

việc xuất bán con giống 1 ngày tuổi chất lượng cao. Quy trình chăn nuôi tại trang trại được kiểm soát chặt để loại bỏ các mầm bệnh vi sinh ảnh hưởng sức khỏe con người (Salmonella), sử dụng vaccine thay thế cho kháng sinh. Sử dụng chỉ số chọn lọc cá thể kết hợp ứng dụng phần mềm BLUP trong công tác chọn lọc dòng thuần để từng bước hình thành những con giống gà màu nội địa hóa, đa dạng sinh học cung cấp cho người chăn nuôi. Các trang trại chăn nuôi, nhà máy ấp đều được trang bị những thiết bị tiên tiến, quy trình kiểm soát chặt chẽ, an toàn sinh học cao đáp ứng tiêu chuẩn GLOBAL G.A.P; VIET G.A.P, các chứng chỉ an toàn dịch bệnh, ... từ đó giúp trang trại đạt năng suất cao, nguồn gà sạch bệnh, truy xuất được nguồn gốc và an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng Việt Nam.

Ngày 16/12/2024, Masan MEATLife và Hội đồng Gia cầm Thế giới (IPC) đã tổ chức buổi lễ ký Cam kết về việc sử dụng kháng sinh an toàn trong ngành chăn nuôi, sản xuất thịt gia cầm nhằm đưa ra những cam kết chiến lược hướng đến các sản phẩm ngon trọn dinh dưỡng và an toàn .

Tổ hợp chế biến

Vào tháng 12/2018 và tháng 10/2020, chúng tôi đã đưa vào vận hành 2 tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam và Long An, mỗi tổ hợp có công suất 1,4 triệu con/năm, tương đương 140.000 tấn/năm. Hai dự án có tổng mức vốn đầu tư hơn 5.900 tỷ đồng và được xây dựng trên diện tích 10 hecta đối với tổ hợp Hà Nam và hơn 20 hecta đối với tổ hợp Long An. Tính đến thời điểm hiện nay, cả hai tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam và Long An còn sản xuất, chế biến các sản phẩm từ thịt ủ mát như giò chả, xúc xích và các sản phẩm khác từ thịt, quy mô 145.000 tấn/năm. Cả 2 tổ hợp chế biến này đều được áp dụng công nghệ, thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu và được các chuyên gia quốc tế giàu kinh nghiệm lắp đặt và giám sát. Tại đây, heo được làm ngất bằng khí CO₂ - phương pháp giết mổ nhân văn nhất, sau đó được xử lý và làm lạnh nhanh để ngăn chặn sự phát triển của vi khuẩn trên thịt. Tiếp theo, heo được ủ mát và trữ trong 24h ở nhiệt độ vàng 0 - 4 độ C để tăng hương vị và kết cấu của thịt, đồng thời giữ trọn dinh dưỡng và đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Kế tiếp, thịt được pha lóc, đóng gói và vận chuyển trong suốt nhiệt độ này đến người tiêu dùng cuối cùng tại các điểm bán hàng để đảm bảo thịt sạch và tươi ngon. Quy trình này vừa tuân thủ tiêu chuẩn quốc gia TCVN 12429-1:2018 về Thịt mát vừa tuân thủ nghiêm ngặt tiêu chuẩn BRC – tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm. Thịt ủ mát MEATDeli có hạn sử dụng từ 2 - 9 ngày, tùy thuộc vào từng loại sản phẩm và quy cách đóng gói.

Hơn 02 năm thực hiện hợp tác chiến lược với Công ty Cổ phần Masan Jinju để mở rộng ngành hàng, thay đổi tỷ trọng giữa ngành hàng sản xuất thịt tươi và thịt chế biến. Việc tập trung mảng thịt chế biến đầy tiềm năng đã mang lại hiệu quả cao và càng khẳng định lựa chọn hợp tác này của chúng tôi là đúng đắn bởi từ đó thúc đẩy doanh thu chung của toàn bộ Masan MEATLife. Công ty Cổ phần Masan Jinju được biết đến là một công ty liên doanh với đối tác là Công ty Jinju Ham của Hàn Quốc, có nhà máy sản xuất các sản phẩm từ thịt đã qua chế biến (xúc xích, sản phẩm ăn liền từ thịt, đạm động vật (cá, tôm, cua, mực), giò chả, túi thịt, túi retord). Công ty Cổ phần Masan Jinju tọa lạc tại Khu công nghiệp Tân Đông Hiệp A, phường Tân Đông Hiệp, thành phố Dĩ An, tỉnh Bình Dương, Việt Nam với diện tích 19.535m² cùng quy mô sản xuất 27.000 tấn/năm.

Chuyển đổi tổ chức một cách tinh gọn

Tiếp tục hiện thực hóa tầm nhìn trở thành nền tảng sản xuất thịt tích hợp dẫn đầu tại Việt Nam, Masan MeatLife đã có những bước tiến quan trọng trong việc tinh gọn và tối ưu tổ chức. Năm 2024, với mục tiêu "The Year of PROs", chúng tôi tập trung vào các chiến lược cốt lõi nhằm nâng cao hiệu suất vận hành, tối ưu nguồn lực và thúc đẩy tăng trưởng bền vững.

Processed Meat: Đổi mới để bứt phá

Chúng tôi tiếp tục củng cố và hoàn thiện cơ cấu tổ chức của bộ phận R&D, tạo dựng nền tảng tích hợp giữa các nhóm Chilled, Frozen và Ambient. Mục tiêu là đảm bảo hiệu quả vận hành tối ưu và tận dụng tối đa nguồn lực sẵn có.

Bên cạnh đó, Masan MEATLife tập trung vào các sáng kiến đổi mới thuộc nhóm Processed Meat xem đây là động lực tăng trưởng quan trọng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Năm 2024 chứng kiến Meatsnack với nhóm sản phẩm innovation thành công: Hotdog giòn, Cuốn cuốn...giúp Masan MEATLife trở thành người mở đường cho ngành hàng MeatSnack tại Việt Nam.

Phát triển hệ thống bán hàng và kênh phân phối

Với chiến lược "Thế giới thịt chia làm hai", chúng tôi tiếp tục khai thác lợi thế hợp tác với WinCommerce nhằm tăng trưởng doanh thu Processed Meat trong WinCommerce nói riêng và tiếp tục đẩy mạnh bán hàng tại các kênh Siêu thị khác nói chung.

Farm 3F Việt – Tái cấu trúc vận hành để cải thiện hiệu quả chăn nuôi

Năm 2024 đánh dấu bước ngoặt quan trọng của trang trại chăn nuôi gà do thực hiện giai đoạn tái cấu trúc. Việc tối ưu giá thành chăn nuôi gà thịt được thực hiện thông qua cải thiện năng suất, tối ưu chi phí thuê trại, giảm tỷ lệ hao hụt và tận dụng lợi thế giá cám thấp. Bên cạnh đó, chúng tôi đẩy mạnh mảng sản xuất con giống, chăn nuôi gà gia công, kết nối với các khách hàng tiềm năng để gia tăng lợi nhuận, cải thiện hiệu quả mô hình kinh doanh.

Farm Nghệ An – Phát triển bền vững

Farm Nghệ An tiếp tục ghi nhận những cải thiện đáng kể trong vận hành, với sản lượng lợn thương phẩm tăng trưởng ổn định theo từng năm. Đây là một trong những minh chứng rõ nét về hiệu quả của chiến lược tối ưu hóa năng suất và vận hành.

Hướng đến 2025 – "The Rising of PROs"

Với chiến lược chuyển đổi mạnh mẽ từ cấp độ công ty đến từng phòng ban, đội nhóm và cá nhân, năm 2024 đã thực sự trở thành cột mốc quan trọng trong hành trình đưa Masan MEATLife trở thành công ty hàng đầu trong ngành. Những kết quả đạt được trong năm nay chính là bệ phóng vững chắc để năm 2025, Masan MEATLife tiếp tục tạo nên những thành công vang dội hơn nữa với tinh thần "The Rising of PROs".

Đào tạo, phát triển nguồn lực

Trong bối cảnh thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt và sự thay đổi không ngừng của môi trường kinh doanh, Masan MEATLife khẳng định rằng nguồn nhân lực chính là tài sản quý giá nhất. Năm 2024, với chủ đề "THE YEAR OF PROs" – thể hiện cho quyết sự tập trung của toàn công ty cho Processed Meat, Productivity, Profit – các chương trình đào tạo và phát triển nhân sự cần đồng hành với mục tiêu của kinh doanh, đồng thời hướng tới việc xây dựng một đội ngũ đồng lòng, cùng nhau vì một mục tiêu chung.

Đào tạo toàn diện

Để đáp ứng nhu cầu đảm bảo năng lực của tổ chức trong hiện tại và năng lực trong tương lai, Masan MEATLife đã xây dựng một nền tảng đào tạo toàn diện, bao gồm ba khía cạnh trọng tâm:

Đào tạo tuân thủ các quy định của pháp luật (96 khóa học):

Chúng tôi cam kết đảm bảo mọi nhân viên được trang bị đầy đủ kiến thức pháp lý cần thiết. Những khóa học này không chỉ cung cấp thông tin cập nhật về an toàn lao động, PCCC và các yêu cầu chứng nhận kỹ thuật mà còn giúp xây dựng nền tảng vững chắc cho môi trường làm việc an toàn và tuân thủ tiêu chuẩn cao.

Nâng cao năng lực chuyên môn (197 khóa học):

Nhằm đáp ứng những thách thức chuyên môn ngày càng gia tăng, Masan MEATLife đã thiết kế và triển khai một loạt các chương trình đào tạo nội bộ chuyên sâu. Các khóa học này được xây dựng dựa trên những tiêu chuẩn đầu ngành và được hướng dẫn bởi đội ngũ giảng viên nội bộ có chuyên môn cao, đảm bảo mỗi nhân viên đều có cơ hội nâng cao kỹ năng và kiến thức, góp phần tạo ra giá trị bền vững cho toàn tổ chức.

Phát triển kỹ năng làm việc và lãnh đạo (40 khóa học):

Trong bối cảnh chuyển đổi số và yêu cầu đổi mới liên tục, kỹ năng mềm và năng lực lãnh đạo trở nên hết sức cần thiết. Các chương trình đào tạo kỹ năng làm việc và lãnh đạo được thiết kế nhằm phát huy tối đa tiềm năng cá nhân, giúp nhân viên không chỉ hoàn thiện kỹ năng giao tiếp, giải quyết vấn đề mà còn trang bị cho họ khả năng quản lý, lãnh đạo hiệu quả trong mọi tình huống.



Phối hợp với quá trình huấn luyện của quản lý và học tập thông qua tham gia các dự án đa dạng

Sự phát triển của mỗi cá nhân tại Masan MEATLife không chỉ dựa vào các chương trình đào tạo chính thức mà còn là kết quả của quá trình huấn luyện và mentoring từ các Quản lý – những người lãnh đạo trực tiếp từng bước dìu dắt, hướng dẫn và chia sẻ kinh nghiệm. Qua việc tham gia các dự án đa dạng, nhân viên có cơ hội:

Thực hành và nâng cao kỹ năng thực tiễn:

Các dự án đa dạng không chỉ giúp nhân viên áp dụng kiến thức đã học vào thực tế mà còn tạo điều kiện để họ khám phá, thử nghiệm và hoàn thiện các kỹ năng mới trong môi trường làm việc năng động.

Phát triển tư duy sáng tạo và khả năng giải quyết vấn đề:

Sự kết hợp giữa đào tạo chính thức và kinh nghiệm thực tiễn qua dự án giúp xây dựng một đội ngũ nhân viên không chỉ giỏi chuyên môn mà còn có tư duy sáng tạo, khả năng tự chủ và giải quyết vấn đề một cách linh hoạt.

Quản lý thành tích – đồng bộ và liên tục nâng cao hiệu suất công việc

Một trong những điểm mạnh nổi bật của năm 2024 chính là quy trình và hệ thống quản lý thành tích được triển khai một cách đồng bộ và xuyên suốt:

Định hướng mục tiêu rõ ràng:

Mỗi nhân viên đều nhận được sự định hướng cụ thể về mục tiêu công việc và các chỉ số đánh giá. Điều này giúp họ có thể tự theo dõi tiến độ và điều chỉnh kịp thời nhằm đạt hiệu suất cao nhất.

Phản hồi và ghi nhận thành tích:

Qua hệ thống đánh giá liên tục, những đóng góp và thành tích của nhân viên được ghi nhận một cách công bằng và minh bạch. Điều này không chỉ thúc đẩy động lực làm việc mà còn giúp phát hiện và kịp thời hỗ trợ các nhân sự cần cải thiện.

Kế hoạch cải thiện cá nhân (PIP):

Với những nhân viên chưa đạt hiệu quả công việc như mong đợi, kế hoạch PIP được triển khai chi tiết và cá nhân hóa. Kết quả cuối năm cho thấy, nhờ những biện pháp hỗ trợ cụ thể, nhiều cá nhân đã đạt được sự tiến bộ vượt bậc, thậm chí có những trường hợp đạt thành tích vượt ngoài kỳ vọng.

Hoạt động gắn kết nội bộ – truyền cảm hứng và đồng lòng với mục tiêu chung

Năm 2024, Masan MEATLife đặt trọng tâm vào các hoạt động gắn kết nhằm giúp mỗi nhân viên hiểu rõ tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của tập đoàn, đặc biệt sau những thay đổi quan trọng từ tháng 4 năm 2024 từ phía tập đoàn, cùng với định hướng của công ty thể hiện trong “THE YEAR OF PROs”.

Qua đó, các hoạt động gắn kết không chỉ là những chương trình kết nối đơn thuần mà còn là cơ hội để nhân viên thấy rõ nơi mà công ty muốn đi và cách nào để đi đến đó. Với sự đồng hành của ban lãnh đạo công ty đã cùng nhau chia sẻ và lan tỏa cảm hứng, từ đó xây dựng đội ngũ đoàn kết và luôn hướng tới mục tiêu chung. Kết quả của chỉ số đo lường mức độ gắn kết của nhân viên (ENPS) đã tăng từ 33 điểm (2023) lên 60 điểm (2024) đã thể hiện rất rõ cho những nhận định trên.



BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA MASAN MEATLIFE

Doing Well by Doing Good

Masan MEATLife được thành lập với sứ mệnh mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt chất lượng, giá cả hợp lý, có thể truy xuất nguồn gốc và không ngừng đổi mới cải tiến sản phẩm nhằm nâng cao giá trị gia tăng.

Với sứ mệnh đó, những điều chúng tôi đang làm không chỉ là công việc mà còn là trách nhiệm: nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của hàng triệu người Việt Nam. Câu chuyện về phát triển bền vững không thể thiếu sự song hành của phát triển, mang lại giá trị cho đời sống xã hội, đóng góp vào cộng đồng địa phương và chung tay bảo vệ môi trường. Chúng tôi phụng sự người tiêu dùng với lý tưởng thật sự và mang đến những đóng góp ý nghĩa cho sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, chứ không chỉ quan tâm đến tài chính. Để làm được điều đó, chúng tôi phải có chiến lược để tăng trưởng bền vững.

Phát triển sản phẩm và quy trình sáng tạo

Phát kiến mới trong phát triển sản phẩm

Vui lòng xem trong mục “Đổi mới sáng tạo – Masan Way” trong phần “Câu chuyện của Masan MEATLife”.

Không chỉ đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trẻ trong xã hội hiện đại về sự tiện lợi và bổ sung dinh dưỡng tức thì, việc chuyển dịch cơ cấu ngành hàng, phát triển nhiều sản phẩm thịt chế biến “ready to eat” còn giúp chúng tôi góp phần thúc đẩy ngành đạm động vật phát triển bền vững, thông qua việc tạo nên chuỗi khép kín khi tận dụng được tất cả các bán thành phẩm sau giết mổ, tăng thu hồi trong sản xuất, và các cải tiến trong công thức, tăng khả năng ứng dụng đa dạng trong chế biến.

Chúng tôi gia tăng giá trị cho các nguyên liệu thô của chuỗi sản xuất từ đó hiệu suất không chỉ cho chuỗi giá trị từ trang trại tới các nhà máy chế biến thực phẩm mà còn thúc đẩy phát triển cho các thị trường nông nghiệp sạch bền vững khác. Bên cạnh những sáng tạo trong phát triển sản phẩm hàng tiêu dùng nhanh từ thịt, chúng tôi thúc đẩy phát triển bền vững thông qua việc tạo giá trị dựa trên nền tảng kinh tế toàn hoàn khép kín. Cụ thể, chúng tôi tận dụng các phần chất thải trong chăn nuôi để làm giảm lượng chất thải ra môi trường bằng việc tạo ra các sản phẩm hữu cơ có chất lượng cao phục vụ cho ngành nông nghiệp như: Dung dịch giàu axit amin được xử lý từ huyết gia cầm/gia súc trong quá trình giết mổ và dùng an toàn sinh học cho các cây hoa màu và cây lâu năm. Bên cạnh đó, các thành phần hữu cơ giúp cải tạo đất một cách tự nhiên từ chất thải trong chăn nuôi của trang trại, kết hợp với nguồn nguyên liệu nông nghiệp hữu cơ tại địa phương để cải thiện môi trường đất theo hướng nông nghiệp sạch cũng mang lại nhiều lợi ích kinh tế và môi trường.

Xác định việc phát triển bền vững gắn liền với trách nhiệm với xã hội, cộng đồng đồng thời hưởng ứng và đồng hành cùng các cam kết quốc gia liên quan đến mục tiêu phát triển bền vững của Chính phủ, vào cuối năm 2023 chúng tôi đã có những thảo luận và cùng thống nhất sẽ thành lập Ủy Ban Phát Triển Bền Vững tại Công ty. Theo đó, từng thành viên trong Ủy Ban sẽ là các cán bộ lãnh đạo có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực môi trường, con người, kết nối quản trị và kiểm soát các hệ thống tuân thủ... đã mạnh dạn đưa kế hoạch phát triển bền vững vào chiến lược kinh doanh để phát triển bền vững.

Thu mua có trách nhiệm

Phần lớn các nguyên liệu dùng để sản xuất các sản phẩm của chúng tôi là sản phẩm đầu ra của các công ty nổi tiếng. Đối với các loại nguyên liệu có mức giá biến động mạnh, chúng tôi thường xuyên theo dõi thị trường và chọn thời điểm mở thầu thích hợp để có thể chốt mua với mức giá tốt. Đối với các loại nguyên liệu có mức giá ổn định, chúng tôi thường ký hợp đồng mua dài hạn với nhà cung cấp.

Để đảm bảo chất lượng cũng như truy xuất được nguồn gốc nguyên liệu nhập, chúng tôi yêu cầu các nhà cung cấp đáp ứng đầy đủ các yêu cầu sau: Không có dịch bệnh truyền nhiễm (bệnh dịch tả heo châu Phi, bệnh heo tai xanh, bệnh suyễn heo), không tồn dư kháng sinh, không chất cấm... và tuân thủ mọi yêu cầu theo quy định của pháp luật. Các trang trại của chúng tôi và của đối tác chiến lược phải đáp ứng các chứng chỉ VietGAP, Global GAP. Các nhà cung cấp đạt chất lượng trong thời gian dài được coi là "nhà cung cấp uy tín" và sẽ được giữ lại trong "danh sách nhà cung cấp" để tiếp tục cung cấp hàng hóa cho Công ty. Nguồn nguyên liệu của chúng tôi được kiểm soát chặt chẽ và nghiêm ngặt về số lượng lẫn chất lượng bởi đội ngũ QA, QC giàu kinh nghiệm.

Thành phần nguyên liệu chủ yếu trong thành phẩm của Masan MEATLife gồm heo và gà thịt thương phẩm. Qua 4 năm hợp tác chiến lược với Công ty TNHH De Heus ("De Heus Việt Nam"), công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi, chúng tôi thấy rõ rằng đây là một lựa chọn đúng đắn vì đã thúc đẩy gia tăng năng suất, chất lượng và tính bền vững của mô hình chuỗi cung ứng tích hợp 3F (Feed-Farm-Food). Trong quá trình hợp tác, De Heus Việt Nam luôn cùng đồng hành cùng chúng tôi để xây dựng những công thức thức ăn chăn nuôi phù hợp với sự phát triển của từng loại heo/gà đem lại hiệu suất chăn nuôi tối ưu và chất lượng tuyệt vời.

Tiếp tục kế thừa, đổi mới và phát huy trên nền tảng phát triển bền vững, các tổ hợp chế biến thịt MEATDeli HN và MEATDeli Sài Gòn thường xuyên thực hiện các cuộc kiểm tra, kiểm soát nội bộ bởi đội ngũ QA, QC giàu kinh nghiệm để duy trì các chứng chỉ đã đạt được như chứng chỉ BRC – Tiêu chuẩn Toàn cầu về An toàn Thực phẩm. Đây là chứng chỉ có giá trị quốc tế giúp kiểm soát và giảm thiểu tối đa nguy cơ ngộ độc trong ngành thực phẩm và được xem là tấm vé thông hành cho doanh nghiệp xuất khẩu thực phẩm. Các tiêu chí đánh giá và quy trình chứng nhận BRC được kiểm soát nghiêm ngặt và nhất quán trên toàn thế giới.

Tổ hợp chế biến thịt gà tại Bình Dương đã được đạt được Giấy chứng nhận hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn (HACCP) vào năm 2022. Đây là công cụ đánh giá các mối nguy hại và thiết lập các hệ thống kiểm soát tập trung vào việc phòng ngừa và cũng là nền tảng hỗ trợ tối ưu cho việc đánh giá sản phẩm cuối cùng trước khi đến tay người tiêu dùng.

Các trang trại gà của chúng tôi tại Thanh Hóa trong năm nay đã hoàn thành chuỗi kiểm tra, đánh giá và được cấp Giấy chứng nhận an toàn dịch bệnh, mục tiêu hướng tới trong tương lai gần là xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ thịt gà. Đối với các trại gà liên kết, chúng tôi thực hiện việc cung cấp con giống, thức ăn chăn nuôi cùng đội ngũ kỹ sư chăn nuôi giàu kinh nghiệm để đảm bảo chất lượng nguyên liệu đầu vào cho các Tổ hợp chế biến gà được kiểm soát và tuân thủ đúng quy trình chăn nuôi sạch của chúng tôi.

An toàn lao động

An toàn là ưu tiên hàng đầu trong hoạt động kinh doanh của Masan MeatLife. Chúng tôi hướng đến mục tiêu tạo ra văn hóa An toàn - Sức khỏe - Môi trường tại toàn bộ khu vực làm việc.

Chúng tôi cam kết:

- Cung cấp điều kiện làm việc an toàn và lành mạnh nhằm ngăn ngừa chấn thương và bệnh tật liên quan đến công việc.
- Tuân thủ pháp luật: Tuân thủ các tiêu chuẩn, chính sách, quy tắc và thủ tục trong khuôn khổ pháp lý và quy định quốc gia.

- Quản lý rủi ro về an toàn: Thiết lập các hướng dẫn và quy trình an toàn để giảm thiểu rủi ro an toàn và sức khỏe nghề nghiệp từ các hoạt động. Đồng thời áp dụng các giải pháp kỹ thuật để nâng cao máy móc thiết bị hoạt động an toàn.
- Văn hóa an toàn: Trao quyền cho nhân viên làm chủ, khuyến khích nhân viên báo cáo các điều kiện mất an toàn và các hành vi mất an toàn và khuyến khích chia sẻ việc thực hiện tốt văn hóa An toàn - Sức khỏe - Môi trường.
- Cải tiến liên tục: Đánh giá hiệu quả định kỳ hệ thống An toàn - Sức khỏe - Môi trường thông qua các phương pháp kiểm soát chủ động và chuyên nghiệp.

Chúng tôi thực hiện áp dụng các tiêu chuẩn về hệ thống quản lý An toàn và Sức khỏe nghề nghiệp, đạt chứng nhận tiêu chuẩn ISO 45001:2018 cho tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam, Long An và tại Công ty Cổ phần Masan Jinju.

Hàng năm hệ thống nhà máy và trang trại của Masan Meatlife đều thực hiện huấn luyện An toàn vệ sinh lao động, huấn luyện sơ cấp cứu, huấn luyện an toàn hóa chất, huấn luyện nghiệp vụ PCCC và diễn tập PCCC, kiểm định máy móc thiết bị yêu cầu nghiêm ngặt, quan trắc môi trường lao động, huấn luyện an toàn hóa chất và diễn tập ứng phó sự cố tràn đổ hóa chất nhằm đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật, đảm bảo an toàn lao động và đảm bảo sức khỏe cho toàn bộ cán bộ công nhân viên.

Trách nhiệm xã hội

Nâng cao đời sống cộng đồng

Tháng 09/2024, đồng hành cùng lời kêu gọi của Báo Giao Thông, Công ty TNHH MEATDeli HN (một công ty con của Masan MEATLife) đã nhanh chóng triển khai chương trình cứu trợ bằng cách gửi hơn 900 thùng xúc xích Ponnie cho các khu vực bị ảnh hưởng bởi bão Yagi. Với mục tiêu hỗ trợ người dân vượt qua khó khăn, công ty đã cung cấp các sản phẩm thực phẩm thiết yếu, đảm bảo chất lượng và an toàn vệ sinh. Các chuyến hàng được gửi đến những vùng bị thiệt hại nặng nề, giúp người dân có đủ nguồn thực phẩm trong thời gian khó khăn. Đây là hành động thiết thực thể hiện tinh thần trách nhiệm và sự đồng lòng với cộng đồng của Masan MEATLife.





Năm 2024, trang trại chăn nuôi tự vận hành của chúng tôi (Công ty TNHH MML Farm Nghệ An tại xã Hạ Sơn, huyện Quỳnh Hợp, tỉnh Nghệ An) đã dành ngân sách hơn 500 triệu đồng cho các hoạt động an sinh xã hội tại địa phương, thể hiện truyền thống tương thân, tương ái như là một cách đồng hành của doanh nghiệp cùng địa phương. Trong đó có các hoạt động tiêu biểu như trao tặng 100 suất quà tết vì người nghèo tại xã Hạ Sơn, huyện Quỳnh Hợp; trao tặng tặng 75 suất quà tết cho 75 hộ dân quanh hai trang trại Farm Nghệ An; Trao bàn ghế hội trường cho nhà văn hóa cộng đồng tại 5 xóm thuộc xã Hạ Sơn; trao tặng thiết bị trường học cho ba cấp trường tại xã Hạ Sơn và nhiều hoạt động hỗ trợ, phát triển cộng đồng khác.





Bền vững về môi trường

Masan MEATLife luôn nhận thức sâu sắc vấn đề phát triển kinh tế phải kèm theo bảo vệ môi trường bền vững. Do vậy ngay từ khi bắt đầu chuẩn bị dự án, Masan MEATLife luôn thực hiện việc bảo vệ môi trường, nhằm đảm bảo các tổ hợp sản xuất đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn về môi trường theo quy định của luật định. Các tổ hợp chế biến thịt của Masan MEATLife và Công ty cổ phần Masan Jinju đang áp dụng tiêu chuẩn nước thải sau xử lý đạt cột A nước thải công nghiệp theo QCVN 40:2011 BTNMT đồng thời áp dụng và vận hành hệ thống ISO 14001:2015 về quản lý môi trường.

Ngoài ra, diện tích cây xanh trong khuôn viên của từng tổ hợp chế biến thịt đạt độ bao phủ từ 24% - 31%, cao hơn yêu cầu của địa phương khi so sánh với tổng diện tích của toàn tổ hợp.

1. **Hệ thống xử lý nước thải:** sử dụng công nghệ Hiếu-Hiếu khí. Quy trình vận hành, giám sát hoàn toàn tự động bằng các thiết bị hiện đại.
 - Chất lượng nước thải đầu ra ổn định được giám sát online chỉ số COD.
 - Nước thải sau xử lý đạt tiêu chuẩn loại A theo tiêu chuẩn quốc gia.
 - Tiết kiệm năng lượng, tiêu thụ điện năng thấp.
 - Bùn thải sinh ra ít hơn so với quá trình xử lý sinh học, hệ thống ít gây ra mùi hôi.
 - Bùn thải sau xử lý đạt chất lượng bùn thải thông thường an toàn với môi trường và có thể tái sử dụng làm phân bón.
2. **Hệ thống hơi Biomass:** Sử dụng công nghệ tầng sôi, nguyên liệu chủ yếu là trấu và các phụ phẩm có sẵn, dồi dào từ ngành nông nghiệp địa phương, cũng như khí thải sinh ra thân thiện và đạt các yêu cầu nghiêm ngặt của các cơ quan chủ quản.
3. **Hệ thống máy móc thiết bị:** Masan MEATLife lựa chọn công nghệ mới nhất nhập khẩu từ EU G7 đạt các tiêu chuẩn an toàn sức khỏe và hiệu suất cao, như tiết kiệm năng lượng, nước... Các hệ thống chiếu sáng sử dụng công nghệ LED tiết kiệm điện và cho hiệu suất chiếu sáng cao nhất.

Đầu năm 2019, trang trại MML Farm Nghệ An (tên cũ là MNS Farm Nghệ An) được cấp giấy chứng nhận GLOBAL G.A. P về việc hoàn thành các tiêu chuẩn trang trại được công nhận quốc tế dành riêng cho Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt. Trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của MML Farm Nghệ An được xem là tiên tiến nhất Việt Nam trong bảo vệ môi trường vì có khả năng tự sản xuất biogas từ quá trình sản xuất và cung cấp điện cho vận hành trại. Bên cạnh đó chúng tôi đã đầu tư và vận hành tốt hệ thống xử lý nước thải hiện đại nhằm đảm bảo hoạt động bền vững của trang trại tuân thủ các tiêu chuẩn quốc gia về môi trường.

Từ năm 2020, sau khi sáp nhập thành viên mới là 3F VIỆT, công ty có chuỗi khép kín từ trang trại tới nhà máy giết mổ gia cầm. Tất cả trang trại đều có đánh giá tác động môi trường và tuân thủ các quy định trong suốt quá trình vận hành dự án. Riêng nhà máy ấp trứng 3F VIỆT được đầu tư máy móc hiện đại bậc nhất Việt Nam nhằm tối ưu hóa việc sử dụng nhiên liệu như điện, nước... Nhà máy đầu tư hệ thống xử lý nước thải nhằm xử lý toàn bộ nước thải sản xuất và sinh hoạt của cán bộ công nhân viên đảm bảo đầu ra đạt cột B theo QCVN 62-MT/BTNMT. Nhà máy tuân thủ quy định quan trắc nhằm đảm bảo nước thải luôn đạt chuẩn cho phép. Riêng nhà máy giết mổ và chế biến gia cầm tại Bình Dương đầu tư hệ thống xử lý nước thải 600 m³/ngày để xử lý hết toàn bộ nước thải của nhà máy sản xuất đảm bảo đầu ra đạt cột A của QCVN 40-2011/BTNMT quy chuẩn về nước thải công nghiệp - là quy chuẩn khắt khe nhất hiện nay.

Bền vững về nhân lực

Tại Masan MEATLife, con người là yếu tố cốt lõi tạo nên thành công bền vững. Trong năm 2024, chúng tôi tiếp tục thu hút nhân tài, cung cấp chính sách phúc lợi cạnh tranh, phát triển và gìn giữ nhân tài.

Tính đến tháng 12/2024, Masan MEATLife có 2.041 nhân viên, với 48% nhân sự có trình độ từ trung cấp trở lên, phản ánh chiến lược nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Trên Đại Học	15	1%
Đại học/ Học Viện	657	32%
Cao đẳng	184	9%
Trung Cấp Nghề/ Chứng Chỉ Nghề	130	6%
Trung Học Phổ Thông	230	11%
Trung Học Cơ Sở	604	30%
Khác	221	10%
Tổng	2041	100%

Chính sách phúc lợi cạnh tranh & đãi ngộ hấp dẫn

Masan MEATLife đảm bảo một hệ thống phúc lợi toàn diện, mang lại sự ổn định và động lực cho nhân viên:

- Lương thưởng minh bạch & cạnh tranh, gắn liền với hiệu suất làm việc.
- Bảo hiểm sức khỏe & tai nạn, bảo vệ nhân viên và gia đình.
- Ký túc xá đầy đủ tiện nghi, hỗ trợ nhân viên tại nhà máy có môi trường sống thoải mái.
- Chế độ nghỉ phép đảm bảo cân bằng giữa công việc và cuộc sống.

Phát triển nhân tài & xây dựng tương lai

Chúng tôi không chỉ tuyển dụng nhân tài mà còn nuôi dưỡng và phát triển họ thông qua:

- Chương trình đào tạo chuyên môn & kỹ năng mềm, nâng cao năng lực nhân sự.
- Lộ trình phát triển lãnh đạo, chuẩn bị cho đội ngũ quản lý kế cận.
- Khuyến khích sáng tạo & tinh thần doanh nhân, tạo môi trường để thử nghiệm và đổi mới.

Tạo dựng môi trường làm việc gắn kết & chú trọng đời sống tinh thần

Bên cạnh công việc, chúng tôi chú trọng xây dựng một môi trường làm việc gắn kết, truyền cảm hứng, giúp nhân viên phát triển toàn diện:

- Teambuilding, ngày hội gia đình, hoạt động thiện nguyện, tăng cường kết nối đội ngũ.
- Không gian thể thao & giải trí với sân bóng đá, bóng chuyền, cầu lông, tạo điều kiện rèn luyện sức khỏe.
- Các hoạt động gắn kết hàng tháng, quý với sự phối hợp của phòng Nhân sự và Công đoàn cơ sở.



Chương trình thiện nguyện tại Cô nhi viện Thiên Bình, Biên Hòa, Đồng Nai

Giải thưởng

Năm 2024, Masan MEATLife tiếp tục đạt được giải thưởng "Top 10 Tin Dùng Việt Nam 2024" nhóm ngành Nông sản, Thực phẩm, Đồ uống... do Tạp chí Kinh tế Việt Nam trao tặng. Đây là giải thưởng danh giá nhằm ghi nhận và vinh danh những doanh nghiệp có sản phẩm thực sự chất lượng, uy tín, mang lại giá trị thực tế trong đời sống hàng ngày cho người tiêu dùng Việt Nam.



Ngày 20/07/2024, nhãn hiệu "MEATDeli" đã đạt được bình chọn Top 20 nhãn hiệu nổi tiếng và cạnh tranh hàng đầu Việt Nam năm 2024 do Hội Sở Hữu Trí Tuệ Việt Nam (VIPA) bình chọn. Chương trình được tổ chức trên cơ sở những quy định về nhãn hiệu nổi tiếng của điều 75 Luật Sở hữu trí tuệ và điều 6 Bis Công ước Paris, nhằm đánh giá, ghi nhận, quảng bá kịp thời các nhãn hiệu tiêu biểu của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trong tất cả mọi lĩnh vực có bề dày thành tích phát triển, có chất lượng vượt trội, tính cạnh tranh cao, thân thiện với môi trường, được đông đảo người tiêu dùng tin nhiệm và ghi dấu ấn mạnh mẽ trên thị trường.



BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH

Tập trung nguồn lực vào xây dựng thịt có thương hiệu và thịt chế biến

Ngành thịt của Việt Nam

Việt Nam có mức tiêu thụ thịt heo bình quân đầu người cao thứ hai thế giới, chỉ sau Trung Quốc. Ngoài thịt heo, tỷ lệ tiêu thụ thịt gia cầm trong nước cũng ở mức cao, khiến Việt Nam trở thành một trong những quốc gia tiêu thụ động vật hàng đầu trong số các thị trường mới nổi khác. Với thị trường thịt heo (10 tỷ USD), thịt gia cầm (2,5 tỷ USD) và thịt chế biến (3 tỷ USD) chưa được khai thác, ngành thịt của Việt Nam sẵn sàng cho bước tăng trưởng đáng kể trong quá trình đáp ứng nhu cầu của dân số ngày càng tăng.

Mặc dù có tiềm năng to lớn, nhưng thị trường thịt Việt Nam kém phát triển, không có tiêu chuẩn thống nhất, không có doanh nghiệp quy mô và dẫn đầu thị trường. Nguồn gốc thịt và vệ sinh an toàn thực phẩm là mối quan tâm hàng đầu của người tiêu dùng và chưa có sản phẩm nào hiện đáp ứng được ba tiêu chí ngon, an toàn và giá cả hợp lý. Nguyên nhân là do năng suất thấp, chuỗi giá trị manh mún, và chưa chuẩn hóa. Sự chuyển hướng sang tiêu dùng thịt ủ mát dự kiến sẽ đạt 15% tổng sản lượng tiêu thụ vào năm 2027, do quá trình đô thị hóa nhanh chóng, sự thâm nhập của kênh bán lẻ hiện đại và thu nhập khả dụng tăng cao. Tương tự, thị trường gia cầm cũng kém hiệu quả và manh mún như vậy, với năng suất thấp, tỷ lệ gia cầm chết cao và được coi là đặc biệt kém hiệu quả. Thịt chế biến vẫn còn dư địa phát triển lớn, với một thị trường không có thương hiệu, không được chuẩn hóa và rất phân mảnh đặt ra nhu cầu hợp nhất, như xu hướng chung đã diễn ra ở Trung Quốc và Thái Lan trong thập kỷ qua.

Do đó, những công ty hàng đầu có khả năng giành thị phần từ xu hướng hợp nhất và khả năng tích hợp ngành dọc mạnh mẽ có thể sẽ giành thị phần lâu dài trên thị trường Việt Nam. Masan MEATLife có vị thế đặc biệt để tận dụng các xu hướng ngành tất yếu trong trung và dài hạn này tại Việt Nam.

Masan MEATLife đã mở rộng mạng lưới phân phối thông qua hệ thống bán lẻ của các siêu thị WinMart và cửa hàng WinMart+ trên toàn quốc. Masan MEATLife với chiến lược giá cả cạnh tranh, bao gồm chương trình giá độc quyền cho các thành viên WIN, giúp thu hẹp khoảng cách giá giữa các sản phẩm MEATDeli với thịt tại chợ truyền thống, từ đó giúp tăng sản lượng và công suất sử dụng cho các nhà máy chế biến. Thành công ban đầu của Masan MEATLife đã được chứng minh qua việc các sản phẩm MEATDeli tại các cửa hàng của WinCommerce đạt doanh số bán hàng hằng ngày trên mỗi điểm bán tăng khoảng 28%, từ mức 1,55 triệu đồng trong thời điểm cuối năm 2023 lên mức 1,98 triệu đồng trong năm 2024, thể hiện sức mạnh hợp lực giữa WinCommerce và Masan MEATLife. Chiến lược định giá này không chỉ giúp cho nhiều người tiêu dùng có cơ hội sử dụng thịt có chất lượng cao hơn mà còn gia tăng sản lượng, dẫn đến gia tăng công suất sử dụng của nhà máy và giảm chi phí sản xuất tính trên mỗi đơn vị. Điều này sẽ giúp cho Masan MEATLife gia tăng tỷ suất lợi nhuận trong dài hạn.

Thịt chế biến

Người tiêu dùng có nhu cầu cao hơn về khẩu vị, dinh dưỡng và mức giá hợp lý của các sản phẩm thực phẩm, điều này thể hiện trong việc tăng lượng tiêu thụ thịt trong ẩm thực Việt.

Thông qua hợp tác với một trong những công ty hàng đầu trong ngành thịt chế biến tại Hàn Quốc là Jinju Ham, Masan đã xây dựng các thương hiệu được yêu thích như Heo Cao Bồi, Ponnies, v.v và phân phối rộng khắp trên thị trường. Năm 2024 đánh dấu một cột mốc mới của Masan MEATLife về sự đột phá trong việc phát triển sản phẩm mới trong danh mục thịt chế biến, với kết quả kinh doanh đạt gần 2.6 nghìn tỷ đồng, tăng 23% so với năm 2023. Chúng tôi kỳ vọng con số này sẽ tiếp tục tăng trưởng nhờ lộ trình đưa sản phẩm mới ra thị trường được hoạch định bài bản, nắm bắt thị hiếu và khẩu vị của người tiêu dùng Việt Nam.

Hiện thực hóa tiềm năng thịt của Việt Nam

Thị trường thịt heo & gà có giá trị hơn 15 tỉ USD là mảng lớn nhất trong ngành F&B. Với dân số gần 100 triệu người, thu nhập bình quân liên tục được cải thiện khiến nhu cầu tiêu thụ thịt sạch, truy xuất được nguồn gốc tại Việt Nam tăng cao. Tuy nhiên, đây là thị trường chưa được chuẩn hóa khi hơn 90% sản phẩm thịt heo trên thị trường không có thương hiệu. Trong khi đó, người tiêu dùng ngày càng chú trọng đến các sản phẩm có thể truy xuất được nguồn gốc. Điều này tạo điều kiện cho thương hiệu thịt sạch MEATDeli của Masan MEATLife có nhiều tiềm năng để tăng trưởng và là cơ hội để chúng tôi thiết lập tiêu chuẩn mới trong tiêu dùng thịt chất lượng cao, an toàn, tươi ngon với giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.

Với định hướng phát triển nền tảng thịt có thương hiệu, tại Masan MEATLife chúng tôi hiểu rất rõ mọi việc đều bắt đầu từ con giống khỏe mạnh và đạt tiêu chuẩn chất lượng. Do vậy chúng tôi đã tăng cường ứng dụng công nghệ vào hoạt động sản xuất chăn nuôi để kiểm soát được hiệu suất chăn nuôi và kiểm soát được dịch bệnh. Bên cạnh việc kinh doanh thịt tươi, Năm 2024 ngành hàng sản xuất thịt chế biến của chúng tôi đã tăng trưởng vượt bậc bằng việc ra đời các sản phẩm đáp ứng được nhu cầu và phù hợp với lứa tuổi của người tiêu dùng từng bước hiện thực hóa tiềm năng ngành thịt đáp ứng toàn bộ nhu cầu tiêu thụ nội địa và tiến tới xuất khẩu.

Tóm lại, chuỗi giá trị thịt tại Việt Nam có tiềm năng tăng trưởng rất lớn và sẽ đòi hỏi các công ty cần phải hoạch định kế hoạch phát triển thị trường và dẫn dắt thay đổi. Từ năm 2023 trở đi, Masan MEATLife đã tập trung mở rộng danh mục sản phẩm với việc ra mắt nhiều hơn nữa các sản phẩm thịt chế biến từ thịt heo và thịt gà. Chắc chắn rằng Thịt chế biến sẽ là nhân tố chủ lực giúp thúc đẩy tăng trưởng, không chỉ về doanh thu mà còn về biên lợi nhuận hoạt động. Chúng tôi hoàn toàn có cơ sở và tin rằng Masan MEATLife sẽ là người dẫn đầu trong ngành này và có mô hình hoạt động chuẩn để dẫn dắt chuyển đổi thị trường thịt tại Việt Nam.

Các chỉ số chính

Chỉ số	31/12/2024	31/12/2023
<u>Hệ số khả năng thanh toán nợ</u>		
Khả năng thanh toán nợ hiện tại	0,5x	1,4x
Khả năng thanh toán nhanh	0,3x	1,2x
<u>Cơ cấu vốn</u>		
Tổng nợ/Tổng tài sản	0,4x	0,4x
Số vòng quay hàng tồn kho	8,6x	8,7x
Số ngày tồn kho	42,4	41,7
<u>Tỷ suất khả năng sinh lời</u>		
ROE	0,6%	-7,4%
ROA	0,2%	-4,1%
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	68,1%	54,9%
Biên EBIT	2,2%	-3,2%
Biên EBITDA	8,5%	3,8%
Biên lợi nhuận sau thuế	0,3%	-7,7%

Thảo luận kết quả kiểm toán

Doanh thu thuần

Doanh thu thuần Masan MEATLife đạt 7.650 tỷ đồng trong năm 2024, tăng 9,5% so với năm trước, với doanh thu tăng ở tất cả các phân khúc, ngoại trừ doanh thu từ măng gà trang trại.

- Đối với măng gà trang trại, Masan MEATLife thực hiện tái cấu trúc mô hình vận hành để chuyển trọng tâm sang hoạt động kinh doanh trực tiếp đến người tiêu dùng. Mặc dù doanh thu gà trang trại bị giảm nhưng lợi nhuận gộp lại thay đổi một cách ngoạn mục nhờ vào việc giá bán được cải thiện cùng với việc kiểm soát tối ưu giá thành chăn nuôi.
- Trong năm 2024, măng thịt của Masan MEATLife tiếp tục đạt tăng trưởng doanh thu hai chữ số (15,4%)
nhờ chiến lược giá cạnh tranh, giúp thu hẹp khoảng cách giá giữa các sản phẩm MEATDeli và thịt nóng trong các chợ truyền thống. Chương trình hội viên WIN góp phần đẩy mạnh doanh số bán hàng hằng ngày trên mỗi điểm bán trong chuỗi WinCommerce tăng trưởng 26% YoY.
- Thịt chế biến là nhóm ngành hàng tạo ra giá trị lợi nhuận lớn, đồng thời khả năng mở rộng thị phần là rất cao, Masan MEATLife đã xác định rõ chiến lược tập trung đẩy mạnh nhóm ngành hàng này thông qua việc tập trung nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới. Trong năm 2024,

măng kinh doanh thịt chế biến chiếm 34,6% doanh thu của Masan MEATLife so với mức 32,9% trong năm 2023 nhờ vào đóng góp 538 tỷ đồng từ các sản phẩm mới.

Lợi nhuận gộp và Biên lợi nhuận gộp

Lợi nhuận gộp năm 2024 của Masan MEATLife là 1.962 tỷ đồng, tăng 86% so với cùng kỳ năm ngoái. Biên lợi nhuận gộp năm 2024 đạt 25,6%, cao hơn so với mức 15,1% trong năm 2023, chủ yếu là sự đóng góp của măng trang trại bên cạnh việc đóng góp của măng thịt chế biến và cải thiện đáng kể biên lợi nhuận của thịt lợn tươi có thương hiệu.

- Măng thịt chế biến đóng góp chính cho lợi nhuận gộp trong năm 2024;
- Biên lợi nhuận gộp của măng thịt heo tích hợp tăng thêm 8.6% so với năm 2023 nhờ chiến lược giá cạnh tranh và hợp tác chiến lược cùng WinCommerce trong “Chương trình hội viên WIN” giúp tăng sản lượng, công suất sử dụng các nhà máy cùng với tỷ lệ sử dụng thịt heo cho măng thịt chế biến tăng từ 5,4% trong quý 4 năm 2023 lên 6,7% trong quý 4 năm 2024, phù hợp với chiến lược của Masan MEATLife nhằm tăng biên lợi nhuận gộp chung và tăng cường tích hợp theo chiều dọc.
- Măng thịt gà tích hợp thay đổi ngoạn mục đạt biên lợi nhuận gộp hai chữ số chủ yếu do hiệu quả từ việc tối ưu hoạt động vận hành của gà trang trại bên cạnh việc tối ưu giá bán và giá thành của gà thịt.

Doanh thu hoạt động tài chính và chi phí tài chính

Chi phí tài chính thuần năm 2024 là 156 tỷ đồng giảm gần 150 tỷ đồng so với mức 302 tỷ đồng trong năm 2023, chủ yếu do giảm chi phí lãi vay.

Lợi nhuận trước lãi, thuế và khấu hao (EBITDA)

Biên EBITDA trong năm 2024 đạt 8,5% so với mức 3,8% năm 2023, nhờ đóng góp từ thịt chế biến và cải thiện đáng kể biên lợi nhuận của măng thịt heo, thịt gà tích hợp.

Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty

Trong năm 2024, Masan MEATLife đạt mức lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty là 27 tỷ đồng, tăng 107% so với mức (386) tỷ đồng trong năm 2023, với biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty năm 2024 là 0,4% tăng lên so với mức (5,5%) trong năm 2023, chủ yếu do sự tăng trưởng từ măng thịt ủ mát và thịt chế biến và cải thiện hiệu quả hoạt động của măng gà tích hợp.

Số dư tiền

Masan MEATLife duy trì số dư tiền và tương đương tiền (bao gồm đầu tư tài chính ngắn hạn) ở mức 190 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024 so với 206 tỷ đồng tại ngày 31/12/2023, giảm 8%.

Tài sản cố định

Tại ngày 31/12/2024, tài sản cố định giảm xuống 4.753 tỷ đồng từ mức 5.147 tỷ chủ yếu do khấu hao và phân bổ tài sản cố định.

Tổng tài sản

Tổng tài sản của Masan MEATLife tính đến ngày 31/12/2024 là 11.229 tỷ đồng, giảm 12% so với mức 12.733 tỷ đồng vào ngày 31/12/2023 chủ yếu do khấu hao và phân bổ tài sản cố định và tất toán khoản cho vay phải thu.

Các khoản vay

Tại ngày 31/12/2024, các khoản vay ngắn hạn và dài hạn là 4.648 tỷ đồng, giảm 16% so với mức 5.525 tỷ đồng cùng kỳ năm ngoái.

Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu tại ngày 31/12/2024 là 4.469 tỷ đồng giảm 12% so với mức 5.083 tỷ đồng tại ngày 31/12/2023

Kế hoạch 2025

Năm 2025, Masan MEATLife dự kiến sẽ mang về doanh thu từ 8.250 tỷ đồng đến 8.749 tỷ đồng, tăng trưởng từ 8% đến 14% so với cùng kỳ. Kết quả này sẽ đạt được trên hành trình liên tục chuyển đổi để trở thành công ty chế biến thịt của Masan MEATLife và việc hợp tác chiến lược với WinCommerce.

- Nâng cao giá trị thành phẩm của mỗi heo nuôi thịt lên 10 triệu đồng/con, tương đương mức tăng trưởng xấp xỉ 10% so với cùng kỳ năm trước bằng cách tối đa hóa tỷ lệ sử dụng.
- Tiếp tục đầu tư vào mảng thịt chế biến với mục tiêu đóng góp doanh số đến 37% vào cơ cấu doanh số của Masan MEATLife.
- Xây dựng “Meat Corner” bên trong chuỗi WCM, hướng tới mục tiêu gia tăng thị phần doanh số thịt chế biến trong chuỗi WCM từ 16,6% lên 20% trong năm 2025, hướng đến mục tiêu là 40% trong dài hạn.

THÔNG TIN DOANH NGHIỆP

Lịch sử thành lập và cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Masan MEATLife

Lịch sử thành lập

Công ty Cổ phần Masan MEATLife (Masan MEATLife) (trước đây là Công ty Cổ phần Masan Nutri-Science) được thành lập vào ngày 07/10/2011. Hiện nay, Masan MEATLife, một công ty con của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (Masan Group), là công ty lớn nhất Việt Nam về nền tảng thịt có thương hiệu tích hợp (Từ trang trại đến bàn ăn: Feed – Farm – Food), tập trung vào việc nâng cao năng suất chuỗi giá trị đạm động vật tại Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm từ thịt truy xuất được nguồn gốc, chất lượng và giá hợp lý cho người tiêu dùng với thị trường thịt có giá trị 15 tỷ USD.

Năm 2021, Masan MEATLife đã bán 1,35 triệu tấn thức ăn chăn nuôi thông qua mạng lưới phân phối với hơn 2.500 đại lý và 13 nhà máy trên toàn quốc. Nhờ áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), Masan MEATLife đã xây dựng thành công thương hiệu mẹ “Bio-zeem” và nhanh chóng chiếm thị phần đáng kể trong ngành thức ăn chăn nuôi cho heo.

Nhờ dòng tiền mạnh từ hoạt động kinh doanh thức ăn gia súc, Masan MEATLife đã phát triển mô hình tích hợp 3F (Feed – Farm – Food) thông qua việc đưa vào hoạt động nhà máy chăn nuôi heo công nghệ cao tại Nghệ An và khởi công tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam. Vào Quý 4/2018, Masan MEATLife đã tung ra thành công sản phẩm thịt MEATDeli – sản phẩm thịt ủ mát lần đầu tiên được giới thiệu tại Việt Nam. Đồng thời, việc này đánh dấu Masan MEATLife đã hoàn thành chuỗi giá trị thịt tích hợp 3F và đây chính là nhân tố chính nhằm quản lý sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng và cũng đánh dấu Masan MEATLife trở thành công ty cung cấp sản phẩm thịt có thương hiệu.

Trong tháng 10 và tháng 11/2020, Masan MEATLife đạt được hai bước tiến chiến lược trong hành trình mang đến các sản phẩm thịt tươi ngon, dinh dưỡng cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam: (i) khánh thành Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli Sài Gòn trị giá 1.800 tỷ đồng tại Long An; và (ii) mở rộng hoạt động sang thị trường thịt gia cầm thông qua việc rót vốn 613 tỷ đồng để sở hữu 51% Công ty Cổ phần 3F VIỆT – doanh nghiệp nội địa có nền tảng sản xuất thịt gia cầm hàng đầu.

Tháng 11/2021, Masan MEATLife chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi và hợp tác chiến lược với Công ty TNHH De Heus (“De Heus Việt Nam”, công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan). Theo đó, De Heus Việt Nam sẽ tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi và đầu tư vào chuỗi cung ứng đạm động vật tại Việt Nam. Hợp tác chiến lược này được kỳ vọng sẽ thúc đẩy gia tăng năng suất, chất lượng và tính bền vững của mô hình chuỗi cung ứng tích hợp 3F (Feed-Farm-Food). Cụ thể, De Heus Việt Nam sẽ cung ứng lên đến 70% nhu cầu thức ăn chăn nuôi cho trang trại của Masan MEATLife và ít nhất 2,8 triệu heo thịt cho các sản phẩm thịt ủ mát và thịt ủ mát chế biến của Masan MEATLife trong 5 năm tới. Với thỏa thuận hợp tác này, Masan MEATLife đã hoàn tất chuyển đổi trở thành doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu.

Các sự kiện quan trọng trong quá trình hình thành và phát triển của Masan MEATLife:

- Tháng 10/2011, Masan MEATLife được thành lập với tên gọi Công ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân;
- Tháng 11/2012, Công ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân được đổi tên thành Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim;
- Tháng 7/2014, Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế (ANCO);
- Cuối năm 2014, Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim mua lại Công ty TNHH Shika, một công ty có 40% cổ phần tại Công ty Cổ phần Việt – Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc (Proconco);

- Tháng 1 và tháng 2/2015, Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim, thông qua công ty con, mua thêm 13,06% cổ phần của Proconco;
- Tháng 4/2015, Masan Group mua lại Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim, cổ đông kiểm soát hai công ty Proconco và ANCO. Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim sau đó tháng 7/2015 được đổi tên thành Công ty TNHH Masan Nutri-Science (Masan Nutri-Science). Việc mua lại Masan Nutri-Science ngay lập tức biến Masan Group thành một trong những công ty sản xuất thức ăn chăn nuôi lớn nhất Việt Nam. Mục tiêu của Masan Nutri-Science là thay đổi chuỗi giá trị thịt của Việt Nam nhằm cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu, ngon và sạch;
- Tháng 3/2016, Masan Nutri-Science được chuyển đổi sang hình thức công ty cổ phần với tên được đăng ký là Công ty Cổ phần Masan Nutri-Science; ANCO đầu giá thành công và hoàn tất việc thanh toán đối với 14% cổ phần trong Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (Vissan);
- Tháng 5/2016, Masan Nutri-Science tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại ANCO từ 70% lên 99,99%;
- Tháng 6/2016, ANCO nâng tỷ lệ sở hữu tại Vissan lên 24,94%;
- Tháng 6/2016, Công ty TNHH Masan Nutri-Farm (N.A) được thành lập;
- Tháng 11/2016, Công ty TNHH Masan Nutri-Farm (N.A) khởi công trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao tại Nghệ An;
- Tháng 4/2017, quỹ đầu tư toàn cầu KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần;
- Tháng 8/2017, Công ty TNHH MNS Meat Processing được thành lập;
- Tháng 2/2018, Masan Nutri-Science khởi công dự án tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam nhằm cung cấp thịt ủ mát (fresh chilled meat) đến người tiêu dùng;
- Tháng 12/2018, Masan Nutri-Science khánh thành tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam và đã giới thiệu thành công ra thị trường sản phẩm thịt ủ mát mang thương hiệu "MEATDeli";
- Tháng 1/2019, Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An đã được cấp Giấy Chứng nhận GLOBALG.A.P. vì đã hoàn thành các tiêu chuẩn về nông trại được công nhận quốc tế dành cho việc thực hành sản xuất nông nghiệp tốt;
- Tháng 3/2019, Công ty TNHH MNS Meat Sài Gòn được thành lập;
- Tháng 5/2019, Proconco được tái cấp Giấy Chứng nhận GLOBALG.A.P. CFM;
- Tháng 7/2019, Masan Nutri-Science đổi tên thành Công ty Cổ phần Masan MEATLife và tăng vốn điều lệ lên 3.243 tỷ đồng;
- Tháng 9/2019, Công ty TNHH MNS Meat Hà Nam đã được cấp Giấy Chứng nhận BRC – Tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm;
- Tháng 11/2019, MEATDeli được vinh danh trong Top 10 Thương hiệu được tin dùng nhất Việt Nam 2019 do người tiêu dùng bình chọn;
- Tháng 12/2019, cổ phiếu của Công ty Cổ phần Masan MEATLife được giao dịch tại thị trường chứng khoán của công ty đại chúng chưa niêm yết theo Quyết định số 804/QĐ-SGDHN do Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội cấp;
- Tháng 1/2020, Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GLOBALG.A.P. CFM;
- Tháng 2/2020, Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GLOBALG.A.P. và Công ty TNHH Một Thành Viên Con Cò Bình Định được tái cấp Giấy Chứng nhận GLOBALG.A.P. CFM;
- Tháng 9/2020, Masan MEATLife được vinh danh trong Top Doanh nghiệp Thức ăn Chăn nuôi lớn nhất Thế giới 2019 do Tạp chí Feed Strategy công bố;

- Tháng 10/2020, Masan MEATLife khánh thành Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli Sài Gòn trị giá 1.800 tỷ đồng tại Long An;
- Tháng 10/2020, Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận HACCP;
- Tháng 11/2020, Masan MEATLife hoàn tất giao dịch sở hữu 51% Công ty Cổ phần 3F VIỆT, chính thức mở rộng hoạt động sang thị trường thịt gia cầm;
- Tháng 11/2020, Proconco và Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GLOBALG.A.P. CFM;
- Tháng 12/2020, Masan MEATLife được vinh danh trong Top 50 Thương hiệu giá trị nhất Việt Nam 2020 do Forbes Việt Nam công bố, MEATDeli tiếp tục được vinh danh trong Top 10 Thương hiệu được tin dùng nhất Việt Nam 2 năm liên tiếp 2019 và 2020 do người tiêu dùng bình chọn và Proconco được vinh danh là Top 3 Công ty Thức ăn Chăn nuôi uy tín nhất Việt Nam 2020 do Vietnam Report công bố;
- Tháng 12/2020, Proconco, Công ty TNHH Một Thành Viên Con Cò Bình Định, Công ty TNHH MNS Feed Thái Nguyên, Công ty TNHH MNS Feed Tiền Giang và Công ty TNHH MNS Feed Hậu Giang được tái cấp Giấy Chứng nhận HACCP;
- Tháng 1/2021, Masan MEATLife được vinh danh trong Top 50 Doanh nghiệp Tư nhân lớn nhất Việt Nam 2020 – VNR500 do Vietnam Report phối hợp cùng Báo Điện tử VietNamNet công bố;
- Tháng 1/2021, Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GLOBAL G.A.P.;
- Tháng 11/2021, Masan MEATLife chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi và hợp tác chiến lược với Công ty TNHH De Heus (“De Heus Việt Nam”, công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan) trong việc tổ chức cung ứng nguồn thức ăn chăn nuôi và heo thịt để phục vụ cho các tổ hợp chế biến thịt ủ mát và thịt ủ mát chế biến của Masan MEATLife trong 5 năm tới;
- Tháng 12/2021, Masan MEATLife đã hoàn tất việc nhận chuyển nhượng 20.180.026 cổ phần của Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản từ Công ty Cổ phần Dinh Dưỡng Nông nghiệp Quốc tế Anco.
- Tháng 02/2022, nhà máy chế biến và đóng gói thịt gà thuộc Tổ hợp chế biến thịt Tập đoàn Masan, tọa lạc tại khu Công nghiệp Đồng Văn IV, xã Đại Cương, Huyện Kim Bảng, tỉnh Hà Nam được điều hành bởi Masan MEATLife được khai trương và đi vào hoạt động. Với nhà máy chế biến và đóng gói thịt gà này, Masan MEATLife đang dần hoàn thiện và đa dạng hóa nguồn đạm động vật tươi ngon, dinh dưỡng và giá cả hợp lý cho mỗi bữa ăn của gia đình Việt. Nhà máy có tổng vốn đầu tư hơn 527 tỷ đồng, quy mô gần 1,6 héc-ta với công suất đáp ứng hơn 52 triệu con gà/năm.
- Tháng 10/2024, Masan MEATLife hoàn tất giao dịch sở hữu 74,99% cổ phần của Công ty Cổ phần Masan Jinju.

Quản trị doanh nghiệp

Cơ cấu tổ chức

Chấp thuận	Đại Hội đồng Cổ đông	
Phê duyệt	Hội đồng Quản trị	Ủy Ban Kiểm Toán
Quản trị chiến lược Masan MEATLife	Ban Điều hành Tổng Giám đốc Giám đốc Tài chính	

Hội đồng Quản trị

Hội đồng Quản trị được cổ đông bầu ra để điều hành hoạt động của Masan MEATLife. Các thành viên Hội đồng Quản trị họp định kỳ hoặc thảo luận riêng về các quyết định chiến lược do Ban Điều hành đề trình. Chi tiết về trách nhiệm của Hội đồng Quản trị được trình bày trong phần Hội đồng Quản trị.

Ban Điều Hành

Trách nhiệm chính của Ban Điều hành bao gồm quản trị chiến lược, phân bổ nguồn lực ở cấp quản lý cao cấp, theo dõi và kiểm soát tài chính kế toán, quản lý vốn, quản trị doanh nghiệp và kiểm soát nội bộ.

Ủy Ban Kiểm Toán

Ủy ban kiểm toán là một ủy ban chuyên trách trực thuộc Hội đồng quản trị chịu trách nhiệm định hướng và giám sát một số lĩnh vực quản trị cụ thể bao gồm việc thiết lập, triển khai và đảm bảo tính hiệu quả của kiểm toán nội bộ.

Trách nhiệm và thẩm quyền của Hội đồng Quản trị

Hoạt động của Hội đồng Quản trị được tổ chức bởi Chủ tịch Hội đồng Quản trị.

Thành viên Hội đồng Quản trị bao gồm:

Ông Danny Le, Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Ông Danny Le có vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi Masan MEATLife từ một công ty sản xuất thức ăn gia súc trở thành nền tảng sản xuất thịt có thương hiệu. Ông chịu trách nhiệm đưa ra định hướng chiến lược cho Masan MEATLife.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông Danny Le từng là cố vấn tài chính tại Morgan Stanley, New York, và đã thực hiện nhiều thương vụ M&A và các giao dịch trên thị trường vốn và tư nhân hoá cho nhiều khách hàng. Ông Danny Le hiện là Tổng Giám Đốc của (i) Masan Group, (ii) Công ty TNHH The Sherpa, (iii) Công ty Cổ phần The CrownX và (iv) Công ty Cổ phần The WinX; Chủ tịch Hội đồng Quản trị của (i) Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials, (ii) Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (Masan Consumer), (iii) Công ty Cổ phần The CrownX, (iv) Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Wincommerce; thành viên Hội đồng Quản trị của (i) Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage; thành viên của Hội đồng thành viên của (i) Công ty TNHH Masan Brewery, (ii) Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo; Chủ tịch Công ty Công ty TNHH The Sherpa

Ông Danny Le có bằng Cử nhân tại Đại học Bowdoin, Mỹ.

Ông Nguyễn Quốc Trung, Thành viên Hội đồng Quản trị

Ông Nguyễn Quốc Trung là Tổng Giám đốc của Masan MEATLife từ ngày 26/11/2021. Ông là nhân tố quan trọng trong việc sáp nhập và chuyển đổi thành công 2 nền tảng kinh doanh thịt là thịt heo và thịt gà, giúp Masan MEATLife trở thành công ty có nền tảng kinh doanh thịt lớn nhất Việt Nam. Trước khi gia nhập Masan MEATLife, ông Nguyễn Quốc Trung đã từng là Tổng Giám Đốc Công ty TNHH Japfa Comfeed Long An, Công ty TNHH Japfa Comfeed Bình Thuận, Công ty TNHH Japfa - Hypor Genetics. Từ năm 2014, ông là cổ đông sáng lập và Chủ tịch Hội đồng Quản trị kiêm Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần 3F Việt.

Ông Nguyễn Quốc Trung có bằng Thạc sỹ Quản trị Kinh doanh từ Trường Đại học Kinh tế và Quản lý Solvay Brussels -Vương quốc Bỉ.

Ông Trần Phương Bắc, Thành viên Hội đồng Quản trị

Ông Trần Phương Bắc được bầu vào Hội đồng Quản trị của Masan MEATLife tại Đại Hội đồng Cổ đông năm 2018. Hiện nay, ông Trần Phương Bắc là Luật sư Trưởng của Masan Group, phụ trách các vấn đề pháp luật và tuân thủ của toàn bộ Masan Group, bao gồm cả Masan MEATLife và các công ty con.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông Trần Phương Bắc là luật sư thành viên của một hãng luật danh tiếng và từng làm cho những công ty tài chính và hàng tiêu dùng hàng đầu của nước ngoài tại Việt Nam, trước đó ông là Giảng viên Luật Thương mại tại Trường Đại học Luật TP. HCM. Ông Trần Phương Bắc hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của (i) Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce, (ii) Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh, (iii) Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimes và (iv) Công ty Cổ phần The CrownX; Giám đốc của (i) Công ty TNHH MNS Meat; (ii) Masan Consumer (Thailand) Limited; Tổng Giám đốc của (i) Công ty Cổ phần Dr. Win, (ii) Công ty TNHH Masan Agri; (iii) Công ty Cổ phần The Supra; Chủ tịch Công ty của Công ty TNHH Zenith Investment.

Ông Trần Phương Bắc là thành viên của Đoàn Luật sư TP. HCM, có bằng Cử nhân Luật tại Trường Đại học Luật TP. HCM và bằng Thạc sĩ về Luật So sánh tại Đại học Groningen (Hà Lan).

Ông Huỳnh Việt Thắng, Thành viên Hội đồng Quản trị

Ông Huỳnh Việt Thắng được bầu vào Hội đồng Quản trị của Masan MEATLife tại Đại Hội đồng Cổ đông năm 2021. Hiện nay, ông Huỳnh Việt Thắng là thành viên Hội đồng Quản trị của (i) Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh, (ii) Công ty Cổ phần Bột giặt NET và là Giám Đốc Tài Chính của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông đã từng làm việc tại Unilever và Coca-cola Việt Nam.

Chủ tịch đóng vai trò lãnh đạo quan trọng và tham gia:

- Chủ trì các cuộc họp của Hội đồng Quản trị và đóng vai trò lãnh đạo hiệu quả;
- Duy trì đối thoại với Ban Điều hành và chỉ đạo chiến lược phù hợp; và
- Giám sát hiệu quả hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024, chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu Masan MEATLife của các thành viên Hội đồng Quản trị như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Danny Le	Chủ tịch	0	0
Ông Nguyễn Quốc Trung	Thành viên	238.440	0,072
Ông Trần Phương Bắc	Thành viên	0	0
Ông Huỳnh Việt Thắng	Thành viên	0	0

HỌP HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị thường xuyên họp để thảo luận về phương hướng, chiến lược và tiến độ phát triển kinh doanh. Thông thường, các chủ đề tại cuộc họp Hội đồng Quản trị bao gồm:

- Báo cáo về những dự án lớn và những vấn đề trong hoạt động kinh doanh hiện tại của Masan MEATLife và các công ty con;
- Báo cáo kết quả kinh doanh và quản trị doanh nghiệp;
- Trình bày những dự án, kế hoạch kinh doanh cụ thể; và
- Các vấn đề của các cuộc họp trước và những vấn đề còn tồn đọng.

HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Trong năm 2024, Hội đồng Quản trị phần lớn tập trung việc thảo luận và thông qua những vấn đề sau:

- Thông qua việc triển khai phương án phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty năm 2023;

- Thông qua việc chuyển lợi nhuận chưa phân phối sau khi đã hoàn thành nghĩa vụ thuế và các nghĩa vụ tài chính khác của Công ty TNHH MML Farm Nghệ An về Masan MEATLife;
- Phê duyệt kế hoạch tăng thêm phần vốn góp của Công ty vào Công ty TNHH MEATDeli HN. Việc góp thêm vốn cho MEATDeli HN có thể được thực hiện bằng nhiều đợt góp vốn căn cứ vào tình hình hoạt động của MEATDeli HN và kế hoạch nguồn tiền của Công ty, hoàn tất chậm nhất vào ngày 31/12/2024;
- Phê duyệt việc nhận chuyển nhượng cổ phần tại Công ty Cổ phần Masan Jinju (“MSJ”) với số lượng: 12.506.850 cổ phần, chiếm tỷ lệ 74,99% tổng số cổ phần có quyền biểu quyết của MSJ;
- Thông qua việc triển khai phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động trong Công ty năm 2024;
- Phê duyệt việc tăng vốn điều lệ của Công ty (02 đợt tăng vốn do phát hành ESOP năm 2023 và 2024);
- Phê duyệt việc giải thể Công ty TNHH MNS Meat – một công ty con do Masan MEATLife sở hữu 99,9996% vốn điều lệ;
- Thông qua việc Công ty cho Công ty TNHH Zenith Investment vay tiền với số tiền 1.921.000.000.000 VNĐ (Một nghìn chín trăm hai mươi một tỷ đồng chẵn);
- Các hoạt động khác.

BAN ĐIỀU HÀNH

Ban Điều hành chịu trách nhiệm thực thi kế hoạch phát triển kinh doanh của Masan MEATLife và báo cáo kết quả kinh doanh. Tổng Giám đốc lãnh đạo Ban Điều hành.

Hiện nay, Ban Điều hành gồm có 2 thành viên phụ trách chung toàn bộ hoạt động của Masan MEATLife, cụ thể:

Ông Nguyễn Quốc Trung – Tổng Giám đốc

Ông Nguyễn Quốc Trung được Hội đồng Quản trị bổ nhiệm làm Tổng Giám đốc của từ tháng 11/2021. Ông Nguyễn Quốc Trung hiện đồng thời là Chủ tịch Hội đồng Quản trị, Tổng Giám đốc của Công ty Cổ phần 3F Việt, Giám đốc của Công ty TNHH Thực phẩm 3F Việt và Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Masan Jinju.

Ông Nguyễn Quốc Trung tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh (MBA), Solvay Brussels School, Đại học Libre de Bruxelles (ULB), Bỉ.

Bà Nguyễn Thị Hồng Điềm – Giám Đốc Tài Chính

Trước khi gia nhập tập đoàn Masan, Bà Nguyễn Thị Hồng Điềm có hơn 20 năm kinh nghiệm kế toán ở tập đoàn Unilever & Royal Friesland Campina. Trong 8 năm vừa qua bà đảm nhiệm các vai trò khác nhau ở công ty sở tại, vai trò vùng ở môi trường quốc tế (Malaysia, Myanmar, Singapore) với những đóng góp đáng kể góp phần đem lại lợi nhuận cho toàn tập đoàn. Bà Điềm tốt nghiệp cử nhân Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh và là thành viên của Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh Quốc (ACCA).

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan MEATLife của các thành viên Ban Điều hành như sau:

Ban Điều hành	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Nguyễn Quốc Trung	Tổng Giám đốc	238.440	0,072
Bà Nguyễn Thị Hồng Điềm	Giám đốc tài chính	5.000	0,0015

ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy Ban Kiểm Toán được thành lập bởi Hội Đồng Quản Trị

Ủy Ban Kiểm Toán bao gồm các thành viên sau đây:

- Ông Huỳnh Việt Thắng – Chủ Tịch Ủy Ban Kiểm Toán
- Ông Trần Phương Bắc – Thành viên Ủy Ban Kiểm Toán

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan MEATLife của các thành viên Ủy Ban Kiểm Toán như sau:

Ủy Ban Kiểm Toán	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Huỳnh Việt Thắng	Chủ Tịch	0	0
Ông Trần Phương Bắc	Thành viên	0	0

HOẠT ĐỘNG CỦA ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy Ban Kiểm Toán giám sát hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành trong việc tuân thủ Điều lệ của Masan MEATLife và pháp luật Việt Nam. Đặc biệt, Ủy Ban Kiểm Toán tham gia vào các cuộc họp thường kỳ và bất thường của Hội đồng Quản trị và Đại Hội đồng Cổ đông.

Thông tin cổ phần

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2024, vốn điều lệ của Masan MEATLife là 3.290.520.930.000 đồng, được chia thành 329.052.093 cổ phần phổ thông.

Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần.

Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 329.052.093 cổ phần, trong đó số cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng là 1.634.646, số cổ phần được tự do chuyển nhượng là 327.417.447 cổ phần.

Cơ cấu cổ đông (Theo Danh sách cổ đông chốt ngày 21/03/2024)

Tính theo tỷ lệ sở hữu: Cổ đông lớn của Masan MEATLife bao gồm:

STT	Cổ đông	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
1	Công ty TNHH Masan Agri	257.342.269	78,60
2	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco	52.955.559	16,17
	Tổng cộng	327.417.947	94,30

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Masan MEATLife có 732 cổ đông, trong đó có 721 cổ đông cá nhân nắm giữ 10.152.893 cổ phần tương ứng với 3,1%; và 11 cổ đông tổ chức nắm giữ 317.265.054 cổ phần tương ứng với 96,9%.

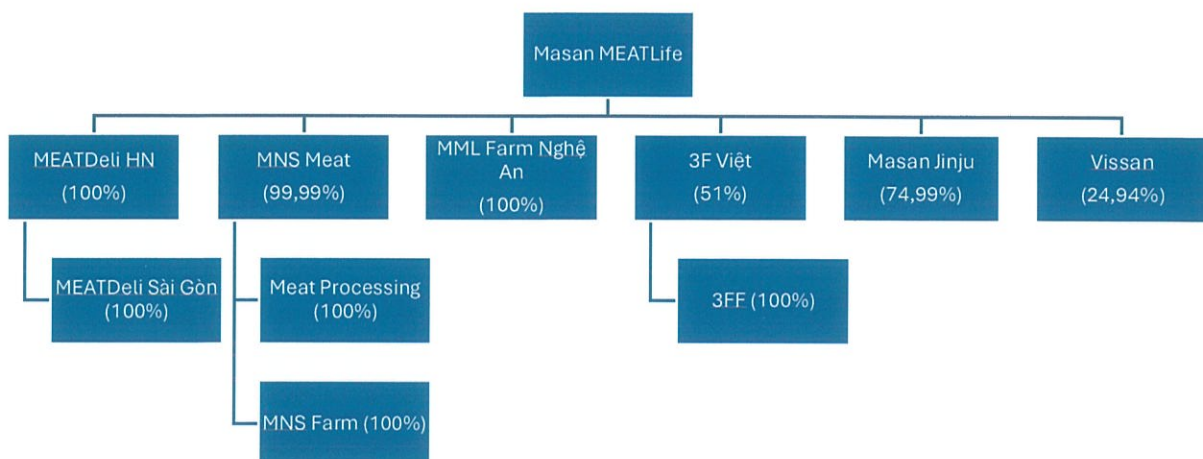
Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Masan MEATLife có 700 cổ đông trong nước nắm giữ 319.140.673 cổ phần tương ứng với 97,56%; và 32 cổ đông nước ngoài nắm giữ 7.992.267 cổ phần tương ứng với 2,44%.

Thay đổi vốn điều lệ

Trong năm 2024, Masan MEATLife có 02 lần tăng vốn điều lệ do phát hành ESOP năm 2023 và 2024, không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

Cấu trúc doanh nghiệp

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024, Masan MEATLife có tổng cộng 10 công ty con và công ty liên kết.



(*) Để thuận tiện theo dõi, các công ty trong sơ đồ được thể hiện tỷ lệ sở hữu tương ứng được để trong ngoặc.

(*) Tại ngày 31 tháng 12 năm 2024, (i) Công ty TNHH MNS Meat, (ii) Công ty TNHH Meat Processing và (iii) Công ty TNHH MNS Farm đang được thực hiện thủ tục giải thể công ty.

Các công ty con và liên kết

Công ty TNHH MEATDeli HN (MEATDeli HN)

MEATDeli HN (tên cũ là “Công ty TNHH MNS Meat Hà Nam”) là tổ hợp chế biến thịt với công nghệ và thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu được xây dựng trên địa bàn tỉnh Hà Nam với quy mô trên 10 hecta. Tổ hợp có công suất 1,4 triệu con/năm, tương đương 140.000 tấn/năm có khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người Việt Nam về các sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn và truy xuất được nguồn gốc. Sau khi đăng ký điều chỉnh dự án đầu tư trong năm 2021, hiện nay Tổ hợp có quy mô sản xuất như sau: (i) Công suất giết mổ lợn là 1,4 triệu con/năm, tương đương 140.000 tấn/năm và công suất giết mổ gà là 52.000.000 con gà/năm tương đương 130.000 tấn/năm, trong đó phần sản phẩm tầm ướp (nguyên con, đùi, cánh, ức, chân, đầu cổ, lòng ...) là 26.000 tấn/năm; (ii) Sản xuất chế biến các sản phẩm từ thịt quy mô 105.000 tấn/năm, gồm: Thịt kho trứng 5.000 tấn/năm, Chả 5.000 tấn/năm, Giò 8.500 tấn/năm, Chả bông 6.500 tấn/năm, Xúc xích các loại 15.000 tấn/năm, các sản phẩm khác từ thịt lợn 15.000 tấn/năm, công suất sản xuất các sản phẩm từ thịt đã qua chế biến gói/hộp viên ăn liền từ thịt, đạm động vật (cá, tôm, cua, mực), túi thịt, đạm động vật (cá, tôm, cua, mực) túi retort, các loại snack ăn liền từ đạm động vật 50.000 tấn/năm; (iii) Sản xuất Chế phẩm sinh học (từ huyết và phụ phẩm giết mổ) 2.000 tấn/năm, vỏ ruột heo tự nhiên 200 tấn/năm, các sản phẩm retort (Cháo) 10.000 tấn/năm.

Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn (MEATDeli Sài Gòn)

Khởi công từ tháng 5/2019, dự án Tổ hợp chế biến thịt tại Long An do MEATDeli Sài Gòn làm chủ đầu tư có tổng diện tích hơn 20 hecta, công suất thiết kế 1,4 triệu con heo/năm, tổng số vốn đầu tư 2.350 tỷ đồng.

Cũng như dây chuyền giết mổ và chế biến thịt tại Hà Nam, dây chuyền chế biến thịt của MEATDeli Sài Gòn được Marel – công ty hàng đầu thế giới về thiết bị chế biến thịt của Hà Lan cung cấp, ứng dụng tự động hóa với 3 robot trong hệ thống. Nhà máy được vận hành theo tiêu chuẩn BRC – tiêu chuẩn hàng đầu thế giới về an toàn thực phẩm, đạt chứng nhận HACCP và do chính các chuyên gia giàu kinh nghiệm của EU trực tiếp vận hành, giám sát và kiểm nghiệm. Đồng thời, thịt ủ mát MEATDeli đáp ứng Tiêu chuẩn Quốc gia (TCVN 12429-1:2018) về Thịt mát do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề xuất và Bộ Khoa học và Công nghệ công bố. Thịt ủ mát MEATDeli áp dụng hệ thống kiểm soát “3 tuyến kiểm dịch” theo hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Cục An toàn thực phẩm – Bộ Y tế, đảm bảo an toàn cho miếng thịt khi đến tay người sử dụng.

Ở giai đoạn 1, tổ hợp cung cấp thịt ủ mát với sản lượng 140.000 tấn/năm và thịt chế biến từ thịt ủ mát như giò lụa, giò thủ, chả bông và các sản phẩm khác với sản lượng 15.000 tấn/năm. Ở giai đoạn 2, tổ hợp sẽ nâng sản lượng các sản phẩm thịt chế biến lên 25.000 tấn/năm, đồng thời, ra mắt thêm nhiều sản phẩm mới như: bột huyết, huyết tương, collagen, bột thịt xương... với quy mô 14.000 tấn/năm.

Công ty TNHH MML Farm Nghệ An (MML Farm Nghệ An)

MML Farm Nghệ An gồm 2 trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của Masan MEATLife được xây dựng trên địa bàn xóm Cồn Sơn, xã Hạ Sơn, huyện Quỳnh Hợp, tỉnh Nghệ An. Với quy mô hơn 245 hecta, đây là những trang trại có quy mô lớn nhất của tỉnh. MML Farm Nghệ An có công suất 230.000 con heo xuất chuồng mỗi năm. MML Farm Nghệ An cũng đã hoàn thành các tiêu chuẩn về nông trại được công nhận quốc tế dành cho việc thực hành sản xuất nông nghiệp tốt và được cấp Giấy Chứng nhận GLOBAL G.A.P. lần đầu vào ngày 15/01/2019 và tái cấp cho các lần tiếp theo.

Công ty Cổ phần 3F VIỆT (3F VIỆT)

3F VIỆT được thành lập ngày 08/08/2014, là một trong những công ty đầu tiên của người Việt triển khai mô hình “Feed – Farm – Food” để hiện thực hóa ý tưởng “từ trang trại đến bàn ăn”.

3F VIỆT được sinh ra với sứ mệnh “sáng tạo những giá trị dinh dưỡng độc đáo có nguồn gốc đậm động vật nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng”. Vì vậy hoạt động chính của Công ty Cổ phần 3F VIỆT là tập trung xây dựng và vận hành các trang trại chăn nuôi gia cầm kỹ thuật cao với quy mô lớn. Nền tảng của 3F VIỆT là chuỗi giá trị trải đều từ con giống, trại ấp, trại thịt để phân phối đến cơ sở chế biến và đóng gói quy mô lớn. Tất cả đều đạt tiêu chuẩn khắt khe về môi trường và an toàn vệ sinh thú y và vệ sinh an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, công ty không ngừng nghiên cứu, cải tạo chất lượng con giống để mang lại nhưng ưu thế vượt trội trên thị trường.

Công ty TNHH Thực Phẩm 3F VIỆT (3F VIET FOOD)

3F VIET FOOD ra đời trong bối cảnh hằng ngày người Việt đang gặp mỗi nguy hại về nguồn thực phẩm, không an toàn, không rõ nguồn gốc. Chúng tôi thấu hiểu mối quan tâm về sức khỏe của cộng đồng và quyết định đặt những bước chân đầu tiên trên hành trình ngàn dặm, đó là phục vụ nhu cầu ngày càng cao về đậm động vật an toàn cho hàng triệu gia đình Việt. Dòng sản phẩm đầu tiên được ra đời với thương hiệu GÀ TỰƠI 3F là nỗ lực không mệt mỏi của một tập thể tận tâm với sức khỏe người tiêu dùng. Không đặt vị trí mình là nhà sản xuất, 3F VIET FOOD luôn trân trọng khách hàng như những người thân, bạn hữu. Chúng tôi luôn tự hỏi làm thế nào để những bữa ăn của người thân mình được đảm bảo nhất về dinh dưỡng và sự an toàn. Xuất phát từ mối quan tâm đó, 3F VIET FOOD đã đầu tư nghiêm túc vào công nghệ và quy trình, từ khâu kiểm soát đầu vào nghiêm ngặt đến khâu sản xuất, thành phẩm, bảo quản, con người, hạ tầng kỹ thuật. Những khó khăn thử thách, cố gắng của chúng tôi ngày hôm nay sẽ trở thành niềm hạnh phúc khi nhận lại nụ cười an tâm của các bạn trong mỗi bữa ăn có GÀ TỰƠI 3F. Đó là phần thưởng vô giá đồng hành cùng chúng tôi trong hành trình **"CHUẨN TỪ CHẤT - THẬT TỪ TÂM"**.

Công ty Cổ phần Masan Jinju (Masan Jinju)

Công ty Cổ phần Masan Jinju là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh thực phẩm chế biến sẵn, với sứ mệnh mang đến những sản phẩm an toàn, chất lượng và tiện lợi cho người tiêu dùng Việt Nam. Sự hợp tác giữa Masan và Jinju Ham – thương hiệu thực phẩm chế biến hàng đầu Hàn Quốc – giúp Masan Jinju áp dụng công nghệ tiên tiến, đảm bảo quy trình sản xuất đạt tiêu chuẩn cao. Công ty không chỉ tập trung vào chất lượng nguyên liệu mà còn chú trọng đến hương vị và giá trị dinh dưỡng, góp phần nâng cao chất lượng bữa ăn hằng ngày của người Việt.

Với mục tiêu phục vụ người tiêu dùng tốt nhất, Masan Jinju không ngừng cải tiến sản phẩm, đa dạng hóa danh mục thực phẩm chế biến để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về sự tiện lợi và dinh dưỡng. Xúc xích Ponnies, snack dinh dưỡng Heo Cao Bồi là một trong những sản phẩm tiêu biểu, được yêu thích nhờ hương vị thơm ngon và công thức chế biến hiện đại. Bên cạnh đó, công ty tiếp tục mở rộng các dòng sản phẩm khác như giò, chả, và thịt chế biến sẵn, phù hợp với xu hướng tiêu dùng nhanh, tiện lợi. Masan Jinju cam kết mang đến thực phẩm chất lượng cao, an toàn và tiện dụng, góp phần nâng cao trải nghiệm ẩm thực và chăm sóc sức khỏe cho người tiêu dùng Việt Nam.

Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản (Vissan)

Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản (Vissan) là một trong những doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực chế biến và cung cấp thực phẩm từ thịt. Được thành lập năm 1970, Vissan đã không ngừng phát triển với sứ mệnh mang đến nguồn thực phẩm an toàn, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng của người tiêu dùng. Công ty sở hữu chuỗi khép kín từ chăn nuôi, giết mổ đến chế biến và phân phối, đảm bảo kiểm soát chất lượng ở từng khâu sản xuất. Với nền tảng hơn 50 năm

kinh nghiệm, Vissan không chỉ khẳng định vị thế vững chắc trong ngành thực phẩm mà còn tiên phong trong việc áp dụng công nghệ hiện đại để nâng cao tiêu chuẩn an toàn thực phẩm.

Với phương châm “Chất lượng – An toàn – Dinh dưỡng – Tiện lợi”, Vissan cung cấp đa dạng sản phẩm từ thịt tươi sống, thịt mát đến thực phẩm chế biến sẵn như xúc xích, giò, chả, thịt hộp, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Các sản phẩm của Vissan không chỉ được ưa chuộng tại thị trường trong nước mà còn xuất khẩu ra nhiều quốc gia. Công ty luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, không ngừng cải tiến công nghệ, phát triển sản phẩm mới nhằm mang đến những bữa ăn ngon, an toàn và tiện lợi. Với cam kết chất lượng và sự đổi mới không ngừng, Vissan tiếp tục khẳng định vai trò tiên phong trong ngành thực phẩm Việt Nam.

THUẬT NGỮ/TỪ VIẾT TẮT

3F	Feed – Farm – Food, Từ trang trại đến bàn ăn
3F VIỆT	Công ty Cổ phần 3F VIỆT
ANCO	Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế
ASF	Dịch tả lợn Châu phi
FCR	Hiệu suất chăn nuôi
M&A	Mua bán và sáp nhập doanh nghiệp
Masan Group/Group	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
MASAN MEATLIFE/Công ty & Masan MEATLife	Công ty Cổ phần Masan MEATLife
MML Farm Nghệ An	Công ty TNHH MML Farm Nghệ An
MEATDeli HN	Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam
MEATDeli SG/MEATDeli Sài Gòn	Tổ hợp chế thịt tại Long An
Proconco	Công ty Cổ phần Việt Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc
R&D	Nghiên cứu và phát triển
YoY	So sánh tương đương cùng kỳ năm trước
USD	Đô la Mỹ
VISSAN	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản
VNĐ	Đồng Việt Nam



Công ty Cổ phần Masan MEATLife

Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp: 0311224517 (đăng ký lần đầu ngày 07/10/2011, đăng ký thay đổi lần thứ 22 ngày 15/11/2024)

Địa chỉ: Lầu 10, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1
Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: (84) 28 6256 3862

Fax: (84) 28 3827 4115

Website: www.masanmeatlife.com.vn

Mã số thuế: 0311224517

Mã cổ phiếu: MML